

## COMPETICIONES

# La ACB ficha a un ejecutivo de la LFP para relanzar su negocio

Palco 23  
29 dic 2014 - 03:55

Trasvase de directivos entre las dos principales patronales del deporte español. La ACB (Asociación de Clubes de Baloncesto) ha fichado al director de desarrollo corporativo de la LFP (Liga de Fútbol Profesional) como nuevo director de negocios y marketing. Se trata de Javier de la Chica, un hombre que ha sido clave para el acuerdo de patrocinio con BBVA con la LFP y que se ha encargado de la gestión de licencia de productos.

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid (UAM), De la Chica deberá dar un vuelco al área comercial de la ACB, especialmente en busca de "nuevas oportunidades de negocio que permitan el crecimiento de la marca ACB y, sobretodo, la generación de recursos económicos", según la patronal.

La máxima competición del baloncesto español, presidida por Francisco Roca, cuenta actualmente con un limitado elenco de patrocinadores, que además suponen casi la mitad de sus ingresos. Endesa es su principal sustento económico y da nombre a la liga, a cambio de 4,5 millones. Junto al grupo eléctrico, la automovilística KIA, el operador telefónico Orange, la enseña de batidos Bifrutas y Plátano de Canarias, que en conjunto aportan casi otros cuatro millones, son el resto de patrocinadores de la ACB. Y De la Chica también tendrá que "dinamizar y potenciar el trabajo ya existente" con estas marcas para sacarles mayor rendimiento.

No es el primer cambio que la ACB realiza en esta división en los últimos tiempos. Con Beto Agustí en la presidencia, la patronal ya incorporó a Jordi Cañellas procedente del Circuit de Catalunya para encargarse del marketing y los patrocinios. Por encima suyo se colocó a Joan Manuel Carreras, que hasta ahora ocupaba la dirección de marketing y que ahora ha sido reubicado en el área de desarrollo de nuevos negocios, posición que ya ocupó entre 2006 y 2012. Carreras se encargará de dirigir la expansión internacional de la liga.

El relanzamiento del negocio de la ACB es vital para los clubes, sobre todo después de ver cómo la crisis económica reducía mucho los ingresos por televisión que percibe de Televisión Española (TVE) y emisoras públicas a nivel autonómico como la catalana TV3. Éstos pasaron de 10,8 millones en la campaña 2011-2012 a sólo 3,35 millones de

---

# PALCO23

---

euros en la temporada 2012-2013, cifra que apenas se recuperó en el último ejercicio. En total, la patronal tiene unos ingresos que rebasan sensiblemente los 16 millones de euros, cifra que sirve para compensar todos los gastos y anotarse un beneficio neto de unos miles de euros.