

COMPETICIONES

Mundial 2018: en busca de la 'canasta ganadora' del básquet femenino en España

La cita, en la que participarán 16 selecciones y durará 9 días, espera generar un impacto económico de 30 millones de euros, cuenta con 7 millones de presupuesto, y aspira a consolidar a España como una de las principales potencias del mundo en este deporte.

Patricia López
21 sep 2018 - 04:59

El Mundial de baloncesto femenino prevé generar 30 millones de euros de impacto econ

Este sábado arranca el Mundial de baloncesto femenino, que convertirá la isla de Tenerife en el epicentro mundial del básquet hasta finales de septiembre. En juego está la Copa Mundial, pero las aspiraciones de la Federación Española de Baloncesto (FEB) trascienden lo estrictamente deportivo. "Nos hemos orientado a la sociedad promocionando el evento de manera transversal, no viendo al baloncesto solo desde el aspecto deportivo, sino también como un vector de salud, valores y educación", explica a *Palco23* el vicepresidente de la FEB y director general de la Copa del Mundo, José Antonio Montero.

Con un presupuesto algo inferior a siete millones de euros, la Federación se ha encargado de organizar un campeonato que reúne a las 16 mejores selecciones del mundo y de poner a punto las únicas dos sedes donde se disputarán los partidos: el Quico Cabrera Arena de Santa Cruz de Tenerife, que ha recibido una inversión pública de 1,1 millones de euros, y el Santiago Martín Arena, pista del Iberostar Tenerife en San Cristóbal de La Laguna.

El Mundial de baloncesto femenino prevé generar 30 millones de euros de impacto económico en Tenerife

El apoyo del Gobierno de Canarias, el Cabildo de Tenerife y los ayuntamientos de

Tenerife y San Cristóbal de La Laguna ha sido vital. De los casi siete millones de euros de presupuesto, el 35%, procede del patrocinio de las marcas, y un 65% de esta partida se abonará a través del pago por especies

Entre las marcas que han decidido apoyar a la FEB en este evento están Loterías y Apuestas del Estado, CaixaBank, Endesa, Iberia, Cicar y Quirónsalud, que se suman a los *partners* de la Fiba. Ahí destacan Nike, Molten, Tencent, la relojera Tissot, Wanda, la electrónica china TCL Corporation, el grupo productor de agua mineral Ganten y la cerveza Yanjing.

A falta de un día para que arranque el torneo, la Federación espera cubrir en torno a un 7% del presupuesto con la venta de entradas, que marcha a buen ritmo. A día de hoy, se han vendido el 90% de los pases para la fase final y el 75% para la fase de grupos. El precio de los abonos varía entre 24,5 euros y 112 euros, aunque el pase de día tiene un precio máximo de 21 euros.

El Mundial de baloncesto femenino prevé generar 30 millones de euros de impacto econ

Image not found or type unknown

En torno a 150 personas forman parte de la organización del Mundial de Baloncesto femenino 2018, a la que se suman 350 voluntarios.

Se espera que la cita genere un impacto económico de 30 millones de euros, una cifra muy alejada de los 408 millones que generó el Mundial de baloncesto masculino que organizó la FEB en 2014 por su mayor repercusión mediática.

“En términos de organización, la única diferencia que entre organizar un Mundial masculino y femenino es que hay menos equipos y menos días de participación”, explica Montero, que asegura que los requisitos para ser sede de ambos certámenes son los mismos. En esta cita, 150 personas forman parte de la organización, a la que se suman 350 voluntarios.

El campeonato masculino dura una semana más y cuenta con 32 selecciones, el doble que en el torneo femenino, que respecto a la edición de 2011 ha perdido dos días de partidos. “Es cierto que ofrecer menor tiempo de exposición afecta al volumen de ingresos, pero aumenta el dramatismo y el espectáculo de los partidos. Creemos que eso generará un incremento de las audiencias, con el impacto que ello tiene en el retorno”, analiza.

El 65% de los ingresos por patrocinio, que superan los dos millones de euros, se pagan en especie

Más allá de la batalla por la asistencia y por la búsqueda de *sponsors*, el mayor partido que disputará la Federación está en la pantalla. Aunque la FEB ha firmado anteriormente acuerdos con Twitter para emitir la Liga Dia, en esta ocasión todos los partidos se retransmitirán por televisión. En España lo hará Teledporte, aunque la idea es que a partir de los cuartos de final, siempre que juegue España, el partido se ofrezca por La1. “Esperamos llegar a los 145 países que han comprado los derechos del torneo , pero aquellos que no lo hayan hecho podrán ver los encuentros a través de la página web Live Basketball”, afirma Montero.

La FEB ha sumado horas de vuelo en la organización de eventos durante la última década, albergando el EuroBasket de 2007, el preolímpico de 2008 y Mundial de 2014. Según Montero “la gran dificultad estriba en la necesidad de diálogo y empatía entre las partes, para aunar los intereses de la Fiba, la FEB y los patrocinadores. Aunque es una dificultad que está siendo fácil de afrontar”, sostiene.

Para el directivo ha sido vital que esta cita se enmarcara dentro del programa Universo Mujer. “No sólo es fundamental para la promoción y el desarrollo del deporte femenino, sino que, sin esa herramienta, probablemente el nivel de inversión de los patrocinadores decrecería”, explica sobre un programa que ofrece desgravaciones fiscales a las marcas que apoyan el deporte femenino.

El 65% de los ingresos por patrocinio, que superan los dos millones de euros, se pagan

Image not found or type unknown

El Mundial de Baloncesto femenino podrá seguirse por Teledeporte y, siempre que España se clasifique para cuartos, semifinales o final, se podrá ver por La1.

Más allá de la posible consecución del campeonato del Mundo, la FEB tiene entre ceja y ceja la promoción de esta disciplina. “Estamos en que cada vez el baloncesto femenino se acerque más a las cotas de actividad económica del baloncesto masculino, y el Mundial en sí mismo no es la piedra filosofal que hace que un deporte eclusione. Ayuda, pero es el trabajo diario el que genera valor”, defiende.

Por ello, se espera que el torneo sea “una palanca más de impulso y desarrollo de este deporte, que ayude a que las jugadoras a ser más visibles y reconocibles. Es muy

importante que se conviertan en líderes y referentes”, asegura el director general del Mundial. “El mayor legado que podemos dejar es enfocarnos a los chicos y chicas más jóvenes hacia nuestro baloncesto femenino, que vean que es bonito y entretenido”, explica.

Y todo, con el objetivo de que el deporte federado que más triunfa entre las mujeres, el baloncesto, no pierda su hegemonía en España, una de las potencias baloncestísticas más relevantes del ámbito internacional en la modalidad femenina. Con 118.260 federadas, supone un 14% del volumen total de mujeres que practican un deporte federado. ¿Logrará el Mundial ser el trampolín que impulse el reconocimiento de las jugadoras a nivel nacional e internacional?