

COMPETICIONES

Puelinckx (Tennium): “El reto de la ATP es crear un producto consistente”

El ejecutivo, procedente del sector de las telecomunicaciones, considera que el tenis tiene un gran potencial y quiere participar creación de un contenido que considera que está en transformación.

M.Menchén
4 jul 2018 - 04:59



Kristoff Puelinckx forma parte de una generación de directivos que vio clara la importancia que tendría el deporte como industria de entretenimiento. Licenciado en Ingeniería Civil y Química por la Universidad de Gante (Bélgica), fue uno de los socios de Cluster, una consultora tecnológica de la que también eran fundadores Ferran Soriano, Marc Ingla o Víctor Font, entre otros. Los dos primeros fueron miembros de la junta del FC Barcelona y hoy ocupan la dirección general de City Football Group y OSC Niza, respectivamente, mientras que el tercero aspira a presidir el Barça en 2021. Él, por su parte, tiene claro que “el mercado se concentrará en cuatro o cinco *players*; y nosotros queremos ser uno de ellos”, señala en referencia a Tennium.

Puelinckx se marchó a Dubái en 2006 para montar junto a Font la consultora y firma de inversión Delta Partners, especializada en el sector de las telecomunicaciones. En 2015

decidió dejar el día a día de la firma para trasladarse a Barcelona y pasar a la fase inicial de su negocio. “Yo quería estar en la creación de contenidos, no en la distribución”, argumenta sobre los motivos que le llevaron a crear esta compañía, propietaria de dos torneos de la ATP y que ahora busca diversificar con la gestión de carreras profesionales de tenistas.

El ejecutivo, que también es MBA por el Iese, defiende su apuesta por la raqueta y no por deportes más masivos como el fútbol porque, aun así, “es el tercer deporte más popular y a nivel de industria es muy pequeña, por lo que había pocos *players* y podíamos entrar y ganar posiciones de forma muy rápida”. Y, para acelerar su conocimiento del sector, decidió formar tándem de socios con Sebastien Grosjean, exjugador francés que llegó a ocupar el número cuatro del ranking ATP.

Puelinckx forma parte del grupo de ejecutivos que crearon Cluster, entre los que también están Ferran Soriano y Marc Ingla

Su visión sobre este negocio coincide con la de aquellos que consideran que el contenido, en cualquiera de sus formatos, va a ser la locomotora de los próximos años. “Hay una parte del deporte que puede crecer mucho, ya que ahora hay muchos más canales de distribución para los contenidos y eso va a transformar un modelo de negocio en el que la mayoría de ingresos venía de patrocinadores y *ticketing*”.

Puelinckx valora positivamente el trabajo conjunto que hay entre los distintos torneos de la ATP, ya que en su opinión no compiten entre ellos. “Yo compito con el entretenimiento que hay en las ciudades donde tenemos torneos, y una de las ventajas del tenis es que tiene un interés general, pues interesa tanto a hombres como mujeres”, defiende.

De ahí que el cofundador de Tennium no vea prioritaria una reducción del calendario de torneos en el circuito profesional, si bien considera necesaria una optimización “para que no coincidan tres torneos en una misma semana”. “El reto de la ATP es crear un producto consistente, y para eso hay que alinearlos a las nuevas formas de consumo de los contenidos audiovisuales”, señala sobre una industria que conoce muy bien.

En este nuevo escenario, la firma considera que las opciones de los atletas para aumentar sus ingresos son mucho mayores, de ahí que hayan apostado por abrir una línea de negocio nueva. Tennium ya no solo se encarga de la representación y la

gestión de la carrera de los atletas, sino que también financian sus inicios para poder empezar a trabajar la marca desde muy pronto.

Puelinckx: “Invertimos en talento a partir de los doce o trece años, ya que es un deporte muy caro en el que los beneficios no llegan hasta después”

“Invertimos en talento a partir de los doce o trece años, ya que es un deporte muy caro en el que los beneficios no llegan hasta después”, señala Puelinckx. A cambio, la empresa se queda una parte de los derechos futuros del jugador o la jugadora, “con condiciones razonables que nos permitan hacer el camino juntos”. Esta actividad la empezaron a desarrollar hace menos de un año y ya tienen a cinco atletas, aunque su ambición es ir a más con la próxima apertura de una academia de desarrollo en Florida (Estados Unidos).

La propia Federación Internacional de Tenis (ITF) ha intentado resolver esta problemática con una reestructuración de la pirámide de torneos, ya que de los 14.000 jugadores y jugadoras inscritos, sólo alrededor de 350 hombres y 250 mujeres alcanzaban a cubrir los costes, sin incluir los de entrenamiento. “Hay mucho talento que se estaba quedando por el camino, y de esta manera también podemos trabajar mucho mejor la marca del atleta al dar los pasos correctos ya desde muy jóvenes”, defiende.

Y, al igual que hoy tienen un torneo en Amberes y otro en Buenos Aires, su visión es no basar la estrategia de gestión de carreras por regiones. “Aquí lo importante es el potencial deportivo que puedan tener, no si son de un país u otro”, concluye.