



II CONGRESO ADECCO



M A D R I D HOTEL EUROSTARS 27-28-MAYO-2010



TEXTOS: FERNANDO ÁLVARO/MARCOS PRIETO - FOTOS: CARLOS.M.PICAZAS

JAIME LISSAVETZKY



"EL BALONCESTO HA HECHO LAS COSAS MUY BIEN "



El secretario de Estado para el Deporte, Jaime Lissavetzky, fue el encargado de inaugurar la segunda edición del Congreso Adecco, en el que un amplio abanico de profesionales debatió y reflexionó, durante dos días, sobre baloncesto a partir del lema "El valor de los valores".

Jaime Lissavetzky dio la bienvenida a todos los asistentes y agradeció a Adecco y a la FEB su invitación para inaugurar el congreso y destacó la "continuidad en el proyecto" que supone esta segunda edición del Congreso Adecco. "Entre todos tenemos que trabajar para intentar mejorar el sistema deportivo español y por ello quiero dar la enhorabuena a Adecco y a la FEB por la continuidad en este congreso".

El secretario de Estado destacó la relevancia del Congreso Adecco anunciando que "ayer se pusieron las bases en el Congreso de los Diputados de la nueva ley del deporte. Y lo aprobado coincide con lo que expuse hace un año en este mismo Congreso Adecco. Ahora debemos, entre todos, encontrar y desarrollar el modelo más adecuado para el deporte español".

Jaime Lissavetzky apuntó las líneas maestras de este congreso: El valor de los valores y el liderazgo. "En este sentido el baloncesto ha hecho las cosas muy bien".

Lissavetzky quiso huir de las relaciones fáciles entre el deporte y la sociedad (educación, salud, integración,... y se centró en la relación entre el deporte y la sociedad como una "suma de lo local"



y lo global. El deporte genera identidades compartidas globales y locales. Debemos tener en cuentan ese concepto de globalidad y de localidad, en los que Federación Española de Baloncesto ha tenido una gran lucidez. La prueba es como el Mundial de 2014 no se va a quedar en lo local, disfrutando todos del mejor baloncesto del mundo, sino que se va a aprovechar ese gran acontecimiento para globalizarlo y alargarlo en el tiempo. Que deje un legado en el tiempo. Ese fue la clave de la candidatura española".

Sobre el aspecto del liderazgo, Lissavetzky hizo un símil con la música y la necesidad que haya un directo para hablar de música y no de ruido: "En primer lugar, cada uno tiene que estar orgulloso de su trabajo, luego de su empresa y finalmente el que lidera el proyecto debe tener una visión muy clara de lo que quiere y saberlo transmitir".

ENRIQUE SANCHEZ



"LOS VALORES SON LA DIFERENCIA"



El presidente de Adecco, Enrique Sánchez, dio la bienvenida a los asistentes a la Il Edición del Congreso Adecco y agradeció a la Federación Española de Baloncesto (FEB), a su presidente, José Luis Sáez, y al secretario de Estado para el Deporte, Jaime Lissavetzky, su apoyo a esta iniciativa.

"El Congreso Adecco es en definitiva el congreso de la FEB", aseguró Enrique Sánchez antes de dar las gracias a Lissavetzky por "predicar con el ejemplo y estar con el deporte en los momentos buenos y difíciles".

El presidente de Adecco aseguró que, en el momento económico que se está atravesando, "los valores son la diferencia". "O introduces los valores al principio o después ya no tienes tiempo para meterlos. Trabajar en equipo, el esfuerzo o motivarse con los resultados son cosas que tienen mucho que ver con el éxito o el fracaso de los equipos de trabajo. La historia demuestra que los equipos que triunfan tienen esos valores instalados", afirmó.

Sánchez recordó que su empresa "cogió la bandera del deporte hace ya años y seguimos pensando que el deporte es uno de los vectores de comunicación más efectivos con la sociedad".

Adecco ha estado ligada en España a deportes como el tenis, la vela, el fútbol y, especialmente, al baloncesto. Tras ocho años vinculada a Estudiantes, Adecco decidió unir sus fuerzas a la FEB. "Jose Luis Saez nos presentó un proyecto con las antiguas ligas LEB y pensamos que era un buen sitio para estar. Son 39 equipos que nos permiten



llegar a todo el territorio nacional. Era un proyecto joven, de formación, que hace dos años ampliamos", afirmó el presidente de la empresa global de recursos humanos.

Enrique Sánchez hizo referencia a la condición de la Adecco Oro como competición elegida por FIBA para probar las nuevas reglas que a partir de septiembre se aplicarán en todas las ligas y afirmó que el proyecto "está llegando a la sociedad, como prueba el programa Ciudades Adecco, que ya ha estado presente en seis ciudades".

Como conclusión, el presidente de Adecco aseguró que "estamos muy satisfechos, tenemos que seguir trabajando con los clubes y las instituciones locales para hacer que este proyecto sea más grande para todos".

JOSE LUIS SAEZ



"COMPETIR ES COMPLICADO, PERO ESPAÑA LO HACE DE MARAVILLA "



José Luis Sáez, presidente de la FEB, ofreció la primera conferencia del II Congreso Adecco bajo el título 'El baloncesto del futuro y su vinculación con la sociedad'.

José Luis Sáez comenzó recordando la primera edición del Congreso Adecco y el momento en que se produjo, en los días previos a la elección de la sede del Mundial de 2014. "La concesión a España convirtió al Mundial de 2014 en el mundial de los valores y de los valores para todo el mundo. Al elegimos entendieron nuestro concepto de baloncesto en colaboración con otros países", señaló Sáez.

El presidente de la FEB rememoró los éxitos que se encadenaron tras la concesión del Mundial para remarcar "que el baloncesto y la FEB, con la colaboración de clubes, federaciones autonómicas y CSD, está marcando un liderazgo en el desarrollo de los aspectos de promoción del baloncesto". En este sentido, el presidente también destacó la relevancia de las ligas Adecco en todo el mundo, por la implantación en la Adecco Oro con un año de antelación de las normas que regirán el baloncesto mundial la próxima temporada.

Sin embargo, José Luis Sáez explicó que entiende el liderazgo desde dos puntos de vista: Uno "el liderazgo en la cancha, formando jugadores, entrenadores y árbitros para estar arriba. Competir es complicado y España como país está compitiendo de maravilla, tanto en el baloncesto masculino como en el femenino. A veces hasta el límite de nuestra posibilidades." Y otro, "y más importante, intentar que nuestros jugadores se vean reflejados en la sociedad por la transmisión de valores como el compromiso, el esfuerzo,... que son muy necesarias en esta sociedad".

"Tanto el liderazgo en la cancha, como la transmisión de valores hacen que generemos credibilidad para afrontar nuevos retos", añadió Saéz.

José Luis Sáez señaló que para progresar "es básico contar con un proyecto estable y estructurado.



Luego hay que contar con los recursos económicos necesarios para desarrollarlos. A partir de ahí podemos seguir creciendo". Para el máximo dirigente de la FEB el crecimiento viene de la mano de "los recursos humanos y los recursos financieros. Ahí estamos sentando las bases para un cambio radical en los próximos años con proyectos como Tribasket o Basketd3 y generando la confianza necesaria en las empresas para que apuesten por el baloncesto".

Gran parte de la intervención de José Luis Sáez giró en torno a las posibilidades del baloncesto para ayudar a mejorar la sociedad. Una línea en la que la Federación Española de Baloncesto, a través de la Fundación FEB 2014, se ha volcado en los últimos años. "Desde la FEB pensamos que tenemos en el baloncesto una magnifica herramienta para ayudar a cambiar la sociedad y por eso nos implicamos en grandes proyectos sociales. Creemos que esto es una obligación y no un recurso de marketing social".

José Luis Sáez hizo referencia a los proyectos sociales de la Fundación FEB 2014 en otros países, con la población reclusa a través del Ministerio del Interior, con los inmigrantes, contra la violencia de género y a favor de la igualdad, en los campos socio-educativos (Fundación Entreculturas, Casa Sefarad o Fundación Cesare Scariolo), en el campo de la salud, de las personas mayores y el absentismo escolar "en el que hemos conseguido con el proyecto 'Unidos por el Baloncesto' reducir en un 26% el absentismo", apuntó Sáez.

MESA REDONDA



"BALONCESTO UN DEPORTE DE VALORES '





El periodista y entrenador Miguel Panadés moderó durante la primera jornada del II Congreso Adecco una mesa redonda titulada "Baloncesto: un deporte de valores" en la que participaron los ex jugadores Fernando Romay y Rafa Monclova; la jugadora Elisa Aguilar; los entrenadores Javier Imbroda y Mario Pesquera; y el presidente de la Asociación de Árbitros (AEBA), Felipe Llamazares.

Un video con una entrevista al base de la Selección Española y los Toronto Raptors, José Manuel Calderón, sirvió de hilo conductor a un interesante charla. Un debate que, como recordó Miguel Panadés, "es un valor del propio baloncesto".

INICIOS

Calderón: En la LEB maduré como jugador y como persona. Me di cuenta de que me quería dedicar a jugar a baloncesto y sabía que para ello tenía que pasar por allí.

Pesquera: Comencé como jugador y fui pasando al puesto de entrenador a la llegada a la edad universitaria.

Imbroda: Me enamoré del baloncesto porque era un juego que evolucionaba y te empujaba a aprender. Sabía que como jugador no iba a alcanzar grandes conquistas y pensaba que como entrenador sí podía tener alguna oportunidad.

Llamazares: El árbitro se acerca al baloncesto porque le gusta y decide jugar arbitrando. El baloncesto también se juega arbitrando. Entusiasmo, tenacidad y ganas de superación son valores que te da el arbitraje.

VALOR DE LAS LIGAS ADECCO

Romay: Las ligas Adecco son ligas competitivas al máximo en el que la gente puede desarrollarse de una forma en la que en otras ligas no pueden hacerlo.

Imbroda: Hay muchos entrenadores, pero pocos maestros. Las ligas Adecco son una competición donde creas el marco para que los jugadores puedan formarse.

Pesquera: Tienen una doble salida para jugadores que vienen de abajo, tiene mucha innovación desde el punto de vista técnico. Bien harían los entrenadores ACB en estudiar los cambios tácticos provocados por las nuevas reglas que ya se han puesto en práctica en la Adecco Oro.

IDENTIFICACIÓN

Calderón: La identificación de los aficionados con sus equipos es algo que se ve mucho más en las ligas Adecco.





Aguilar: He estado en Valencia ocho años. Yo he crecido con el club en el sentido de una mayor presencia social en la ciudad. Ahora que nos hemos ido te das cuenta de esa identificación con un grupo que ha sabido transmitir muchos valores. Los títulos quedarán en el currículo pero el cariño y la identificación y el hecho de crecer con un club. El compromiso de los jugadores y las jugadoras con la Selección es la prueba de esta identificación. Te diviertes, te cuidan y estás con tus amigos. Hay que cuidar la identificación, tener una filosofía clara.

Romay: Muchas veces no es cuestión de hacer un equipo, sino de hacer club. El club significa tener el respaldo de la ciudad y la sociedad. Es bueno que haya una relación mucho más directa. Las acciones del programa Ciudades Adecco buscan esto, poniendo el equipo al servicio de su ciudad. Monclova: Es muy importante que la ciudad tenga un referente. Es importante que los jugadores sepan que el equipo es parte de esa ciudad.

Imbroda: El mejor ejemplo es la propia FEB. La capacidad para generar un sentimiento de identificación con sus selecciones.

COMPAÑERISMO

Calderón: Hay que conocerse. Ahí está el ejemplo de la Selección. Tiene que haber algo más para que todo funcione bien.

Romay: Díaz Miguel no hablaba de Selección, hablaba de equipo nacional. El ejemplo de Pau Gasol jugando con la Selección tras ganar el anillo. Me marcaron entrenadores como Ignacio Pinedo o Antonio Díaz Miguel.

Pesquera: Habría que hacer un homenaje a la pocha. Hay equipos intentando copiar el ambiente y la amistad que hay en la Selección. Hay una unión entre ellos que va más allá del competir. Los entrenadores son gestores de recursos humanos. El líder no coincide siempre con el mejor jugador

Imbroda: El éxito de un equipo se prolonga fuera de la pista. Los entrenadores deben tener ahora una preparación emocional y permanecer en un estado permanente de alerta.

Llamazares: Cuanto mejor ambiente haya en un grupo de árbitros mejores arbitrajes habrá. Hay un paralelismo con los equipos. La formación de los entrenadores y los árbitros debe ser conjunta. Tenemos que impregnarnos de los conocimientos de cada uno.

Aguilar: Si creas un ambiente de trabajo bueno y de respeto, se puede reconducir la situación cuando hay conflictos. De todos los entrenadores se aprende.



VALORES

Monclova: En las competiciones Adecco he aprendido el significado de la disciplina, el trabajo y el respeto.

Romay: Actualmente se echan en falta en la sociedad valores como la ilusión, que es uno de los que promueve el baloncesto junto a muchos otros.

Pesquera: El baloncesto marca un estilo de vida. Es el deporte más completo por la forma de jugar. Siempre aconsejo practicar deportes de equipo y en especial el baloncesto.

REFERENTES

Calderón: Que la gente se fije en nosotros es algo muy positivo y nosotros estamos muy contentos por ello.

Elisa: Jugando aprende lo qué es el sacrificio, la disciplina sabes respetar, has viajado, sabes cómo actuar ante la presión, trabajar en equipo... Son valores que hay que transmitir y que cuando dejas el deporte te sirven para tu vida profesional.

Imbroda: Cuando fui seleccionador procuré que los mayores aceptaran la brillantez de los más jóvenes y que eso no supusiera una quiebra. Los jugadores de la generación anterior entendieron que debían dar protagonismo a los nuevos jugadores. Espero que ellos tengan la misma generosidad que tuvieron con ellos.

Romay: No confundiría la amistad con el compañerismo, que es un sentimiento más hondo y duradero.

SANCIAGO ALVAREZ DE MON



"EL LIDERAZGO SURGE EN LOS MOMENTOS DE CRISIS



Santiago Álvarez de Mon, profesor del IESE, abrió la sesión vespertina de la primera jornada del II Congreso Adecco con un 'Análisis de líderes en diferentes órdenes: deportistas, empresarios, directivos, políticos."

Santiago Álvarez de Mon, profesor del IESE, ofreció su visión del liderazgo con continuas referencias a deportistas como Rafael Nadal, Phil Jackson, Michael Jordan,... Incluso apoyó su ponencia con un video-entrevista con declaraciones del entrenador de fútbol Juande Ramos y del tenista Rafael Nadal en el que especialmente el tenista ofrecían su visión sobre el liderazgo y cómo se consigue.

Santiago Álvarez de Mon explicó que lo primero que se busca en un liderazgo es "asegurarnos la calidad de la mirada que nos permita enfrentarnos con la realidad". Y una vez que se dá ese paso "habrá que navegar muy bien a través de las incertidumbres. Necesitamos la suficiente madurez para mantenernos en el desequilibrio".

Santiago Álvarez ilustró estas premisas con una repaso por la cotidianidad: "Desde el momento del nacimiento hay una sucesión de momentos duros e incertidumbres. Si no viviéramos esos momentos de crisis nuestro narcisismo crecería hasta el infinito. Y si negamos la realidad, ésta te acaba desbordando". En esos momentos de crisis es donde Santiago Álvarez de Mon sitúa el nacimiento del liderazgo "porque ahí debemos saber si somos capaces de reaccionar".

En el momento de definir lo que es liderazgo, el profesor del IESE reconoce que no sabe "qué es", pero sí lo que no es "y el liderazgo no es poder", afirma Álvarez de Mon. "El liderazgo tiene que ver más con el plus de credibilidad y en cómo se ejerce el liderazgo".

Santiago Álvarez entiende el liderazgo como un proceso "dinámico, que tiene que ver con cómo se ejerce el liderazgo y en el que la palabra clave es la influencia y sus sinónimos como credibilidad,



compromiso y confianza. El liderazgo es un fenómeno no intelectual, sino físico, porque hace sentir algo. Es una conversación que mantengo con la sociedad y la sociedad pueden ser cualquier cosa, un cliente, un club, un compañero,... Y en esa conversación hay que saber preguntar y escuchar". Para el profesor Álvarez de Mon el ejercicio de la autoridad por sí mismo no sirve para ejercer el liderazgo "porque cuanto más se quiere influir en el otro menos se consigue".

Otra de las conclusiones que expuso Santiago Álvarez es que "los líderes de talento buscan rodearse personas con talento, mientras que los mediocres no soportan el talento. Esto sirve a todos los niveles de liderazgo. El líderazgo es escuela y práctica en la que cada uno tropieza con su propio talento. El liderazgo me invita a buscar mi interior permitirme dirigir mi vida".

Álvarez de Mon aprovechó una de las intervención de Nadal para exponer "la necesidad que tenemos todos de contar con ciertas muletas. Una de ellas es el talento, que es una cualidad difícil de descubrir. Luego hay que saber ubicarlo". De hecho Santiago afirmaba que "hay jugadores de tenis con más talento que Rafa Nadal" y la explicación de por qué ha llegado a ser el número uno está "en el carácter y en la capacidad de lucha".

Esto se consigue a través de la educación: "Cuando la situación se complica, no basta con el talento, sino que también debe haber un trabajo y un esfuerzo". Para Santiago Álvarez, "las dos muletas de una buena educación son: la exigencia y la segunda es afecto, ternura, cariño,... y todos sus sinónimos".

En este sentido una de las claves para el liderazgo la sitúa Santiago en "educar en la naturalidad del error nuevo. El error nuevo es una forma de hacer las cosas y no hay que convertir cada error en un fracaso".

NEKANE RODRIGUEZ



"EL VERDADERO LIDER ES AQUEL OUE EMPIEZA POR LIDERARSE A SI MISMO"



Nekane Rodríguez, directora general de Creade, ofreció una conferencia titulada "Liderazgo como factor de avance" en la primera jornada del II Congreso Adecco que se celebra en el hotel Eurostars de Madrid.

Rodríguez utilizó la película "Invictus" y al ejemplo de liderazgo que Nelson Mandela dio a su país con la selección de rugby para vertebrar su charla. "Mandela es un hombre capaz de encontrar siempre algo por lo que estar agradecido a la vida a pesar de la adversidad", aseguró.

La gratitud, el perdón, la construcción de un sueño, la confianza, la empatía son algunos de los valores que aparecen en este film donde el deporte es utilizado como medio de unión. "Soy el dueño de mi destino, soy el capitán de mi alma", repite Mandela en el mismo. "Debemos ser conscientes de que para liderar nuestra propia vida debemos trabajar desde el presente. No hace falta ser Mandela para conseguir objetivos, pero si uno tiene un sueño o un objetivo siempre encontrará un cómo", afirmó Rodríguez.

A partir del perfil del líder sudafricano, la directora general de Creade dio a conocer las cualidades que tienen muchos líderes hoy en día y que todos podemos tener. "Lo primero es decidir quién queremos ser", afirmó. "No existe el líder perfecto. Los líderes son aquellas personas capaces de tomar la decisión adecuada en el momento adecuado".

Nekane Rodríguez utilizó también como ejemplo de líder a Pep Guardiola, entrenador del FC Barcelona, que reúne en sí mismo muchas características del buen liderazgo, que empieza por uno mismo. Además, demostró que Gandhi, Mandela, Nadal, Raúl González y José Manuel Calderón pueden tener varias características en común en su condición de líderes.



La directora general de Creade dio su propia definición de "valores" – "las creencias que tenemos de las cosas, que determinan una manera de hacer y, por tanto, unos hábitos"- y utilizó una entrevista con José Manuel Calderón para seguir ilustrando el perfil de liderazgo expuesto en la conferencia.

"Me gusta ser importante en mis equipos. Intento ser líder con el ejemplo, trabajar y entrenar cada día, poner siempre por delante al equipo... Todo el mundo se acuerda del equipo y no de cuantos puntos metió cada uno", aseguraba en un vídeo el base de la Selección Española y de los Toronto Raptors.

Para Nekane Rodríguez "el verdadero líder es aquel que empieza por liderarse a sí mismo". "Tenemos que definir el camino y qué herramientas vamos a utilizar para cubrir ese camino. Liderarnos a nosotros mismos para liderar a los demás", añadió la directora general de Creade, que también envió un mensaje a los directivos, pidiéndoles que "ayuden a su gente a desarrollar su verdadero potencial".

Para terminar, y regresando a "Invictus", Rodríguez destacó algunos puntos fundamentales que se aprecian en este largometraje, así como la emotiva poesía que Mandela repetía durante su cautiverio y que da título a la película.

JOAN MESQUIDA



"LA COMBINACIÓN ENTRE DEPORTE Y TURISMO TIENE MUCHO FUTURO"



Joan Mesquida, secretario de estado de turismo, cerró la primera jornada del II Congreso Adecco con una conferencia sobre 'El papel del deporte como identificación de una marca líder en el turismo mundial', destacando que "la combinación entre deporte y turismo tiene mucho futuro".

Joan Mesquida (licenciado en Ciencias Políticas y Sociología y en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y actual director de la Secretaría de Estado de Turismo) comenzó su ponencia explicando la importancia del turismo en la economía española y el liderazgo mundial de España en este sector: "Somos el tercer país que más turistas recibe después de Francia y Estados Unidos". Además puntualizó que gran parte de los turistas que visitan España lo hacen para practicar deporte "fundamentalmente los deportes naúticos, el senderismo y el golf. Y este turismo generó en el año 2007 unos 6.500 millones de euros".

En los dos años que Joan Mesquida lleva como director de la secretaría de estado de turismo se ha trabajado en una nueva estrategia en base a lo que los turistas buscan al llegar a nuestro país: "fiesta, gastronomía y moda. Esto nos ha aportado una imagen de marca a partir de la cual hemos generado hace un año la campaña 'I need Spain'"

Paralelamente a esta campaña de marketing la secretaria de estado de turismo explicó que se ha iniciado una colaboración con iconos deportivos a través de firmas de convenios de colaboración con la Federación Española de Baloncesto, el



motociclismo a través de Dorna y recientemente con el club de fútbol inglés del Liverpool. "Queremos ligar el turismo de España con el deporte y con grandes iconos deportivos", dijo Mesquida.

La importancia de los grandes eventos deportivos en el turismo supuso un punto importante en su exposición. Para ello aportó diferentes datos turísticos y económicos sobre lo que supusieron los Juegos Olímpicos de 1992 para Barcelona o la Copa América de 2009 para Valencia.

Para concluir, Mesquida lanzó el objetivo de futuro de la secretaría de estado que dirige: "La combinación entre deporte y turismo tiene mucho futuro y nosotros tenemos que potenciarla a pesar de los problemas económicos actuales. En estos momentos de crisis debemos trabajar más y ser más creativos".

MESA REDONDA



"DEPORTE Y EMPRESA"





La segunda jornada del II Congreso Adecco comenzó con la participación de los periodistas Francisco García Caridad (Radio Marca), Tomás Roncero (As), Alfonso Pérez (Revista Capital) y David Fernández (Negocios de El País) en una mesa redonda moderada por el director de Comunicación de la FEB, Jordi Román, en la que se abordó la relación entre deporte y empresa.

VALORES

Fernández: La crisis que estamos viviendo no es solo económica sino también de valores. El deporte es un buen espejo donde mirarse y más el baloncesto porque todo el mundo sabe los valores que han llevado a la Selección a ser campeona del Mundo.

Caridad: La foto de cinco jugadores de la Selección defendiendo a un mismo jugador vale más que mil palabras. Los medios de comunicación pueden transmitir los valores a la sociedad. Hoy hay iconos de nuestro baloncesto. Esas figuras vienen de la absorción de esos valores desde pequeños.

Pérez: Las empresas cada vez más saben lo importante que es vincularse al mundo del deporte y a iconos del deporte no solo como herramienta de comunicación sino para crear cultura dentro de la empresa.

Roncero: El baloncesto no tiene que perder la esencia. Es un referente extraordinario para hacer deporte. Nos aglutina a todos porque todos somos de la Selección. El fútbol sigue siendo la madre de todas las batallas. Hay un subterfugio para creer en el deporte puro y duro. Este congreso tiene una finalidad muy positiva.

NEGOCIO

Fernández: Si no hay espectáculo no hay negocio y si no hay negocio no hay espectáculo. Es importante que desde los clubs deportivos se transmita





el don de la austeridad. Sería bueno que se diera oportunidad a los chicos que vienen de abajo y ajusten sus presupuestos. A una SAD no se le pueden pedir beneficios pero al ser un espejo para la sociedad deberían controlar sus gastos.

Pérez: No se puede entrar en una vorágine de gastos por encima de lo que puede permitirse.

Roncero: Ahora lo normal es que ganemos y cuando las cosas van mal siempre te puedes agarrar al deporte.

Caridad: Las empresas depositan su confianza en la Selección de baloncesto porque aparte de trabajar en la cancha juegan a la pocha en su habitación. Hay un líder que es Pau Gasol, pero cuando no está el equipo juega también bien. La sociedad se fija en los ganadores.

Pérez: Si luchas, trabajas y hay talento, al final terminas ganando.

MEDIOS

Roncero: Lo que vende en los periódicos son las caras. Hay muchas historias que a los periodistas nos la tienen que meter con calzador.

Fernández: Los medios podríamos contribuir más a transmitir determinados valores. Deberíamos ser más críticos con la gestión a golpe de talonario.

Pérez: El objetivo es vender muchos periódicos. La gente se identifica mucho más con héroes concretos que con equipos.

Caridad: El objetivo de cualquier empresa es ganar. Los periódicos colocan en portada a aquel personaje que posibilita vender más ejemplares. Estamos perfectamente fiscalizados a través de las redes sociales.

COBERTURA DEL DEPORTE DE BASE

Femández: Hay mucho deportista de base cuyas gestas se desconocen. El deporte amateur debería tener mayor cobertura en los medios de comunicación públicos. Tenemos el problema de la obesidad infantil. Debemos fomentar que hagan deporte.

Pérez: Hay un número limitado de páginas y ahora mismo el papel es oro. En prensa local sí hay más espacio para el deporte amateur.

Caridad: Las empresas periodísticas tienen acuerdos para sacar publicaciones específicas de las competiciones mal llamadas menores. La FEB tiene acuerdos a través de sus patrocinadores que tienen mucho recorrido mediático.

Pérez: Adecco, por ejemplo, no va a patrocinar a un equipo de colegio pero gran parte del dinero que invierte en la FEB va a parar a ese equipo.



PATROCINIO Y VALORES

Roncero: Los éxitos deportivos deben compartirse con quien te ha estado apoyando.

Caridad: España se vende a través de esos líderes que ganan con valores. ¿Hay una doble moral en cuanto al patrocinio de empresas de tabaco y alcohol? ¿Cuánto pierde el deporte?

Pérez: La gente no va a beber ron por mucho que vea un anuncio si no le gusta el ron. Debería haber un poco más de flexibilidad.

Fernández: A los deportistas patrocinados ya no solo se les pide que sean los mejores sino que sean personas ejemplares.

Caridad: A John Terry le han quitado la capitanía de la selección inglesa por acostarse con la mujer de un compañero. Me parece bien porque si no es capaz de transmitir lealtad no puede ser el capitán

Roncero: Butragueño era un ejemplo de valores que ganaba, como también lo es Vicente del Bosque.

Pérez: El impacto que el mal comportamiento de un deportista puede provocar más pérdidas a la empresa que lo patrocina que lo que ha invertido. En España, el patrocinio deportivo no llega ni al 10% de lo que se invierte en publicidad.

Fernández: Si hay algo que no se perdona en deporte es hacer trampas. Los valores son fundamentales para atraer patrocinadores y los patrocinadores son básicos para seguir ganando títulos.

Caridad: Hay pocos malos ejemplos. El deporte está transmitiendo ejemplaridad. Es un valor seguro.

JOAN SARDA



"LA RELACIÓN ENTRE LA MARCA Y EL PATROCINIO DEBE SER MUY ESTRECHA "



Joan Sardà, director de patrocinio del grupo Mahou San Miguel, explicó los secretos del patrocinio deportivo durante su conferencia.

Sardà aseguró al inicio de su exposición que la estrategia de su grupo "va dirigida a conseguir mayores ventas y más consumidores, así como a convertirse en una marca más presente, más relevante y que conecte".

"Existen distintos niveles de patrocinio que aportan elementos distintos. En los más altos se consigue mayor visibilidad, mientras que en los más bajos se gana credibilidad", afirmó.

El director de patrocinio del grupo Mahou San Miguel reconoció que su grupo tiene un consumidor de mayor edad que la media, por lo que los objetivos actuales son "ser la marca preferida entre los jóvenes de 25 a 35 años y pasar de ser una marca aceptada a ser una marca atractiva". Por ello, el baloncesto cumple con los requisitos que el grupo busca a la hora de enfocar su patrocinio. "Lo importante no es patrocinar sino definir un ángulo con un encaje natural entre marca y patrocinio: elegir el rol", aseguró Sardà.

Para Joan Sardà el grupo Mahou San Miguel y la FEB son marcas internacionales "que donde van, triunfan" y "representan valores comunes". "La Selección y sus componentes son un modelo para la juventud", afirmó.

El director de patrocinio del grupo Mahou San Miguel explicó que el patrocinio de la FEB se realiza mediante los soportes propios, como la camiseta o la pista, pero hay muchos más soportes que generan conjuntamente oportunidades de repercusión mediática, como por ejemplo la presenta-



ción de la camiseta de los Juegos Olímpicos de Pekín 2008 en la fábrica de San Miguel.

Sardà, que utilizó imágenes de anuncios y acciones realizadas entre el grupo Mahou San Miguel y la FEB para ilustrar su charla, afirmó que "hay que conectar muy bien con el consumidor para que se activen ciertas palancas".

El patrocinio deportivo es para Sardà "un buen vehículo para alcanzar el target eficientemente o llegar a nuevos targets, asociarse a actividades en las que la cerveza juega un rol, transmitir los valores de marca deseados. Todo para lograr preferencia de marca".

A modo de conclusión, el director de patrocinio del grupo Mahou San Miguel afirmó que "la relación entre la marca y el patrocinio debe ser muy estrecha para alcanzar los objetivos mutuos y debe estar abierta a la innovación".

JUAN RUIZ DE GAUNA



"EL ACTUAL ESPACIO AUDIOVISUAL ES UNA GRAN OPORTUNIDAD PARA EL BALONCESTO"



Bajo el título 'Televisión e Internet. Un nuevo panorama para diferenciarse' Juan Ruiz de Gauna, director general de 'laSexta', ha abordado el nuevo panorama audiovisual tras el apagón analógico y el modelo de negocio de Internet.

Juan Ruiz de Gauna inició su conferencia repasando la joven historia de 'laSexta', con especial atención a los complicados inicios y en comparación con el momento actual "cuando gracias en parte a la Federación Española de Baloncesto nos encontramos en una situación muy buena dentro del espacio audiovisual español"

El directivo de 'laSexta' destacó el acierto de firmar un acuerdo por cinco años con la FEB para retransmitir los grandes eventos y "entre el Mundial de fútbol de 2006 y el Mundial de baloncesto se produjo el inicio de nuestro crecimiento. Hicimos un mundial de baloncesto sensacional e innovador, con una cobertura extraordinaria y empezando a hacer piezas multimedia. Aquello fue una nueva forma de hacer deporte y de ofrecer el baloncesto".

'laSexta' VA A ESTAR SIEMPRE CON EL DEPORTE: "porque es un valor importantísimo de fragmentación".

LA ASOCIACIÓN DE MARCAS ES FUNDAMENTAL: "Se buscan marcas de las que te fías y que te transmiten valores. Cuando la gente ve 'laSexta' sabe con lo que se va a encontrar: una cadena moderna, innovadora y divertida".

EL VALOR DE LAS AUDIENCIAS PEQUEÑAS: "El actual panorama audiovisual supone una gran oportunidad para el deporte y para el baloncesto. La venta conjunta de las audiencias grandes con las pequeñas es muy importante para los grupos audiovisuales en este momento. El deporte adquiere un valor nuevo".



EN INTERNET NO HAY UN MODELO DE NEGOCIO. "Tanto la televisión como el móvil tiene un modelo estable de negocio, pero no así Internet. Está claro que hay que tener presencia en internet, pero hay que verlo desde las televisiones como una oportunidad y no como una amenaza.

LA HUMILDAD Y EL TRABAJO SON CLAVES PARA CONTINUAR EN LA BRECHA

HAY QUE ESCUCHAR AL ESPECTADOR Y OFRECERLE LO QUE QUIERE

EQUILIBRIO ENTRE BENEFICIOS Y CALIDAD. "Las televisiones somos las empresas que primero estamos notando indicios de recuperación económica".

En el apartado de retos de futuro, Juan Ruiz de Gauna los desarrolló como: "Descubrir cómo explotar nuevas formas publicitarias" "Definir si vamos a ser capaces de hacer rentables tantos canales de televisión" "Es la hora de la Alta definición y la TDT de pago y que la calidad aumente" "Hay que gestionar el presente para preparar el futuro y en ese futuro intentaremos integrar TV, Internet y teléfono móvil".

El mensaje final de Juan Ruiz de Gauna fue que: "Nos gustan los valores que transmite la Federación: calidad, espectáculo, el valor de la marca, esfuerzo, trabajo que es lo que ayuda a tener suerte, el buen rollo, el optimismo inconformista, ser cercanos, humildes, transmitir modernidad y jóvenes siempre. Nos ha encantado hacer este viaje con la Federación y nos encantaría seguir viajando en el futuro".

CARLOS A. GARCIA



"HAY UNA COCAL IDENCIFICACIÓN ENCRE ADECCO Y LOS VALORES DEL BALONCESCO "



Carlos Alberto García, director comercial de Adecco, aprovechó las conclusiones de las dos jornadas del II Congreso Adecco para transmitir a los asistentes los motivos de la apuesta de Adecco por el deporte en general y por el baloncesto y la Federación Española de Baloncesto en particular.

Carlos Alberto García dejó clara desde el principio de su intervención la "total identificación entre Adecco y los valores que transmite el deporte y el baloncesto". Para, a continuación, recordar que hace tiempo que Adecco decidió apostar por el deporte "porque en nuestra actual cultura el deporte adquiere cada vez más importancia. El deporte es un medio muy adecuado para acuñar valores deseables por todo el mundo".

El directivo de Adecco concretó en tres puntos los motivos que llevaron a Adecco a apostar por el deporte: "Es un vehículo muy eficiente para comunicarnos con la sociedad, el mejor medio para entablar relaciones y un puntal de incalculable valor para transmitir los valores de nuestra empresa".

Posteriormente enumeró como objetivos fundamentales de su relación de patrocinio con el deporte: "Primero, el clásico de incrementar nuestra notoriedad. Segundo, establecer relaciones comerciales, públicas e institucionales. Tercero, aumentar el rendimiento de los trabajadores. Y cuarto, y más importante, alcanzar una sintonía total entre los valores del deporte y los de la



empresa, como son: lealtad, equipo, respeto, sacrificio, seguir las reglas de juego".

A continuación, Carlos Alberto García valoró que "el baloncesto optimiza el patrocinio, porque el baloncesto reúne con creces los valores que queremos transmitir a la sociedad".

Una de las novedades de la relación entre la FEB y Adecco ha sido 'Las Ciudades Adecco'. Un proyecto que Carlos Alberto García valora muy positivamente porque "nos ha permitido fomentar el baloncesto y las relaciones con los clubes. Hemos conseguido hacer llegar el baloncesto a las calles de las ciudades que hemos visitado y trasmitir a esa sociedad los valores del deporte".

Par finalizar, Carlos Alberto García valoró como "excelente la relación con la deporte, porque es un vínculo que nos ha aportado muchas cosas a Adecco. Además, vemos al baloncesto como un campo con enormes posibilidades y todos debemos trabajar unidos para alcanzarlas".

JOSE LUIS SAEZ



"ANCES SE INVERCIA EN EXICOS Y AHORA CAMBIEN EN VALORES"



El presidente de la Federación Española de Baloncesto (FEB), José Luis Sáez, cerró el II Congreso Adecco que durante dos días tuvo lugar en el hotel Eurostars de Madrid bajo el título "El valor de los valores".

El máximo responsable de la FEB mostró su agradecimiento a "todos los que durante un día y medio habéis compartido una visión diferente de lo que es el mundo del baloncesto pero que es también una visión de desarrollo". Saéz también tuvo palabras de agradecimiento para Adecco y para los ponentes, "que están compartiendo un proyecto con nosotros".

"La FEB tiene suerte porque nos hemos encontrado con unos socios que piensan igual. Hemos puesto nuestro granito de arena para decir que a través del deporte podemos cambiar la sociedad. Con todas estas las sinergias podamos crecer", afirmó el presidente de la FEB.

José Luis Sáez realizó un balance de las ponencias del II Congreso Adecco y destacó valores que se han repetido durante las charlas como el trabajo en equipo, la humildad – "no somos mejores que nadie pero no somos menos que nadie"-, hacer las cosas de una manera divertida y con naturalidad, la pasión, la confianza, el compañerismo o el compromiso y la lealtad, "como la que tienen nuestros jugadores y jugadoras que cada verano renuevan las posibilidades de conseguir nuevos objetivos".

"Todo esto lo ponemos al servicio de un talento, de un trabajo y una calidad, dejando para el final el concepto suerte", aseguró Sáez, que también recordó que "es muy importante ganar, pero también es muy importante la forma en que se gana y



para nosotros una de esas formas es implicarse en la sociedad".

Para terminar y haciendo referencia al lema de este II Congreso Adecco, Sáez concluyó que "antes se invertía en éxitos y ahora también se está invirtiendo en valores".

ARCHIVO FOTOGRAFICO















ARCHIVO FOLOGRAFICO















ARCHIVO FOLOGRAFICO















ARCHIVO FOLOGRAFICO













