

El 'método Promete'

El 'Método FEB' de desarrollo y promoción del baloncesto es harto conocido por los éxitos de las selecciones españolas en todas sus categorías. La maquinaria de comunicación y marketing ha hecho el resto. Sin embargo, un club de La Rioja (España) ha irrumpido con un nuevo modelo que ha despertado el interés no solo de profesionales del deporte, sino de formadores y especialistas en Educación. Se trata del Club Deportivo Promete, una organización que engloba 30 equipos y 320 jugadores y cuyo máximo exponente es el Campus Promete, una de las plantillas más destacadas de la Liga Femenina 2. En su primer año de proyecto, el club irrumpe en el baloncesto femenino con una estrategia de innovación educativa y social: pretende favorecer el desarrollo del talento personal en cualquiera de sus facetas, no solo en la deportiva.

Sobre la mesa de las oficinas del Club Deportivo Promete está el nombre de Howard Gardner. En algún momento también sale a relucir Ken Robinson. El verano ha comenzado y es momento de trabajar intensamente la planificación. Pero ninguno de los dos va a ser el próximo fichaje. El equipo compite en baloncesto femenino. Además, ninguno de los dos ha destacado por sus habilidades en la cancha, ni como entrenador ni como jugador. Entonces, ¿por qué dos referentes educativos son habituales en las conversaciones de un club de baloncesto femenino? Es el 'método Promete'.

El Club Deportivo Promete, anteriormente Club Baloncesto Las Gaunas, es un clásico dentro del deporte de base de La Rioja (España). En la última temporada ha iniciado un nuevo modelo que combina deporte y educación innovadora a través de la práctica del baloncesto. El proyecto, que engloba 30 equipos y 320 jugadores

de siete colegios públicos y concertados, **pretende que los deportistas "desarrollen su talento deportivo y humano, encuentren su vocación y reciban unos valores que implementen su personalidad"**. Son las palabras de Luis Cacho, presidente del club y de Fundación Promete, una organización que trabaja por el desarrollo del talento y que desde 2011 se ha involucrado en el apoyo, crecimiento y gestión del equipo de baloncesto.

Cacho es un empresario de reconocida trayectoria en el ámbito de Internet. Es uno de los cofundadores de Arsys, empresa de referencia en dominios y alojamiento en la Red, que vendió en 2008 en una de las mejores operaciones económicas que se recuerdan en el sector. Su visión y vocación, es docente, le llevaron a volcarse en este proyecto. "Entendemos el deporte como un facilitador. Por eso, nuestro trabajo en el club se basa en la educación a través del deporte. No solo enseñamos valores, sino que promovemos las capacidades de los



UN PROYECTO QUE NACE EN EL COLEGIO

Para conocer el origen del proyecto deportivo hay que viajar a 1992. Un grupo de padres del Colegio Público Las Gaunas de Logroño quería dar continuidad a la escuela de baloncesto del centro escolar. Decidieron dar un paso adelante. Así nació el Club Baloncesto Las Gaunas, que poco a poco se fue haciendo con un nombre en el baloncesto de base en el norte de España. Dos décadas después, el trabajo del club se vio recompensado con un gran logro: el ascenso a la categoría de plata del baloncesto femenino nacional en 2011.

En ese momento se inicia la colaboración con la Fundación Promete, que se convirtió en su patrocinador principal. Tras dos temporadas en las que el equipo se hizo respetar en la Liga Femenina 2, se produjo un punto de inflexión. El club estaba creciendo y necesitaba consolidar su estructura y organización para mantener el proyecto y aspirar a nuevos retos. Era junio de 2013. En ese momento, la asamblea del club decidió ceder sus derechos deportivos a Fundación Promete y éste se constituyó como Club Deportivo Promete. Esta temporada el club ha estado a punto de ascender a la máxima categoría del baloncesto femenino en España.



**“NO SOLO ENSEÑAMOS VALORES,
PROMOVEMOS LAS CAPACIDADES
DE LOS NIÑOS PARA QUE SAQUEN A
RELUCIR SU IDENTIDAD”**

Luis Cacho (presidente del club
y de Fundación Promete)

niños para que saquen a relucir su identidad y se desarrollen como personas”, explica. Según el máximo responsable del club, “cada niño es un proyecto en sí mismo”, y el baloncesto no deja de ser una ‘excusa’ en su formación: “Queremos que todos nuestros jugadores, independientemente de sus aptitudes deportivas, obtengan un beneficio de su paso por el club”.

El corpus del ‘método Promete’ está en ‘La Educación del Ser’, una profunda reflexión de Cacho sobre la necesidad de una educación personalizada, vocacional e inclusiva para motivar a los alumnos y conseguir “encuentros vocacionales” que posibiliten el máximo desarrollo de las capacidades de cada individuo. Aquí cobra sentido la conexión con las principales teorías psicológicas, pedagógicas y sociológicas de las últimas tres décadas y, por ende, con Gardner y Robinson. Ambos son una referencia en el campo de la innovación educativa gracias a su trabajo en el impulso de la creatividad y en el terreno de las inteligencias múltiples. Toda esta filosofía se puede ver en la práctica tanto en los entrenamientos como en las actividades

que promueve la fundación. Un ejemplo son denominados ‘Basket Promete’, unos campus semanales en los que los chicos, de 6 a 18 años, desarrollan competencias psicomotrices y deportivas, pero además descubren y potencian sus vocaciones (gestión, diseño, periodismo, medicina...) a través de la cultura del baloncesto. La fundación lo define como una “escuela creativa de baloncesto”.

Una red social de amigos y familia

La comunicación y el marketing del Club Deportivo Promete también son muy diferentes a lo acostumbrado. Basta con ver el concepto gráfico que se ha mostrado durante la última campaña. Por ejemplo, el mensaje de la cartelería de los partidos se aleja de los tópicos bélicos o motivadores en favor de personalizar cada encuentro con los valores de cada una de las jugadoras. Es decir, se muestra la fotografía de una de ellas y un cuadro en el que explica el valor con el que se identifica. Así, Laura Benedí es la colaboración, Naiara Galilea es el liderazgo o Miriam Goyache es la autoestima. Luis Birigay, director general y entrenador del primer equipo, ofrece en





FOTOS: © FUNDACIÓN PROMETE

este punto una visión muy interesante: “Las componentes del primer equipo están jugando un papel importantísimo en el proyecto. No solo por su esfuerzo en la competición. Su labor fuera de las canchas está ayudando al club a crecer en afición y cariño por parte de la ciudad”. El compromiso es máximo. Las jugadoras entrenan a los equipos de base del club y hacen que los más pequeños estén integrados en la filosofía de Promete desde el momento en el que empiezan a botar el balón. “Siempre que tenemos una actividad de club, más allá de la práctica deportiva, tienes a todas las jugadoras disponibles para lo que les solicites. Es como una familia”, indica Birigay. De hecho, el club ha conseguido una conexión emocional muy potente en esta última temporada. El nuevo modelo ha atraído a un público familiar a



Web del Club
Deportivo
Promete



Web de la
Fundación
Promete

Lobete, el centro deportivo municipal en el que juega sus partidos como local. El propio Birigay ha vivido la evolución en persona: “Al principio venían a vernos entre cincuenta y cien personas. Ahora tenemos partidos con 700 espectadores”. De hecho, Promete cuenta con 1.200 socios, que pueden acceder de forma gratuita a los encuentros. Esta labor fue reconocida por el Ayuntamiento de Logroño, que concedió al club el premio Deporte y Sociedad. Como indica Txisco Sainz, gerente del club, “estamos hablando de algo que va más allá de un club, porque hemos conseguido crear una red social en la ciudad, una red de amigos comprometidos con el equipo”.

El éxito del modelo social de club se traslada al plano deportivo. Promete cuenta con jugadoras que ya tienen una destacada trayectoria en competiciones internacionales. Es el caso de Paula Estebas. Formada en la cantera del club, es uno de los nombres de futuro del baloncesto español. Sus triples fueron fundamentales para que la selección española U20 ganara el Eurobasket en 2013. Más allá de sus logros deportivos, en Promete destacan y promueven su talento para las matemáticas o el violín. Es otra visión, otro modelo que está llamando la atención. ¿Lo tendrá ya Howard Gardner sobre su mesa? ■

CLAVES PARA ENTENDER EL MÉTODO PROMETE



Innovación social

Es habitual hablar de valores en los clubes deportivos. Sin embargo, en muchos casos esta etiqueta queda en un mero recurso de comunicación. El Club Deportivo Promete asienta sus bases en la estrategia de la Fundación Promete, con una larga trayectoria en el campo de la innovación social y educativa. El talento y los valores forman parte del núcleo de una fundación que va camino de las dos décadas en este área.



Apoyo de Luis Cacho

Empresario de éxito en el competitivo mundo de los negocios de Internet, Cacho se ha atrevido a apostar e invertir en un modelo desconocido hasta ahora en el deporte español. Dio un paso adelante cuando el club necesitaba crecer.



Impulso al deporte femenino

El club es uno de los mejores ejemplos de promoción del deporte femenino. Su filosofía indica que "el baloncesto femenino es un ejemplo que pone de manifiesto los valores de superación de la mujer en el deporte". Así, el club pretende "promover el deporte femenino a través de una imagen positiva del mismo, diversificada, exenta de estereotipos de género y enfocada a valorar el éxito personal y de equipo".



Conexión con la masa social

El club ha pasado de reunir a cincuenta espectadores por partido a tener asistencias que superan los 700 seguidores. Desde la fundación se ha trabajado intensamente una campaña de captación de socios. De hecho, en su primer año como Club Deportivo Promete, la política ha sido 'abonos gratis': ningún

socio ha tenido que pagar "con el fin de priorizar los objetivos deportivos y sociales sobre los puramente económicos". El público es familiar y en la capital riojana es conocido el gran ambiente de los partidos del equipo.



Las jugadoras activan el club

Las jugadoras del primer equipo son el principal valor para activar el club. Además de su esfuerzo en la parcela competitiva, participan de forma activa como entrenadoras de los equipos de cantera del Promete. El mensaje del club no puede tener mejores embajadoras.

metadeporte

LA 1ª REVISTA EN ESPAÑOL SOBRE ECONOMÍA,
EMPRESAS Y NEGOCIOS DEL DEPORTE

#6 JULIO-AGOSTO 2014

SEGUNDA ÉPOCA
METADEPORTE.COM



DOSSIER FANTASY SPORTS

Un negocio de **2.700** millones

A

DEPORTE BASE:
EL 'MÉTODO
PROMETE'

A

STEFAN SZYMANSKI
(SOCCERNOMICS):
"UN MUNDIAL NO
GENERA GRANDES
BENEFICIOS
ECONÓMICOS"

C

DAVID EPSTEIN
DISECCIONA
'EL GEN DEPORTIVO'
PARA METADEPORTE



*Shergul Arshad, CEO y
fundador de Mondogol
El 'day-trader' del fútbol
fantástico*

PATROCINAN Y COLABORAN:

Logroño deporte

PressMatic

Descansare
SLEEP LAB



2

MATERIA RESERVADA

STEVE BALLMER. ¿Por qué el exdirector de Microsoft ha comprado Los Ángeles Clippers. **06**

EL 'MÉTODO PROMETE'. Luis Cacho promueve un nuevo concepto de deporte base en baloncesto. **10**

ULTIMATE FRISBEE. El disco volador llama a las puertas del deporte profesional. **16**

SECOND SCREEN. El 'fútbol americano' domina la televisión social..., de momento. **20**

FUNDACIÓN TRINIDAD ALFONSO. Juan Roig traslada al deporte los valores que han hecho triunfar a Mercadona. **22**

BRASIL 2014. Entrevista al coautor de 'Soccernomics', Stefan Szymanski. **26**

BRASIL 2014. Dos corrientes de opinión para entender el valor económico de un Mundial de Fútbol. **30**

MODELO MEVF. El juego solo determina el 20% del valor de un futbolista como marca comercial. **32**

DOSSIER

FANTASY SPORTS. 33,5 millones de norteamericanos compiten en ligas fantásticas. **36**

ENTREVISTA

DAVID EPSTEIN. El autor de 'El Gen Deportivo' analiza la conexión entre talento y genética en la industria del deporte.. **40**