
ENTREVISTA

con



JORDI PALLARÈS

Gerente

ASOBAL

ASOBAL

Carlos Campos-ManagingSport.com: Como bien sabes, como lector nuestro, la primera pregunta acostumbra a ser los primeros pasos del entrevistado en gestión deportiva?

Jordi Pallarès-ASOBAL: Mi vinculación al deporte fue a través sobre todo del motociclismo. Yo empecé de forma amateur colaborando con la Federación Catalana de Motociclismo. Eso fue en los años 80. Al ser presidente de un club en mi pueblo durante 6 años, estuve organizando competiciones a alto nivel. Y por un ofrecimiento que me hicieron llegar de la Federación Catalana de Motociclismo fui secretario técnico de la misma. A partir de ahí, estuve 14 años vinculado con las federaciones tanto española como catalana y de forma profesional ocupando diversos cargos, empezando como secretario técnico, luego pasé a secretario deportivo y posteriormente fui director general. Por unas divergencias con la presidencia que en aquel momento había en la Federación Catalana, opté por dejar la federación porque los proyectos que había yo no los compartía. Y después de dejar la federación catalana, pasé a formar parte de ASOBAL.

Carlos Campos-ManagingSport.com: Y vinculación previa con el balonmano, ¿no habías tenido?

Jordi Pallarès-ASOBAL: Había tenido vinculación con el balonmano porque mi hijo jugaba a balonmano.

Carlos Campos-ManagingSport.com: Pero, quiero decir, en la decisión de contratarte por parte de la ASOBAL lo que había pesado era tu trayectoria como gestor en el motociclismo, más que cualquier vínculo con el deporte del balonmano.

Jordi Pallarès-ASOBAL: La ASOBAL hizo una selección para el cargo de gerente; una selección a la que se presentaron en aquel momento treinta y tantas personas de muy diferentes procedencias. Y después de pasar por una serie de selecciones, me escogieron a mí y pasé a formar parte de la ASOBAL. Y desde aquel día estoy aquí.

Carlos Campos-ManagingSport.com: ¿Eso fue en el año 2.003?

Jordi Pallarès-ASOBAL: Así es.

En muchas ocasiones se echó en cara a ASOBAL el no querer entrar en la dinámica de participar en lo que son las sociedades anónimas deportivas. Creo que fue un gran acierto y el tiempo nos ha dado la razón en esto. Se fue un precursor de las formulas de autocontrol, de las formulas de autogestión que ahora tan de moda están y con las que todo el mundo se llena la boca

Carlos Campos-ManagingSport.com: Prosigamos. Tengo aquí apuntado que la ASOBAL se constituye el 18 de Mayo de 1.984. Tú te incorporaste casi 20 años después, pero algo te habrán contado. No tenéis la consideración legal de deporte profesional. Quisiera contaras a nuestros lectores los principales avances que se han registrado en la liga ASOBAL desde aquel lejano año de 1.984.

Jordi Pallarès-ASOBAL: Ha habido un salto cualitativo en dos fases muy importantes. La primera fase es anterior a mi ingreso en la ASOBAL y creo que ahí se consiguieron una serie de cosas muy importantes como es el hecho -y entiendo que el tiempo nos ha dado la razón- de no vender entradas en la liga profesional con los condicionantes que la propia ley te exigía. Ese posicionamiento en su momento fue muy discutido y en muchas ocasiones se echó en cara a ASOBAL el no querer entrar en la dinámica de participar en lo que son las sociedades anónimas deportivas. Creo que fue un gran acierto y el tiempo nos ha dado la razón en esto. Se fue un precursor de las formulas de autocontrol, de las formulas de autogestión que ahora tan de moda están y con las que todo el mundo se llena la boca. Nosotros llevamos 15 años llevándolas a la práctica y ha sido algo que en el balonmano ha sido un acierto y nos ha llevado a la estabilidad que el balonmano ha tenido durante los 20 años de ASOBAL. Esto es muy importante.

Y un segundo salto cualitativo ha sido evidentemente la consecución de logros deportivos. Ciertamente es que con el potencial que ha tenido el balonmano en España, también debo ser crítico. En muchos casos no se ha aprovechado las oportunidades que se han dado alrededor del balonmano. Deportivamente ha alcanzado a otros juegos y el balonmano cuenta en estos momentos con nivel deportivo altísimo. La prueba está en que junto con la Bundesliga alemana, somos las dos ligas más importantes. Deportivamente tenemos la satisfacción de haberlo ganado todo después de muchos años y en todas las condiciones posibles: en casa y fuera de casa, con formato Final Four o con formato de liga y no sólo con un equipo sino con varios equipos. Y eso para nosotros es muy importante. Y que todo eso vaya acompañado de la intención -siempre dentro de nuestras limitaciones, que son muchas- de ofrecer el mejor espectáculo que podamos, la mejor imagen que podamos dar. Éste también ha sido un salto en los últimos 7 u 8 años. Y estamos poco a poco intentando mejorar.



© ASOBAL

Carlos Campos-ManagingSport.com: Comentabas vuestra decisión de no participar de la dinámica de las SAD y en cualquier caso, estamos viendo por ejemplo el caso del fútbol, que si bien en su gran mayoría los clubes son SAD, tampoco es que el autocontrol y el cumplimiento de las obligaciones haya estado siempre muy presente. Nuevamente, ahora se vuelve a reincidir en la necesidad del control económico por parte de la LFP.

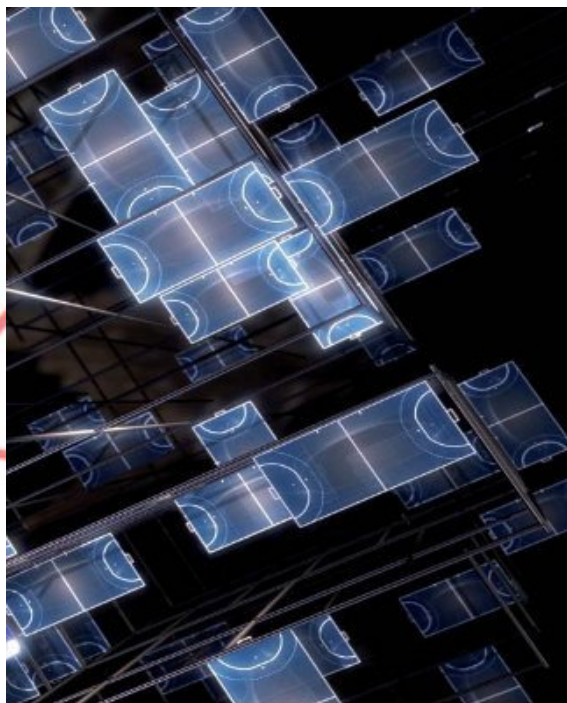
Jordi Pallarès-ASOBAL: Porque al final todo se debe a una necesidad de autogestión. Desde aquí, de lo que se trata es de que debemos ser claros y debemos ser transparentes. Y lo que no puede ser y no debe ser o no debería ser, es que el deporte esté por encima del bien y del mal. El deporte es un elemento más de nuestra sociedad y debe compartir los momentos que la sociedad vive. Cuando son momentos de alegría, cuando son momentos de bonanza, el deporte tiene que estar ahí y tiene que aprovecharse de esa bonanza. Pero cuando los momentos son difíciles, el deporte también debe aco-

modarse a los momentos difíciles. Una liga es una serie de clubes, una serie de empresas, una serie de organizaciones que viven en una economía que en la actualidad pasa por momentos difíciles. Y a partir de ahí es exigible un autocontrol que es muy difícil de llevar a cabo y con decisiones que tienes que tomar, que a veces no son las más agradables, pero que tienen que ser acordes la realidad de cada uno en nuestra parcela, en nuestro deporte.

Quizás no tienes la infraestructura y la capacidad como para generar lo que te requiere el lugar que ocupas. En según que momentos estaba siempre el recurso de las instituciones públicas, pero se ha llegado a una situación en que las instituciones públicas no pueden asumir qué costes para según qué actividades. Eso es traumático de aceptar, pero al final es la realidad

Carlos Campos-ManagingSport.com: Y si tiene que desaparecer algún club, pues que desaparezca. O que baje de categoría. Y si hay que tomar medidas, pues se toman. Vosotros habéis padecido los casos de Teka, Algeciras, Almería, Altea... Ahí tenemos también el caso del baloncesto ACB. En cualquier caso, no es sólo la fórmula jurídica adoptada. Tiene que haber también la voluntad y el compromiso de aplicar el control económico.

Jordi Pallarès-ASOBAL. El análisis suyo es no debe pasar nada, pero ahí hay una serie de condicionantes que si no se cumplen, te llevan a la desaparición evidentemente, a la desaparición de una categoría que a lo mejor no es la que te corresponde. O sea, todos tenemos la ilusión en diferentes objetivos de nuestra vida, todos tenemos la ilusión de estar en el máximo escalón posible pero a lo mejor no es el que te corresponde. A lo mejor no te corresponde ir con un BMW; a lo mejor te corresponde ir con un Seat, sin desmerecer... Y quizás no te corresponde porque no te puedes mantener, porque no tienes la infraestructura y la capacidad como para generar lo que te requiere el lugar que ocupas. En según que momentos estaba siempre el recurso de las instituciones públicas, pero se ha llegado a una situación en que las instituciones públicas no pueden asumir qué costes para según qué actividades. Eso es traumático de aceptar, pero al final es la realidad.



ASOBAL
C/ Fontsemita, 46 3^a C-D
089 20 - Barcelona
Tel: 93 480 85 24
Fax: 93 480 85 27

www.asobal.es
www.youtube.com/LigaASOBAL
www.facebook.com/ASOBAL
http://twitter.com/balonesmasASOBAL

© ASOBAL

Carlos Campos-ManagingSport.com: En su momento te invitaban a Cuenca para una ponencia. El título de la misma era “Gestión de las competiciones y objetivos prioritarios de la ASOBAL”. ¿Cuáles son estos objetivos? Entiendo también que en el momento actual, con la crisis

económica que nos acucia, es difícil hablar de objetivos prioritarios que no sean otros que salir del paso.

Jordi Pallarès-ASOBAL: Como bien dices, lo primero es la estabilidad que en los momentos actuales se ha de fortalecer, pero sobre todo el no perder las ocasiones que se presenten porque estos momentos también se generan ocasiones. Son los momentos donde es importante el posicionarse con seriedad y el demostrar que detrás de un posible proyecto ilusionante, también hay una firmeza y hay una honestidad y hay una capacidad para mantener una situación. A partir de ahí, dentro los objetivos, el primero ha de ser la imagen. La imagen cada día es más importante para todo el mundo y cada día debemos procurar más por ella. Cada día nos es más difícil estar en televisiones, en medios de comunicación y eso sólo podemos lograrlo con una imagen que sea coherente, que sea fácil de identificar para poder llegar a los sectores de los no aficionados al deporte; en concreto en nuestro caso, del balonmano. De esta forma, podremos poco a poco ir engrandeciendo lo que es nuestra parcela.

Somos el deporte en el que los clubes, proporcionalmente a sus ingresos, presentan menos deuda. Por lo tanto, tenemos capacidad de asumir estas deudas y somos un deporte que puede avanzar mucho. Y eso es importante: cuando has tocado casi techo en algo, es muy difícil, tienes muy poca maniobra para avanzar, y eso condiciona muchísimo

Carlos Campos-ManagingSport.com:
En el programa de la Cadena COPE
“De Rosca” apuntabas que la vía para resolver los problemas es asumirlos. La pregunta es obvia. ¿Cuáles son a tu juicio los principales problemas del balonmano español y de la liga ASOBAL?

Jordi Pallarès-ASOBAL: EL primero es el saneamiento de los clubes. Y digo estas palabras desde el optimismo que ofrecen dos elementos, básicamente. Que somos el deporte en el que los clubes, proporcionalmente a sus ingresos, presentan menos deuda. Por lo tanto, tenemos capacidad de asumir estas deudas y somos un deporte que puede avanzar mucho. Y eso es importante: cuando has tocado casi techo en algo, es muy difícil, tienes muy poca maniobra para avanzar, y eso condiciona muchísimo. En el balonmano, por suerte, todavía tenemos mucho campo por recorrer y tenemos mucha trayectoria por delante que debemos de aprovechar. Ya partir de ahí y como dije en esas entrevistas que tú comentas, sobre todo, la seriedad y el compromiso y el saber aceptar la situación en la que estás. Eso te ayuda a potenciar la gente de la cantera, te ayuda a potenciar valores -;imaginación al poder-... Y de alguna forma, tienes que ser más hábil en muchas cosas, en las negociaciones,...

DE ROSCA COPE
con Luis Malvar
Cada Lunes Todo el Balonmano sólo en cope.es

INICIO SECCIONES AUDIOS EQUIPO PODCAST

De Rosca, capítulo 26, con Luis Malvar (10-10-11)

[ESCUCHA AQUÍ] el capítulo 26º de "De Rosca", el programa especializado en el mundo del balonmano con Luis Malvar, Emilio Gorgojo, Fernando Urra y Juan Carlos Amón con estos contenidos:

- Entrevista a Edu Fernández, jugador del Balonmano Atlético de Madrid tras el empate de los rojiblancos ante el Chekovskie en la Liga de Campeones.
- Análisis de la División Honor Plata masculina con Juancho Pérez
- Toda la información del balonmano femenino con Nerea Pena, jugadora del ASFI Itxako y la entrevista a Patricia Eiorza, jugadora del BM Castro.
- La Primera Nacional con Alberto Salinas
- Y, por supuesto, "Los Pajaritos", de Luis Malvar

CONTACTA CON DE ROSCA COPE
@deroscacope
deporte@cope.es

Me gusta A 390 personas les gusta esto.

Búscanos en Facebook facebook

Derosca Me gusta

Derosca Liga ASOBAL 6ª Inmortal Amara Sport

© Cadena COPE

Carlos Campos-ManagingSport.com: También tenía aquí conmigo otra entrevista, de Febrero de 2011, en Marca realizada por Javier Romano, que aparecía con el titular “ASOBAL vista por la ASOBAL”. En la misma señalabas que ibais a crear una Comisión de Autocontrol. Meses después, ¿qué puedes comentarnos sobre la misma?, ¿en qué situación se encuentra?

Jordi Pallarès-ASOBAL: Nosotros creamos internamente una comisión interna de la propia ASOBAL, además de la comisión de seguimiento que hace el control de los clubes y su seguimiento presupuestario desde hace más de 15 años y que está también formada por la Federación Española de Baloncesto y la Asociación de Jugadores. En dicha comisión interna se han empezado a generar ideas, proyectos que se han de desarrollar y poner en práctica. Algunos de ellos ya se han trasladado a nuestra Asamblea General para que ya se vayan asumiendo por cada uno de los clubes. Estas ideas van desde fórmulas de contratación hasta la relación que tienen que tener los clubes con los intermediarios, con los agentes de los jugadores, con los propios jugadores... y evidentemente, el autocontrol exigible que tenemos que tener cada uno para de alguna forma no adular las competiciones. Esto es algo que en muchos casos estamos oyendo en el fútbol. Y eso es lo que queremos evitar.



© Marca

Los recursos que vienen de las entidades públicas, sea directa o indirectamente, se acaban porque las entidades publicas a día de hoy tienen otras prioridades. Ahora bien, sí quisiera destacar la necesidad por parte de los clubes, por parte de las organizaciones deportivas de disponer de una vez por todas de una Ley de Mecenazgo. Esto debería ser prioritario

Carlos Campos-ManagingSport.com: Hay una problemática muy presente en demasiados clubes deportivos y es la excesiva dependencia económica de las subvenciones públicas. Tú has precisado recientemente en una entrevista en 20Minutos que no es algo exclusivo del balonmano sino de todo el deporte profesional, que “guste o no, depende del dinero público”. Por no pasar por alto, que retrasos en el impago de la misma te ocasionan tensiones de tesorería.

Jordi Pallarès-ASOBAL: Es que siempre estamos en la cola. Los recursos que vienen de las entidades públicas, sea directa o indirectamente, se acaban porque las entidades publicas a día de hoy tienen otras prioridades. Ahora bien, sí quisiera destacar la necesidad por parte de los clubes, por parte de las organizaciones deportivas de disponer de una vez por todas de una Ley de Mecenazgo. Esto debería ser prioritario. Nosotros en conversaciones con el Consejo Superior de Deportes y con el propio Alejandro Blanco, presidente del COE, en muchas ocasiones les hemos manifestado nuestro interés en que hubiera una Ley de Mecenazgo con capacidad de poder dar unos

beneficios fiscales, aunque fueran con fecha de caducidad. Estos beneficios no tienen porque ser para siempre pero en unos momentos en los que la Administración no puede soportar el tener que aportar dinero a las organizaciones y clubes deportivos, sí que debiera ofrecernos alternativas para que los podamos generar. Se trataría de poner en marcha algo transitorio para que tengamos capacidad al menos de sobrevivir. Eso es muy importante. Esa debería ser una de las prioridades de los dirigentes políticos actuales. Se habrían de implantar unas vías y unas fórmulas para que el dinero publico llegase a las instituciones privadas. Y todo ello, con el consiguiente control. Porque si no, es como pasó con las Sociedades Anónimas Deportivas. Las Sociedades Anónimas Deportivas, que no dejan de ser un buen intento y una buena idea, se pervirtieron al cabo de 24 horas. Los españoles somos muy dados a esto. Y algo que debía haber correspondido a la sociedad civil, al final no fue así. Me refiero al hecho de adquirir unas acciones, de disponer de acciones y de capitalizar unos clubes y de ocuparse de la gestión de los mismos. Y no fue así en el caso de España porque ¿quién ha comprado las acciones y quién continúa comprándolas?.. Pues las entidades publicas. Eso no puede ser. Y no puede ser de esta forma porque al final los perjudicados somos el propio deporte. Evidentemente, unos más que otros, por lo que te decía antes del impacto de cada uno de los deportes en esta sociedad. En cualquier caso, esto no se debería producir y los dirigentes políticos ahí tienen un reto. ¿Por qué no diseñar una formula transitoria para que podamos sobrevivir en este contexto actual de gran crisis económica?

Las Sociedades Anónimas Deportivas, que no dejan de ser un buen intento y una buena idea, se pervirtieron al cabo de 24 horas. Los españoles somos muy dados a esto. Y algo que debía haber correspondido a la sociedad civil, al final no fue así. Me refiero al hecho de adquirir unas acciones, de disponer de acciones y de capitalizar unos clubes y de ocuparse de la gestión de los mismos. Y no fue así en el caso de España porque ¿quién ha comprado las acciones y quién continúa comprándolas?.. Pues las entidades publicas



© 20Minutos

Carlos Campos-ManagingSport.com. Cambiemos de tema. En esta entrevista ya has hablado de la necesidad de ofrecer un servicio, de los aficionados al balonmano, de los que son aficionados al deporte pero que son lo son del balonmano y que pudieran llegar a serlo. A mí personalmente me resulta muy significativo lo que te voy a comentar. Óscar del Ama, Director del Mundial de Balonmano España 2013, nos escribía en noviembre de 2010 una columna de opinión. En la misma señalaba, entre otras cosas, lo siguiente relativo al acto final de presentación de la candidatura de España al Mundial de Balonmano: “En la presentación final que la Federación Española de Balonmano hizo en Herzogenaurach se hizo una

referencia a un comentario muy empleado en los últimos meses por el presidente de la IHF, Dr. Hassan Moustafa: ‘Tenemos un gran producto, tenemos que venderlo’’. Pero es que uno recuerda que eso mismo que apunta el presidente de la Federación Internacional, ya se decía años atrás. Aquí tengo conmigo lo que se escribía a inicios de los 90 en las páginas del diario El País: “... el balonmano no da el salto de la atracción popular, porque es un caos organizativo, con una liga clandestina que no se vende ni apenas se sabe cuándo se celebra. Y todo ello resulta más sangrante aún cuando se trata de la mejor liga del mundo, pues aquí se dan cita la mayoría de jugadores extranjeros notables, incluidos ya hasta los soviéticos”. Sobre este asunto, algunos aludirían también al Campeonato del Mundo de 2005 o al efecto Urdangarin.

Jordi Pallarès-ASOBAL: Yo soy muy crítico en ese sentido. Como tú bien dices, desde hace 20 años se está hablando siempre de los mismo: “Que tenemos un buen producto pero que no sabemos venderlo”. Pero yo creo que es una verdad a medias. Tenemos un muy gran producto. ¡Correcto!, pero no hemos sabido adaptarlo a los tiempos actuales. Más que no saberlo vender, no hemos sabido adaptarlo. El balonmano continúa con unas reglas que son muy difíciles de entender para quien no sea un aficionado muy fiel y muy técnico al balonmano. Para una persona que es consumidor de deporte pero no específico del balonmano se hace muy difícil el entender los pasivos, el entender los pasos, el entender las faltas en ataque.... Creo que nos ha faltado pedagogía, pero pedagogía a nivel de calle, a nivel de usuario. Los grandes tecnicismos, las grandes charlas teóricas, las grandes charlas técnicas ayudan algo para que se haga un cuerpo o un tejido técnico importante sobre el balonmano en este país. Pero no se ha sabido calar en el público en general.

Como tú bien dices, desde hace 20 años se está hablando siempre de los mismo: “Que tenemos un buen producto pero que no sabemos venderlo”. Pero yo creo que



© RFEBM

es una verdad a medias. Tenemos un muy gran producto. . Correcto!, pero no hemos sabido adaptarlo a los tiempos actuales. Más que no saberlo vender, no hemos sabido adaptarlo. El balonmano continúa con unas reglas que son muy difíciles de entender para quien no sea un aficionado muy fiel y muy técnico al balonmano

Yo siempre pongo el mismo ejemplo; quizás por deformación de donde vengo. En ese sentido, el motociclismo y la Fórmula 1 han alcanzado las metas que han alcanzado y están donde están porque se ha sabido trasladar un mundo que es extremadamente técnico al usuario. Y se ha trasladado con un lenguaje de calle. Y se han explicado las cosas de forma que la gente lo ha sabido entender, aunque no te gustara la Fórmula 1. Ha habido un tiempo que ha sido realmente un tostón, pero han sabido adaptarlo y han sabido trasladarlo al usuario. Al balonmano eso es lo que le ha faltado: el saber trasladar, con un lenguaje que todo el mundo pudiera entender, unas reglas muy complicadas; reglas que también deberían ser modificadas en algunos casos. Eso se debería hacer. Y es algo que desde

ASOBAL hemos pedido. En muchas ocasiones, hay también una sobresaturación de las competiciones de balonmano, que lo único que hacen es restarse importancia entre ellas. Nosotros tenemos un Mundial que se juega cada dos años, un Europeo que se juega cada dos años y en un ciclo olímpico jugamos 5 competiciones en 4 años. Eso no le ocurre a ningún otro deporte. Además, el nuestro es un deporte autóctono europeo y un Campeonato de Europa tiene igual o más importancia que un Mundial. ¿Y qué pasa? Pues que un campeón del mundo, como hemos sido nosotros, dura no más de 8 meses con el reconocimiento que ello conlleva. Y enseguida, vuelves a estar enfrascado en Pre- Europeos, en clasificatorios para no sé qué, en clasificatorios para no sé cuánto,... Disfrutas poco del gran éxito que has conseguido y esto algunos creen que es la panacea. Al contrario, yo creo que esto es lo que satura. Nuestros equipos y nuestros jugadores tienen una sobresaturación deportiva que hace que baje el nivel, que baje el rendimiento y que haya más lesiones.

Carlos Campos-ManagingSport.com: En ese sentido, hay algo que se dice cada vez más en marketing. Y es que no se trata de más marketing sino de mejor marketing. Y lo que sería lo mismo: no se trata de más producto sino de mejor producto.

Jordi Pallarès-ASOBAL: Correcto. Una prueba de esto la tenemos, y creo que ha sido uno de los pasos más grandes que ha dado el balonmano en los últimos 20 años, con la fórmula de la Final Four. Los clubes han conseguido mostrar que realmente un producto bien mejorado puede llegar a las dos cotas que han llegado las dos Final Fours que llevamos. Éste es un grandioso efecto para el balonmano y eso se consigue saturar al espectador del balonmano. Ha sido extraordinariamente positivo que puede seguir una competición durante un tiempo en fase de grupos para llegar a una Final Four que ofrece las mejores galas. Esto es importante, pero esto deja de ser importante cuando al cabo de un mes te vuelven a empezar otras competiciones, te vuelven a empezar las competiciones internacionales. E insisto, eso te lleva a una dinámica de sobresaturación.



© ASOBAL

Hay también una sobresaturación de las competiciones de balonmano, que lo único que hacen es restarse importancia entre ellas. Nosotros tenemos un Mundial que se juega cada dos años, un Europeo que se juega cada dos años y en un ciclo olímpico jugamos 5 competiciones en 4 años. Eso no le ocurre a ningún otro deporte. Además, el nuestro es un deporte autóctono europeo y un Campeonato de Europa tiene igual o más importancia que un Mundial

Carlos Campos-ManagingSport.com: ¿Y qué nos puedes contar sobre cifras de asistencia en canchas de balonmano ASOBAL?

Jordi Pallarès-ASOBAL: Yo soy de los que pienso que en España, la cultura del deporte indoor es muy diferente a la de países como Alemania. No nos podemos comparar con Alemania. Muchas veces decimos de forma demasiado crítica: “Es que no somos alemanes, no ponemos 20.000 espectadores en un pabellón...”. ¡Evidentemente! No tenemos 20.000 espectadores. Ni nosotros ni ningún deporte indoor en este país, porque en la cultura mediterránea lo que nos encontramos son unos espectadores de deporte que -como yo digo- llegamos 5 minutos antes al partido y si podemos, nos vamos 2 minutos antes. ¿Y por qué? ¡Porque somos así! El espectador indoor alemán es un espectador muy diferente al de aquí. Primero, porque en la calle hace mucho frío. Casi toda la temporada deportiva se juega en la época en la que se pasa mucho frío en las calles. Y porque los estadios son sitios donde hay restaurantes, donde hay tiendas de merchandising, donde hay comida... Y a veces, pasan más de 5 horas en un recinto cerrado. Y aquí no te apetece, por estar por la calle y tomar el sol. Es otro punto de vista. Yo creo que en España los partidos tienen un techo de 6.000, 7.000 espectadores y es una muy buena cifra. Evidentemente, en eventos puntuales podemos llegar a 10.000, porque tenemos capacidad para ello y somos suficientemente buenos, deportivamente hablando. Pero no tenemos que intentar alcanzar metas que sabemos que no vamos a alcanzar, porque es la cultura de este país.

En España, la cultura del deporte indoor es muy diferente a la de países como Alemania. No nos podemos comparar con Alemania. Muchas veces decimos de forma demasiado crítica: “Es que no somos alemanes, no ponemos 20.000 espectadores en un pabellón...”. Evidentemente! No tenemos 20.000 espectadores. Ni nosotros ni ningún deporte indoor en este país

Carlos Campos-ManagingSport.com: La contratación y potenciación de profesionales de marketing en los clubes ASOBAL también podría ayudar en este sentido. Ya hace años la ACB estableció la necesidad de un director de marketing en cada club del baloncesto profesional español.



© HBL

Jordi Pallarès-ASOBAL: Ésta es una de las grandes lagunas que tienen los clubes de balonmano en España. Es uno de los aspectos en los que debemos incidir. Es uno de los aspectos en los que la comisión que antes comentamos ha incidido. Es el de la formación. Es el de los cursos que nosotros habíamos dado para los dirigentes y para los gestores de los clubes de balonmano. Pero, ahí tenemos que incidir nosotros más y tenemos que ser más eficientes. Tienes toda la razón a la hora de compararnos con, por ejemplos, los clubes de ACB. Ahí sí que nos tenemos que poner las pilas, al margen de gestionar profesionalmente los clubes y de estar pies a tierra. Hay que reconocer que estamos dos pasos por detrás y hay cosas que tenemos que lanzar. Y la prueba está en que los clubes que tienen directores de marketing, han conseguido otro tipo de recursos, llevan el día a día de otra

manera, son capaces de hacer campañas de captación... Sin embargo, aquellos clubes que lo hacen de una forma más amateur, están en franca desventaja.

Tienes toda la razón a la hora de compararnos con, por ejemplo, los clubes de ACB... Hay que reconocer que estamos dos pasos por detrás y hay cosas que tenemos que lanzar. Y la prueba está en que los clubes que tienen directores de marketing, han conseguido otro tipo de recursos, llevan el día a día de otra manera, son capaces de hacer campañas de captación...

Carlos Campos-ManagingSport.com: Otro asunto. Si alguien de fuera del deporte te preguntara cuál es la función de una liga profesional, ¿qué le dirías? Es algo que hemos preguntado también a otros de nuestros entrevistados como Javier Lozano, presidente de la LNFS, o Carmelo Ezpeleta, CEO de Dorna Sports.

Jordi Pallarès-ASOBAL: Yo creo que la función de una liga debería de ser, sobre todo, el poder gestionar globalmente los intereses particulares de cada uno de los clubes que la forman. Es un tema muy complicado, porque en nuestro caso son 16 clubes; cada uno con sus características e idiosincrasias particulares. Se hace muy difícil. Son intereses distintos, que no son iguales para los grandes clubes de la liga que para los pequeños. Lo que debemos perseguir es la unión de todos los esfuerzos y los equilibrios necesarios para que se produzcan las menores injerencias posibles. Y es muy difícil, casi imposible en algunos aspectos. Evidentemente, los que tienen más recursos, siempre los podrán aplicar mucho mejor. Y tendrán muchos más recursos deportivos que los que tienen menos, pero sí que debemos ser la balanza que compensa estos desequilibrios que ya de por sí se dan. Creo que la ASOBAL ejerce una función de equilibrio entre esos clubes, tratando de ser lo más justos posibles y, evidentemente, lo más delicados posibles en una reunión donde somos todos de un mismo color. Y ahí debe estar la liga para gestionar de forma conjunta, en nuestro caso, 16 intereses distintos. Para eso debe servir una liga.



© FEB -José Luis Sáez

Carlos Campos-ManagingSport.com: En cualquier caso, tiene que ser difícil para los profesionales de una liga y en tu caso concreto, como máximo cargo ejecutivo de la ASOBAL. Me estaba acordando de unas palabras del presidente de la FEB José Luis Sáez, cuando le entrevistamos en ManagingSport.com. Él nos decía: “Yo soy un estado sin territorio. Yo soy el desarrollo de lo que hagan los demás”. Al presidente o al director general de una liga, o a los profesionales de la misma probablemente le gustaría ver más avances en los clubes. Ciertamente es que no lo vas a

conseguir por imposición. Sáez, por ejemplo, ha señalado que se ha avanzado con todos aquellos que se han querido incorporar a su “secta”. Es más una cuestión de liderazgo, de promover una cultura organizativa caracterizada por el deseo de innovación. No sé si a ti, como profesional, las peculiaridades de lo que es una liga te llegan a producir una cierta desazón o una cierta incomodidad o insatisfacción.

Jordi Pallarès-ASOBAL: En muchas ocasiones, sí que te gustaría poder tomar decisiones más vinculantes y que afectarían o que pueden afectar a una parte de los asociados. Siempre he pensado, y es que además es la realidad, que los clubes son los propietarios de la liga como asociación; con lo cual, es muy difícil el poder imponer según qué estilos. Ahí esta también una parte de equilibrio, de lo que antes hablábamos. Yo creo que es clave el poder ser capaz de convencer a los propietarios de la asociación de clubes que tú gestionas, que vean las cosas de la manera que tú piensas que pueden ser beneficiosas para una mayoría o la totalidad de los asociados... Y muchas veces te encuentras en la tesitura de lo que comentabas tú: ¿Estoy quizás solo ante el peligro?.. Evidentemente, detrás hay un presidente y un secretario general con quien ya has debatido, has hablado de miles y una cosas y de mil y una fórmulas a la hora de presentar los proyectos. Yo creo que hay que saber estar, hay que saber ver en qué momentos la asociación debe tomar parte porque es un problema asociativo y en qué otros momentos no debe entrar porque es problema de un club en particular. Es un equilibrio y una toma de decisiones que muchas veces se hacen complicados.



© ASOBAL – Pabellón Huesca

En muchas ocasiones, sí que te gustaría poder tomar decisiones más vinculantes y que afectarían o que pueden afectar a una parte de los asociados... Es clave el poder ser capaz de convencer a los propietarios de la asociación de clubes que tú gestionas, que vean las cosas de la manera que tú piensas que pueden ser beneficiosas para una mayoría o la totalidad de los asociados...

Carlos Campos-ManagingSport.com: Otro tema y también para que nos hagamos una idea de la magnitud que presentan hoy día los clubes ASOBAL, ¿qué requisitos se pide en la actualidad a un club para ser club ASOBAL?

Jordi Pallarès-ASOBAL: Se les piden unos mínimos requisitos técnicos. Por un lado, se les pide un pabellón con un mínimo de 3.000 espectadores, que sea homologado, que cumpla la normativa. Y se les exige asimismo que tengan la capacidad de gestionar el club. Aunque no les exigimos, en el sentido al que nos referíamos antes, una estructura profesional dentro del club, sí que les exigimos unos mínimos, evidentemente. Y a partir de ahí, unos requisitos económicos y unas exigencias eco-

nómicas que controlamos tanto directamente como a través de la Comisión de Seguimiento. Cumpliendo estos requisitos, tienen la posibilidad de ser integrantes de la asociación. Han de depositar unas cantidades patrimoniales que cuando por desgracia un club desciende, éste recibe en la proporción que le corresponde respecto al valor patrimonial que entregó. Con lo cual y como ha ocurrido aquí, un club que a lo mejor ha estado 20 años en la liga y ha tenido que bajar de categoría, ha percibido unos beneficios patrimoniales muy importantes en comparación al valor patrimonial que en su momento depositó. Y eso ocurre cada año. Ésta es una fórmula que se aprobó internamente en ASOBAL, que ha funcionado y que funciona. Y en ese sentido, la ASOBAL ofrece una serie de garantías y de participaciones que lo que hacen es, como te decía antes, igualar el más pequeño al más grande. O sea, dentro de ASOBAL todos tienen la misma participación y eso les da la fuerza de ser iguales a la hora del voto.

En ASOBAL como liga se registra una circunstancia -evidentemente en todas-, pero yo creo que en ASOBAL es mucho más acentuada. Y es que si bien hay sólo 3 ó 4 clubes que pueden ganar la liga (2 con más posibilidades y otros 2, con algo menos posibilidades), lo que sí se produce es que cualquiera de ellos puede perderla en cualquier partido con cualquier equipo de la liga

Carlos Campos-ManagingSport.com:
Ya que hablas de pequeños y grandes, ¿qué nos puedes comentar acerca del balance competitivo en vuestra liga?



© ASOBAL

Jordi Pallarès-ASOBAL: El tema los grandes y pequeños en el mundo del deporte es un asunto muy complicado. Y eso que normalmente el pequeño da sustos. En ASOBAL siempre diferencio entre los clubes con participaciones europeas y los clubes que no participan en competiciones europeas. ¿Y por qué? Por lo que supone el calendario europeo y los condicionantes que nos impone. Otra vez junto a la alemana, somos las dos ligas que más equipos aportan a las competiciones europeas: de 16 equipos, aportamos 7. Y esto trastoca los calendarios nacionales en cuanto a enfrentamientos.

Carlos Campos-ManagingSport.com: **Al margen de esto, tú mismo has apuntado que la ASOBAL la forman clubes con gran diferencia de potencial.**

Jordi Pallarès-ASOBAL: Sí, así es. Totalmente de acuerdo. Aparte de esto, está la diferencia económica entre los clubes ASOBAL, como sucede entre los clubes de cualquier otra liga. En ASOBAL como liga se registra una circunstancia -evidentemente en todas-, pero yo creo que en ASOBAL es mucho más acentuada. Y es que si bien hay sólo 3 ó 4 clubes que pueden ganar la liga (2 con más posibilidades y otros 2, con algo menos posibilidades), lo que sí se produce es que cualquiera de

ellos puede perderla en cualquier partido con cualquier equipo de la liga. Y esto es muy importante porque al final no es una liga que se decide en los enfrentamientos directos entre los dos de arriba o los tres de arriba, sino que al final se decide en muchos enfrentamientos con los de abajo. Y eso se traduce en que no puedes bajar la guardia en ningún partido, tanto en casa como sobre todo fuera, que es donde pueden saltar y, de hecho, suelen saltar muchísimas sorpresas a lo largo de cada temporada. Deportivamente, los clubes que tienen más potencial económico, más recursos económicos, cuentan con más posibilidades. El poderío económico evidentemente se tiene que trasladar a la pista y eso ocurre. Pero esa igualdad a la hora de jugar los partidos en el balonmano, sí que genera una expectativa y es muy difícil pronosticar los resultados. Como bien sabes uno de nuestros patrocinadores es una casa de apuestas, bet-at-home, y algo de lo que hablamos siempre es que el balonmano a la hora de apostar es muy interesante porque es muy incierto. Y la prueba está en muchos resultados que se dan y las últimas temporadas se han dado victorias de equipos pequeños sobre equipos grandes con las que nadie contaba. Y esto es muy importante para la liga, para la competitividad de la liga.

Carlos Campos-ManagingSport.com: Llegados a este punto, es obligado referirse al traslado del Balonmano Ciudad Real a Madrid y el nuevo conjunto que aparece: el Balonmano Atlético de Madrid. He leído declaraciones tuyas cuando algún equipo se incorporaba a la ASOBAL y, en ocasiones, te congratulabas de algunas de las nuevas incorporaciones por el hecho de que contaran con una gran afición al balonmano. Para el Atlético de Madrid no es nuevo este deporte. El referente histórico está ahí y contando con una gran afición. ¿Cuál es tu valoración de lo sucedido?

Jordi Pallarès-ASOBAL: En relación al asunto Ciudad Real-Atlético de Madrid, lo que me produce a mí personalmente como gerente de ASOBAL es una sensación agri dulce. Evidentemente que un club se tenga que trasladar de su localidad de origen a otra ciudad, sea la que sea, es una decisión muy dura. Es una decisión que cuesta mucho tomar y que conlleva muchos condicionantes. Y lógicamente, si a la parte que es más afectiva, que es la de los seguidores, la de la gente que lo ha vivido desde el primer día, la de la gente que ha acompañado al equipo, le dicen de golpe y porrazo que su equipo va a desaparecer, es normal que se produzca una reacción de indignación o de no entender o de criticar según qué actuaciones. Y es sano que se produzca. Es que es muy duro para ellos: pierden su identidad. Pero, si para algo ha servido el Balonmano Ciudad Real es para dos cosas. Primero, para elevar la notoriedad del nombre de Ciudad Real. Ciudad Real es conocida a nivel mundial en el deporte por un equipo de balonmano que ha conseguido los más grandes éxitos



© bet-at-home

deportivos que puede lograr un equipo. Y segundo, y es algo que ya se percibe y se va a notar más con el tiempo y a muy corto plazo, es la creación de esa necesidad de balonmano en la ciudad. Si bien, en un primer momento el caso ha provocado una reacción negativa, ésta se va a convertir en positiva con el posible embrión de nuevos objetivos. La afición está ahí, es una buena afición y lo ha demostrado. Y algo nuevo va a surgir, probablemente con otros objetivos pero con un fin común bueno para todos, que es el balonmano al nivel que sea y en la categoría que sea. Habrá que hacer un seguimiento del caso. Yo personalmente estoy expectante acerca lo que se produzca en los próximos meses. Al margen de esas reacciones negativas que si bien no las comparto, las entiendo, se va a producir un revulsivo en positivo. De eso estoy seguro.

En relación al asunto Ciudad Real-Atlético de Madrid, lo que me produce a mí personalmente como gerente de ASOBAL es una sensación agridulce. Evidentemente que un club se tenga que trasladar de su localidad de origen a otra ciudad, sea la que sea, es una decisión muy dura... Por otro lado, el traslado de lo que es la estructura del Balonmano Ciudad Real a la capital de España de la mano del Atlético de Ma-



© BM Atlético Madrid

drid, abre unas expectativas para la liga muy favorables

Por otro lado, el traslado de lo que es la estructura del Balonmano Ciudad Real a la capital de España de la mano del Atlético de Madrid, abre unas expectativas para la liga muy favorables. ¡A quién no le gusta ver un Barça-Madrid!, y digo Madrid porque al final, Atlético o Real es el nombre. Lo importante es el apellido. Es una expectativa que se genera que debemos aprovechar. Se registra también más repercusión mediática. Un Atlético de Madrid-Barcelona engancha y si somos capaces de vincular, de poder explicarlo bien, de poder darlo a entender, conseguiremos que mucha gente acabe siendo aficionados al balonmano.

Carlos Campos-ManagingSport.com: En cualquier caso, tampoco ha sido la fórmula de la “absorción” la que se ha registrado. No es el club de fútbol Atlético de Madrid el que ha “absorbido” al Balonmano Ciudad Real. Como señaló en su momento su Director General, Luis Miguel López: “Nosotros nunca seríamos una sección del Atlético de Madrid. El club podría llevar su nombre pero nunca estaríamos bajo su presidencia”. También se ha de tener presente como los clubes de fútbol se deshacían de secciones por su elevado coste económico en relación a los ingresos que generaban.

Jordi Pallarès-ASOBAL: Yo creo que está siendo una fórmula muy inteligente para las dos partes, para los dirigentes del Balonmano Ciudad Real y para los dirigentes del Atlético de Madrid. Es una

fórmula mixta en la que los riesgos son riesgos para todos y las posibilidades de avance son para todos. Pienso que va a ser muy provechoso. Hay que ver la capacidad del propio Atlético de Madrid, que seguro que la tiene, de movilizar a su masa social; a una masa que, como tú bien decías, ya ha vivido el balonmano, que ha sido un referente en el balonmano español, y que va a recuperar en buena parte en una ciudad como Madrid. Entiendo que será un punto de inflexión para el balonmano español.

Carlos Campos-ManagingSport.com:
Al margen de, y en lo que respecta a la Real Federación Española de Balonmano, del comunicado de hace unos meses por el impago, con el estamento federativo está siempre presente el asunto del calendario. En la entrevista que comentábamos antes de “ASOBAL vista por ASOBAL”, llegabas a afirmar que éste “es el gran drama del balonmano”. Y este comentario tuyo es de 2011. Pero es que tengo aquí conmigo lo que se publicaba en el diario deportivo Marca sobre la ASOBAL en Febrero de 2000 en un título titulado “Esta Liga no es seria”. Y esto era parte de lo que se escribía: “El abecé del marketing es que el vendedor crea en su producto y lo presente de la forma más atractiva posible. La Liga ASOBAL, los clubes que la forman, o no creen en su competición o les importa bien poco el modo en que llega al aficionado: deslavazada, anárquica e imposible de seguir. El enésimo ejemplo lo dan esta semana: los partidos de la decimoséptima jornada se solapan con la Copa ASOBAL y se desperdigan a lo largo de ¡cinco días! Todos los intentos hechos, y han sido muchos, para convencer a los clubes de la necesidad de racionalizar el calendario para permitir una mejor cobertura informativa, han sido estériles”. ¿En los últimos tiempos se ha avanzado algo al respecto del tema calendario?



© ASOBAL-V. Salgado. Luis Miguel López

Jordi Pallarès-ASOBAL: No se ha avanzado prácticamente nada, lamentablemente. Nosotros somos el tercer elemento dentro del diseño del calendario y yo esto, desde que estoy en ASOBAL, no me canso de intentar inculcarlo a todo el mundo, sobre todo, a los periodistas. Primero está lo que dice el calendario internacional y la Federación Internacional (IHF), buscando las fechas de Campeonatos del Mundo, otros Campeonatos Intercontinentales y Olimpiadas. Luego, se pasa a manos de la Federación Europea (EHF) y ahí se incluyen todo lo que son competiciones tanto de selecciones como de clubes a nivel europeo. Y a partir de ahí es cuando nos llega a nosotros y es con esos condicionantes, con los que tenemos que ubicar tanto nuestra liga como nuestras competiciones.

Además, muchas veces hemos sido criticados duramente y yo creo que injustamente por tener tantas competiciones de ASOBAL. Tenemos la liga y además, tenemos tres competiciones: la Copa, la Supercopa y la Copa del Rey. ¡Es que es muy fácil elaborar un calendario en blanco. Fecha que tú pierdes, fecha que coge otro. Y eso es muy duro de asumir. Nosotros hicimos una propuesta a la Fe-

deración Internacional y a la Federación Europea hace, sino recuerdo mal, 6 años en Noruega. Hicimos una reunión y les propusimos hacer un calendario en blanco respetando que cada año hubiera un Mundial y cada año hubiera un Europeo, pero limitando las fases de clasificación para las selecciones “Top”. Y sin pretender que siempre tuviéramos que estar nosotros sino estableciendo un baremo y sin que los 5, los 4 o los 3 primeros tuvieran que estar en estas clasificaciones. Y además, que un año se hiciera Mundial A y otro año se hiciera Mundial B, o Europeo A o Europeo B. Evidentemente, nosotros liberaríamos fechas y los jugadores tendrían más descanso. Y es que aquí se produce una dinámica. Y es que al final el que lo paga es el jugador. Los jugadores se quejan y también hay que tener en cuenta que éstos donde más peso específico tienen es los deportes individuales. En nuestro deporte, el balonmano, los jugadores están indignados. Lo padecen y lo sufren. Ellos son la pieza fundamental de todo esto pero lo asumen, juegan, se sacrifican y al final, lo pagan. En esta reunión que mantuvimos, aportamos un estudio médico realizado por gente de fuera del balonmano; un estudio que demostraba que lo que se estaba haciendo con el jugador era una auténtica locura. Con el calendario tal y como está, es imposible recuperar lesiones, es imposible que un jugador de balonmano tenga la vida profesional que tienen los deportistas en otros deportes, por la saturación, por el sobre esfuerzo y el poco tiempo de recuperación que tienen. Y al final, todo esto se traduce en que tanto la IHF como la EHF están matando la gallina de los huevos de oro .

Con el calendario tal y como está, es imposible recuperar lesiones, es imposible que un jugador de balonmano tenga la vida profesional que tienen los deportistas en otros deportes, por la saturación, por el sobre esfuerzo y el poco tiempo de recuperación que tienen. Y al final, todo esto se traduce en que tanto la IHF como la EHF están matando la gallina de los huevos de oro

Carlos Campos-ManagingSport.com: Pero generalmente parece que lo que se transmite en determinados foros es que las federaciones son entes dádivosos y que las ligas profesionales, por contra, lo único que pretenden es el “business”.



© ASOBAL

Jordi Pallarès-ASOBAL: No es así. Con la IHF no tenemos relación, porque no podemos tenerla, porque ellos sólo tienen relaciones con la federación europea y las federaciones nacionales. Yo creo que no quieren tener relaciones con los otros estamentos del balonmano mundial como podemos ser las ligas. Con la Federación europea a día de hoy creo que son inmejorables. Y ya sabes, que llegamos a tener que interponer una demanda contra la EHF por la ocupación y el aprovechamiento de nuestros activos. O sea, vamos a trasladarlo a otro sector del mundo laboral. Imagínate que el Banco Central Europeo cogiera a los máximos dirigentes de cada uno de los países y se los llevara a trabajar para él durante dos meses al año. Y que no solamente controlase el trabajo de estos dirigentes sino que además el

suelo de estos trabajadores los continuara pagando los bancos de donde provienen. Y si además a uno de estos directivos le viene un ataque de apendicitis, te lo devuelven para casa y piden otro.

Carlos Campos-ManagingSport.com: Y con la Bundesliga, ¿sucede otro tanto respecto a sus relaciones con el estamento federativo internacional?

Jordi Pallarès-ASOBAL: Igual, igual. Entonces, nosotros lo que dijimos fue que si ellos se llevan a nuestros jugadores -Y en eso nos equivocamos; estamos hablando de profesionales o no. Y si son profesionales, son trabajadores- y si nosotros los clubes somos empresas, eso hay que trasladarlo a la realidad. Y en esa realidad, si usted se lleva a mi trabajador durante cuarenta o cincuenta días al año, yo debo percibir algo en compensación. Porque no es lógico que yo tenga que continuar pagando los salarios. Y toda esa presión se llevó a cabo, no por el hecho en sí de percibir una contraprestación y no te diré que no la queríamos, pero sí te diré que no era lo primordial. Esa presión la hicimos para que nos tuvieran en cuenta y nos escucharan con la finalidad de conseguir un calendario más homogéneo y más llevable a nuestras competiciones. Esa era el arma que teníamos para poder provocar esta reunión. Finalmente, la EHF lo entendió a falta de pocos días para que se produjera el dictamen de nuestra demanda; una demanda que fue aceptada por la Dirección General de la Competencia de la Comisión Europea en Bruselas. Y se quisieron reunir con nosotros. Estuvo el entonces Secretario de Estado Jaime Lissavetzky acompañándonos en una reunión en Viena donde se expusieron estos temas y donde conseguimos algunas ventajas para el calendario de competiciones ASOBAL, incluida la liga. ¡Y es que tienes que realizar cierto tipo de actuaciones para poder lograr que te escuchen!

Carlos Campos-ManagingSport.com: Y en esta búsqueda de un nuevo estado de cosas, entiendo que entra en juego ahora la Asociación Europea de Ligas Profesionales de Balonmano.

Jordi Pallarès-ASOBAL: Correcto. Todo lo anterior desembocó en actuaciones posteriores muy positivas. Primera, a raíz de esta demanda nuestra se creó un G-14 en el balonmano, donde los más importantes clubes de balonmano europeos se unieron y tienen una estructura, el Group Club Handball, que ahora es la que representa a nivel internacional y europeo los intereses de los clubes de balonmano. Y segunda, también llevó a que las ligas constituyéramos una Asociación Europea de Ligas Profesionales de Balonmano, la EHPLA. Ahora somos 7 ligas las que estamos dentro de esta asociación que sirve para trasladar de forma directa y sin tener que mediar, según que tipo de medidas, nuestros intereses y nuestras inquietudes ante los órganos de la IHF.



© ASOBAL Javier Zuriarrain

Carlos Campos-ManagingSport.com: ¿Y quiénes son sus dirigentes?

Jordi Pallarès-ASOBAL: En el Group Club Handball el presidente es un español, Joan Marín. El gerente es Gerd Butzeck, un hombre muy ligada al balonmano a nivel europeo. Y en la EHPLA el presidente es el presidente de la Bundesliga, Reiner Witte, y nuestro presidente, Javier Zuriarrain, es el vicepresidente. La sede está aquí en ASOBAL. El Group Club Handball y la EHPLA están presentes en el Professional Handball Board (PHB) que se creó a raíz de la insistencia y las presiones que ejercimos. El PHB está compuesto por los representantes de las federaciones nacionales, clubes, ligas y jugadores profesionales europeos, con dos representantes de cada grupo de los que componen el Consejo. Y realmente tiene un poder de decisión dentro de la IHF. Nosotros tenemos dos miembros: uno por la vía EHPLA y otro por la vía Club Handball. Es algo bueno que sacamos de toda esta presión. Las relaciones son, y creo que deben serlo, de una calma tensa. Hay días mejores y hay días peores pero yo comparto, como tú dices, que la imagen de las ligas profesionales es la de que somos los que tenemos la pasta, de que somos de los que estorban en según qué temas... Pero no es así. No es la realidad, aunque quizás todas las asociaciones profesionales no hemos sabido explicar cuál es nuestra misión.

La imagen de las ligas profesionales es la de que somos los que tenemos la pasta, de que somos de los que estorban en según qué temas... Pero no es así. No es la realidad, aunque quizás todas las asociaciones profesionales no hemos sabido explicar cuál es nuestra misión

Carlos Campos-ManagingSport.com: Ya que hablamos de Europa, aparte del tema de indoor y la cuestión de la climatología que apuntabas previamente, ¿qué tienen los clubes de la Bundesliga que no tienen los de la ASOBAL? Y me refiero al apartado de gestión. ¿Es la Bundesliga de balonmano el modelo a seguir? Uno de los internacionales de vuestro deporte, Alberto Entreríos, manifestó en su momento lo siguiente: “Si yo fuera más joven, estaría aprendiendo alemán”. En el deporte rey, el fútbol, también se alaba el modelo alemán en lo que respecta a su seriedad en los compromisos adquiridos y a su mesura y su correcto dimensionamiento. Así lo ponen de relieve estudios internacionales. También no hace mucho el vicepresidente del Betis y administrador judicial José Antonio Bosch señalaba en EIDesmarque.es que en lo que respecta al modelo a adoptar por el conjunto verdiblanco, su apuesta es por el modelo alemán. “El fútbol más estable en Europa”, indicaba.



The screenshot shows a news article from the website 'EL DESMARQUE SEVILLA'. The main headline is 'Un Betis con un modelo de gestión 'a la alemana''. Below the headline is a photograph of José Antonio Bosch, the club's vice-president, speaking at a press conference. The article text mentions that Bosch has announced a 'change' in the club's management model, inspired by the Bundesliga. It also notes that Bosch is not the president but will be the first to announce the name of the president. A sidebar on the right contains an 'Agenda del día' section with details about training sessions and matches.

© EL DESMARQUE

Jordi Pallarès-ASOBAL: La gran diferencia, aparte de lo que comentamos antes del tema asistencia a pabellón, está en en la organización profesional de los clubes. Esto genera toda una serie de ventajas que nosotros de momento no hemos sabido aprovechar. Independientemente de que no es extrapolable el tema de asistencias a pabellones, entiendo que si nuestra única aspiración es que queremos que vengan 15.000 personas a los pabellones, estamos equivocados. Esa no debe ser la meta. El objetivo ahora debería ser conseguir unas mínimas estructuras profesionales que gestionen los clubes las 24 horas. Esta es la gran diferencia con los clubes alemanes. Efectivamente, ahí está la seriedad que tú comentas en la comparación con el fútbol, con la liga española, porque tú tienes la responsabilidad que tienes y bajo tu responsabilidad, actúas como actúas. Evidentemente, todo esto queda más diluido cuando tú gestionas de una forma amateur y de un modo, digamos, entre amigos. Una cosa conlleva la otra y pienso que éste debe ser el reto ASOBAL en los próximos años. Insisto, éste es el gran diferencial con la Bundesliga. Lo demás, me parece muy bien y es muy lícito que al jugador le apetezca ganar 20.000 en lugar de 3.000. Eso es normal pero al final, los éxitos han sido para los españoles.

Independientemente de que no es extrapolable el tema de asistencias a pabellones, entiendo que si nuestra única aspiración es que queremos que vengan 15.000 personas a los pabellones, estamos equivocados. Esa no debe ser la meta. El objetivo ahora debería ser conseguir unas mínimas estructuras profesionales que gestionen los clubes las 24 horas. Esta es la gran diferencia con los clubes alemanes

**Carlos Campos-ManagingSport.com:
Ahora, vuestras relaciones con el Sindicato de Jugadores.**

Jordi Pallarès-ASOBAL: Nuestra relación en la actualidad con la Asociación de Jugadores en la actualidad es más que correcta. Es muy correcta y muy positiva la dinámica que ha habido en los últimos tiempos con la presidencia

de la Asociación de Jugadores. Ha sido muy cordial. Hablamos, discutimos pero al final llegamos a conclusiones que son positivas para las dos partes. Lo es para el sindicato de jugadores y para la patronal. Hemos firmado la renovación del convenio con muy pocas reuniones, con muy pocas divergencias y todo eso nos lleva a un proceso de relación muy positivo. Evidentemente, siempre hay puntos de vista diferentes y es lógico discutirlos y es bueno que de mutuo acuerdo se tomen las decisiones que se tengan que tomar. Por eso digo, que la relación es inmejorable en estos momentos. Y hemos avanzado también en el autocontrol. Al principio de toda esta crisis, llegamos a un acuerdo tanto con entrenadores como con jugadores de la ASOBAL, y firmamos un manifiesto conjunto e el que señalábamos que debíamos tomar medidas y que tenía que haber un posicionamiento común. Esto no se ha visto en otros deportes. Hemos sido los primeros y creo que los únicos -los primeros, seguro- en abogar por esfuerzos de contención económica. Esta declaración de intenciones



© AEGON

ha sido muy positiva y ha sido un punto más para que la relaciones con jugadores y entrenadores sean inmejorables, con todos los tira y aflojas que surgen en momentos de discusión o de negociación de determinados puntos. Y al final siempre salimos convencidos de lo que acordamos y con la intención de aplicar lo que acordamos.

*Al principio de toda esta crisis, llegamos a un acuerdo tanto con entrenadores como con jugadores de la ASOBAL, y firmamos un manifiesto conjunto e el que señalábamos que debíamos tomar medidas y que tenía que haber un posicionamiento común.
Esto no se ha visto en otros deportes*

Carlos Campos-ManagingSport.com: Corresponde ahora el turno a la cobertura mediática con la que cuenta la ASOBAL. Tenéis un acuerdo de colaboración firmado con la Cadena COPE.

Jordi Pallarès-ASOBAL: El gran acuerdo con la Cadena COPE es el manifiesto de intenciones que estamos llevando a cabo y que vamos consiguiendo plasmar en la realidad. El presidente de la COPE y el consejero delegado han trasladado su intención del que el balonmano tenga cada vez más presencia porque para ellos es un deporte muy importante. Y se valen de todas las armas de que ellos puedan disponer para irnos posicionando dentro de su cadena. Estas relaciones son las más positivas. ¿Y por qué? Porque lo que hacen es establecer una actuación de confianza y de comunicación absoluta. Es muy difícil para un deporte como el balonmano el llegar a según que medios que lo que pueden ofrecer son unas buenas condiciones económicas para que compres espacios. Esto para nosotros es muy difícil, porque si bien sí debería ser una prioridad el comprar esos espacios, el problema es que si estás en uno, no estás en otro. Cuando estamos hablando de acuerdos, nosotros somos capaces de llegar a acuerdos con todos y cada uno de los medios (escritos, de radio, televisión, etc.). pero es muy difícil que podamos asumir la compra de esos espacios. La difusión del balonmano a nivel local y a nivel de regional está muy muy bien establecida. En cambio, a nivel nacional es muy complicado que nosotros nos podamos posicionar. Además, hay que tener en cuenta la dinámica que, sobre todo, los medios escritos están teniendo en los últimos tiempos.



© ASOBAL-Cadena COPE

Carlos Campos-ManagingSport.com: También no sé si en tu análisis se contemplaría el hecho de que la gran mayoría de periodistas deportivos parecen sólo estar interesados y/o documentados para hablar de fútbol. Se antoja complicado que hablen de balonmano cuando es un deporte que muchos no conocen. Antes tu mismo hablabas del balonmano como un deporte difícil.

cil de seguir por todo aquel que no es muy aficionado. Decías que se hace difícil entender los pasos, los pasivos, las faltas en ataque...

Jordi Pallarès-ASOBAL: Totalmente de acuerdo. En comparación con ACB...

Carlos Campos-ManagingSport.com: Ellos tienen sus comisiones, sus encuentros para estudiar como mejorar las relaciones y la presencia en los medios de comunicación...

Jordi Pallarès-ASOBAL: Eso es algo que hizo muy bien en su momento la liga de baloncesto, que ha sabido mantener y que nosotros no hemos sabido hacer. Y fue el crearse una auto-necesidad en todos los medios de comunicación. O sea, si tú generas periodistas que hablen de ASOBAL, que hablen de balonmano; estos periodistas necesitarán la plataforma para hablar de ASOBAL y esta plataforma necesitará de ASOBAL. Al final, es una rueda que se va moviendo por la propia inercia. Es importante crear esos periodistas que se especialicen en un deporte. Nosotros, por desgracia, todavía estamos inmersos en el polideportivo y eso es un lacra. No dejas de estar en esos espacios que quedan. Esto es malo evidentemente y tenemos que ser capaces de poco a poco ir generando esas necesidades o auto-necesidades tanto para periodistas como para medios de comunicación.



© ASOBAL

Nosotros, por desgracia, todavía estamos inmersos en el polideportivo y eso es un lacra. No dejas de estar en esos espacios que quedan. Esto es malo evidentemente y tenemos que ser capaces de poco a poco ir generando esas necesidades o auto-necesidades tanto para periodistas como para medios de comunicación

Carlos Campos-ManagingSport.com: Para dar por concluida esta entrevista, hablemos de vuestros patrocinadores.

Jordi Pallarès-ASOBAL: Respecto de los patrocinadores, nosotros tenemos una relación excelente con los actuales y con lo que hemos tenido hasta ahora. Quizás hemos estado en los mejores sitios en los peores momentos. Bien sabes que tuvimos un acuerdo con Alliance, un patrocinador muy importante en un momento muy importante y la relación con ellos actualmente es realmente muy cordial y excelente. Se acabó por un mandato desde Alemania, y coincidiendo con la Copa América aquí en España, de suprimir otros patrocinios como el patrocinio directo del balonmano. Sin embargo, cumplieron hasta el último momento. Nosotros también y ha quedado, como te he dicho, una relación excelente. En el caso de Sabadell-Atlántico pasó prácticamente lo mismo. Una decisión estratégica de Sabadell-Atlántico que optó más hacia las personas, hacia las figuras de Guardiola y

Messi, y hacia un patrocinio basado únicamente en un torneo, que les da un gran prestigio, como es el Conde de Godó de tenis. Como decía, fue una decisión de cambio de estrategia y tenemos también una relación excelente y continuamos teniendo momentos de conversación con ellos. Por lo demás, los patrocinadores que nos apoyan, lo hacen desde hace mucho tiempo. Son “partners” fieles a nosotros y nosotros fieles a ellos porque en muchas ocasiones valoramos más los momentos de disfrutar que no la contraprestación pura y dura. A veces, mirándolo desde el punto de marketing o de estrategia, a lo mejor no es lo más adecuado pero desde el punto de vista de “feeling” y de relación sí es lo más oportuno. Por ello, podemos decir que son amigos y son amigos fieles y están a nuestro lado y nos apoyan, desde bet-at-home, Santiveri, Kyocera,... Y son los que nos ayudan, de la misma manera que yo querría también destacar el gran apoyo que hemos tenido de Televisión Española aunque luego hayamos tenido polémica sobre las formas de difusión. Y evidentemente, con Digital Plus con la que nos une una relación de amistad desde hace muchos años y con ellos estamos ligados de una forma permanente y con muy buenos resultados.

Respecto de los patrocinadores, nosotros tenemos una relación excelente con los actuales y con lo que hemos tenido hasta ahora. Quizás hemos estado en los mejores sitios en los peores momentos... En muchas ocasiones valoramos más los momentos de disfrutar que no la contraprestación pura y dura. A veces, mirándolo desde el punto de marketing o de estrategia, a lo mejor no es lo más adecuado pero desde el punto de vista de relación sí es lo más oportuno

Carlos Campos-ManagingSport.com: Eso es todo. Muchas gracias, Jordi.

Jordi Pallarès-ASOBAL: Gracias a ti.

¿POR QUÉ CREES QUE SOMOS
PROVEEDORES OFICIALES?

Porque en Kyocera promovemos el espíritu de
lucha, el compañerismo, la colaboración y el
esfuerzo con que se identifican los deportistas.

KYOCERA

ASOBAL Proveedor Oficial de
Servicios de Impresión

© Kyocera