

ENTORNO

Francisco Blázquez (Rfebm): “Pedimos a los patrocinadores que se involucren más allá de ‘Hispanos’ y ‘Guerrereras’”

El presidente de la Federación de Balonmano explica los nuevos retos que afronta este deporte tras haber sorteado la crisis económica.

Patricia López

19 may 2017 - 04:59

Image not found or type unknown



Francisco Blázquez llegó a la presidencia de la Real Federación Española de Balonmano (Rfeb) en plena crisis económica. Su victoria fue la culminación de un periodo de tres años de intensa preparación para presentar un proyecto que sedujera lo suficiente como para imponerse a la candidatura de José Javier Hombrados, entonces portero del Atlético de Madrid. Elegido en 2013, el directivo se marcó como objetivo reestructurar la organización y relanzar este deporte desde la base. Cuatro años después, ha sido reelegido y ahora aspira a seguir adelante con su hoja de ruta.

“El reto es seguir desarrollando el balonmano base, el *handball* playa y sumando apoyos especialmente de los patrocinadores”, explica Blázquez a *Palco23*, y recuerda que “en 2013 me encontré con un agujero económico y ahora hemos salido de la crisis y reorganizado la federación”. Fueron obras integrales, tanto desde el punto de vista

organizativo como de infraestructura. “Remodelamos un edificio que no se había tocado en 70 años y reforzamos nuestra relación con las marcas”, comenta, sobre unas actuaciones que permitieron a la federación cerrar 2015 con unas ganancias de 306.783 euros, un 71,3% más que en 2013, según las cuentas a las que ha tenido acceso este diario.

Fue el efecto de una estrategia de marketing que permitió a la Rfebm aumentar la facturación publicitaria un 36,5% entre 2013 y 2015, en plena crisis económica. La publicidad es, junto a los ingresos derivados de la organización de competiciones, la mayor partida de ingresos de un organismo que cuenta con 19 empresas patrocinadoras. “Para mí son lo más importante. La clave está en que las marcas se sientan identificadas con el deporte. Yo siempre les digo que su aportación va más allá de la ayuda económica, que su patrocinio está vinculado al balonmano, no sólo a los éxitos deportivos. Y, por supuesto, es de vital importancia que su aportación tenga un retorno económico”, explica el presidente.

Otro de los pilares sobre los que se sustenta la federación es la organización de torneos. A excepción de la Liga Asobal, la entidad promueve todas las competiciones que se disputan en España. Se trata de una labor muy vinculada a la promoción del deporte base y femenino, dos ejes centrales de la gestión de Blázquez al frente de la federación. “Sin balonmano base no hay élite. La federación española, junto con las autonómicas, pilotamos el balonmano base”, explica.

Pero, ¿en qué se materializa este trabajo? El ente ha lanzado programas para estimular la práctica de este deporte con el fin de que los públicos más jóvenes se identifiquen con la disciplina. “Organizamos campeonatos de España por autonomías a nivel infantil, cadete y junior para motivar a los jugadores y que se esfuercen para llegar a la absoluta”, detalla. Sin embargo, desde 2010 la cifra de licencias ha caído un 3%. Según los últimos datos facilitados por el CSD, el balonmano es el séptimo deporte en número de fichas, con 92.716 en 2015, por detrás del fútbol, el baloncesto, la caza, el golf, el montañismo y el judo.

Esta disciplina también es la octava deporte con más federadas en el país, una realidad que el presidente vincula con la creación de referentes que ha supuesto el éxito de la selección femenina. “Desde el organismo estamos poniendo en valor el trabajo que están realizando y dando visibilidad e imagen al balonmano femenino, aprovechando el tirón de *Las Guerreras*”, explica sobre la importancia de sacar partido del buen momento que ha atravesado esta disciplina, tras ganar el bronce en el Mundial de 2011 y los Juegos Olímpicos de 2012.

Como resultado, “a nivel base se está dando una tendencia a organizar más competiciones femeninas que masculinas porque hemos reforzado la apuesta por su modalidad”, explica el máximo responsable de la federación, que también tiene muchas esperanzas depositadas en el balonmano playa. “El clima invita a practicarlo y está creciendo de manera espectacular”, argumenta sobre una disciplina que ya ha conseguido destronar al vóley playa en cuanto a seguidores y repercusión mediática.

Para el directivo, es el efecto inmediato de “haber incentivado la producción televisiva propia, tanto en balonmano playa como en competiciones femeninas”. La búsqueda de la sostenibilidad de los campeonatos no es un camino sencillo, ya que, según desvela, han tenido que “economizar al máximo los recursos y pedir a los *sponsors* que se involucren más allá de su colaboración con *Los Hispanos y Las Guerreras*”.

Pero, ¿qué hay de la Asobal? Algunos clubes de la liga han visto mermada su actividad, como por ejemplo el BM Aragón, ya desaparecido, o el Balonmano Guadalajara. Tras las denuncias de impagos, el IV convenio colectivo del balonmano profesional ha obligado a cada club a depositar un aval de 51.000 en concepto de garantía salarial. “La relación con la Asobal es correcta, pero cada uno busca sus intereses. A veces coincidimos y otras veces no, pero se trata de buscar el entendimiento”, admite Blázquez.

Según el presidente, “el balonmano español no está reconocido como liga profesional porque los clubes no están preparados para convertirse en sociedades anónimas”. De ahí que se haya acentuado la fuga de talento hacia otras ligas europeas donde los jugadores, seducidos por una mejora salarial y una liga con mayor proyección.