

LOTERÍA DEL NIÑO

BARCELONESES GLOBALES

LEVERKUSEN



Fernando Carro
Consejero delegado del Bayer Leverkusen, club de la Bundesliga. Antes fue directivo mundial de Arvato, consejero de Bertelsmann



Barcelona
Global

www.barcelonaglobal.org

BARCELONA

El fútbol profesional en Barcelona sigue la tendencia de la estructura organizativa del fútbol español, marcada por el trabajo de La-Liga para equilibrar balances, evitar distorsiones competitivas originadas por un descontrol económico, cuidar el producto y expandir la audiencia, otorgando un poder decisorio a los operadores televisivos. Los grandes avances no siempre se han traducido en un cuidado de los intereses de los aficionados, quienes a veces ven cómo su club pasa de unas manos a otras sin garantías de que la identidad se respete. El seguidor global y la apertura de mercados son fundamentales para la competitividad, pero no debería olvidarse al socio, al abonado y al aficionado local, que configuran el modo de ser y de competir de un club, y, no lo olvidemos, sus posibilidades de sobrevivir en un mundo tan cambiante.

LOS AVANCES NO SE HAN TRADUCIDO EN CUIDAR LOS INTERESES DE LOS AFICIONADOS

LEVERKUSEN

El fútbol alemán se unió a comienzos de siglo para hacer una reforma integral de su organización y estructura, reforzando sus raíces en un doble sentido: identidad y aficionados. Medidas como la creación de una red nacional de escuelas formativas, la “regla 50+1”, la obligación de invertir en la base para competir en Bundesliga o reducir precios de las entradas acercaron al fútbol alemán a su razón de ser: el aficionado. Y así lo tiene interiorizado el Bayer 04 y todos sus seguidores de Leverkusen, y del país. Además, los controles en la gestión son muy exigentes, manteniendo la confianza del aficionado. La comunicación es otra área prioritaria: es difícil que entrene un técnico que no hable alemán. En definitiva, una forma integral de entender, organizar y desarrollar los clubs, la competición y la normativa pensada por y para el aficionado.

LA COMPETICIÓN Y LA NORMATIVA PENSADA POR Y PARA EL AFICIONADO

‘TO DO’

Hay que mejorar el modo de dirigirse al seguidor, el principal responsable de que el fútbol sea lo que es. Se trata de un cambio importante en el que el Barcelona y su fútbol de élite pueden ser parte activa e impulsora. Un cambio en el que el fútbol cuide de sus intereses y costumbres, su cantera, su capacidad formativa y su fuerza como herramienta educativa y de integración; en el que los criterios televisivos no sean los únicos que determinan el horario de los partidos y dejen a un padre y su hijo sin ir al campo; en el que la gestión sea responsable, acorde a un plan estratégico y desligada de una propiedad. El fútbol se ha convertido en un referente en diversos ámbitos pero siempre hay oportunidades de mejora. El aficionado es una de las más importantes.

HAY QUE MEJORAR EL MODO DE DIRIGIRSE AL SEGUIDOR

“Con el dinero me jubilaré y seguiré viajando a África”

» VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

alguna de las especialidades de la casa como si no hubiera pasado nada: rabo de toro, callos, caracoles, patatas bravas... En una de las mesas los dueños, José Antonio González y Àngela Rafols, compartían un té con Glòria Queral, una cliente de toda la vida que regenta una tienda de moda muy cerca de su negocio y que, como ellos, se llevó un buen pellizco. “Somos discretos”, dice Àngela Rafols, quien tiene claro para qué van a servir los 400.000 euros de los dos décimos que se habían reservado. Quiere jubilarse y dedicarse a lo que más le gusta: viajar a África. “Yo he nacido aquí por circunstancias de la vida, pero mi corazón está allí y por eso viajo a Gambia o a otros países siempre que puedo”. Durante años, ella y su marido han acogido en casa a niños saharauis que han convivido con su único hijo, un ingeniero naval que vive en Tarragona, que ayer se acercó a Barcelona para comer con ellos y que les hará abuelos la próxima primavera. Si algo tiene claro esta familia que tiene una clientela fiel desde hace 35 años es que una parte del dinero que les ha tocado irá a alguna causa justa. ¿Se va a comprar algo especial? “Ya tengo dos casas en India”, bromea Àngela. “Las compramos por 2.000 euros con una amiga para ponerlas a nombre de un grupo de mujeres, de modo que si sus maridos las repudian serán ellos quienes tendrán que abandonar el domicilio”.

De los 16 empleados que trabajan con ellos les ha tocado la lotería a casi todos. En la cocina, Paquita Jiménez ríe con ganas. ¿Qué hará? “¡Jubilarme!”. Ya ni se acuerda de cuántos años lleva en la casa pero serán unos 30. No hará lo mismo Àngela Rafols, que seguirá en su tienda de ropa pero sí espera vivir más des-



ALEX GARCIA

Celebración en la administración La Sort, en Travessera de Gràcia, que repartió el primer premio íntegro

ahogada. “Lo primero que haré es comprar un buen colchón. Después, un viaje con mis hijos”.

En Sabadell, los Reyes Magos han dejado un gran regalo a la ciudad. El tercer premio del Niño, el número 20148, cayó ayer íntegro, después de venderse por ventanilla en la céntrica administración número 1 del paseo de la Plaça Major y dejó nueve millones de euros. La cifra agraciada no era una cualquiera. Los responsables de la administración, Julià Larqué y Montse Ferrer, explicaron ayer, muy emocionados, que “se trata de un número al que estamos abonados desde hace 50 años. Lo hemos vendido todo por ventanilla, incluso el sábado por la tarde, porque lo teníamos colgado. Es un número que llevamos todo el año. Por Navidad y Reyes tenemos



CRISTINA JOLONCH

Los dueños del Xanfrà Gaudí (primero y tercera), abonados al 37142

todas las series”, detallaban. “Así que si alguien vino el sábado a comprar, que revise los números, que es posible que lleve el premiado. Eso sí, serán unos buenos Reyes”, apuntaban, entre risas, tras descubrir la buena suerte que han repartido. Los ganadores de este tercer premio se llevan 25.000 euros por décimo y 250.000 por serie. La administración sabadellense ha vendido el 80% de las series, unos 360 décimos en total. Pasado el mediodía, nada más conocerse los resultados, afortunados y curiosos se fueron acercando a esta popular administración –que hace 105 años que funciona–, ubicada en la prolongación de la rambla de Sabadell, cortada al tráfico rodado en festivo. En un momento, se montó una alegre algarabía, regada con cava y con muchas

La administración sabadellense ha vendido el 80% de las series, unos 360 décimos en total

llamadas telefónicas, risas nerviosas y abrazos sinceros. “¡Ha tocado a mucha gente, todo está muy repartido!”, gritaba una señora que ni afirmaba ni desmentía si le había sonreído la fortuna. Una de las ganadoras, Núria Prunera, explicó que había comprado el número a última hora. “Teníamos un número de Navidad y ayer fui a cambiarlo. Vi el 20148, que era el mismo de donde yo jugaba al baloncesto”. Y se lo quedó. Ayer por la mañana, mientras abría los regalos de Reyes con su familia, supo viendo la tele que el azar les había dado un nuevo regalo. Con este dinero, asegura, acabará de pagarse los estudios universitarios y ahorrará. Otro afortunado es Juan Andújar, que el jueves pasado compró uno de los décimos. “Al lado de mi casa hay un bar que tiene el 20147, el número anterior a este. Cada año vengo aquí a comprar un décimo y cuando vi este número, que era uno más que el del bar me hizo gracia. ¿Qué haré con el dinero? Una parte para mis nietos y otra para guardar en el banco”.