

Santiago Palomera, Director General de Mondo Ibérica

“En Aragón se diseñan, desarrollan y fabrican equipamientos para los más importantes eventos deportivos del mundo, como los Juegos Olímpicos”



Muchos zaragozanos y aragoneses desconocen que, en un evento deportivo de primer nivel, como unos Juegos Olímpicos, unos campeonatos del mundo o intercontinentales o las mejores ligas del mundo, cuando las cámaras de TV apuntan al escenario deportivo captan la imagen de un producto creado, diseñado, desarrollado y producido por Mondo Ibérica, y que esta compañía tiene en Zaragoza su sede corporativa, su centro de diseño, investigación, desarrollo y producción de equipamientos deportivos, pavimentos, graderíos, asientos y electrónica deportiva.

La firma Mondo fue fundada hace 60 años y, desde entonces, se ha consolidado a base de innovaciones, ideas y patentes hasta convertirse en una de los mayores fabricantes del mundo de material deportivo. Hoy, el grupo está formado por 30 compañías repartidas por Europa, América y Asia y comercializa sus productos en 196 países de este ancho mundo. Mondo aprovechó su participación como proveedor oficial de los Juegos Olímpicos de Barcelona para apostar por el mercado español creando Mondo Ibérica, que eligió como sede social Zaragoza.

Sobre esos principios que le vieron nacer, por su desarrollo y por su presencia en Aragón hablamos con el Director General de Mondo Ibérica, Santiago Palomera.

Ya sabemos el motivo, los Juegos Olímpicos de Barcelona 1992, pero ¿por qué eligieron Zaragoza?

- La privilegiada localización geoestratégica de Zaragoza fue decisiva para que nuestra firma se decidiese por ubicar aquí sus oficinas centrales y sus centros de diseño, investigación y producción de equipamiento deportivo. Desde entonces nuestra presencia en Aragón ha ido creciendo y consolidándose. En 2002 construye en Borja su centro productivo para todo el Grupo Mondo del césped artificial deportivo y decorativo, con una producción de 2,5 millones de metros cuadrados de césped al año. Este centro productivo en Borja ha ido creciendo y hoy ocupa 20.000 metros cuadrados, cuenta con un laboratorio especializado en I+D+i, siendo un referente mundial en este mercado. En cuanto a nuestras instalaciones en el Polígono de Malpica se han convertido en un centro logístico del grupo Mondo en todo el equipamiento deportivo que cubre la demanda del grupo a nivel mundial. Desde este centro de Zaragoza se dirigen las acciones comerciales del grupo Mondo en España, Portugal y África.

¿Qué productos se encuentran en su catálogo de equipamiento deportivo que se comercializa desde Zaragoza?

- Tenemos más de mil referencias de equipamiento para la práctica, tanto amateur como profesional, de deportes como baloncesto, balonmano, voley, tenis, pádel, hockey, fútbol sala, badminton, fútbol y atletismo. Este catálogo contiene asientos a medida, graderíos telescópicos, electrónica deportiva, marcadores electrónicos, videomarcadores, etc. con lo que podemos decir que tenemos la mejor y más completa oferta de equipamiento que hoy se puede encontrar en el mercado.

¿Hasta dónde llegan hoy los diseños, la fabricación y la marca de un producto Mondo generado en Zaragoza?

- El grupo Mondo es un grupo multinacional pero también una empresa que, a pesar de sus 60 años de vida aún es una empresa familiar y cuyos propietarios, la familia Stroppiana, aún tienen como máxima crear productos para la diversión, accesibles para cualquier nivel adquisitivo. En Mondo fabricamos balones de PVC, cuyo valor no llega al euro, para que cualquier persona, en cualquier parte del mundo pueda divertirse. También podemos suministrar la cancha de juego, las canastas o el pavimento de un polideportivo, su marcador electrónico, el césped artificial de un campo de fútbol, etc.... Con todo ello, queremos satisfacer ese deseo de diversión y, para ello, diseñamos, desarrollamos y construimos una importante variedad de artículos que llegan hasta una sección del grupo responsable de la fabricación de yates. Estamos orgullosos de que en nuestros catálogos haya un balón de fútbol de PVC, que puede costar 0,30 euros y un yate de lujo, de más de 100 metros de eslora, valorado en muchos millones. Una máxima de nuestro grupo es ofrecer ese abanico de productos para satisfacer las necesidades de diversión desde el niño con limitados recursos económicos hasta un potentado multimillonario.

Un sector llamado deporte

El deporte como actividad lúdica humana, como espectáculo y como rama productiva, ¿es un sector emergente y con futuro?

- Globalmente es un sector muy serio, con crecimiento sólido, constante y con futuro, aunque ese futuro es diferente según se trate del fútbol o del resto de los deportes.

¿Lo dice por propia experiencia?

- Con todas las federaciones y organizaciones deportivas con las que trabajamos no hemos tenido nunca ningún problema en nuestras relaciones tanto en el ámbito personal como en el profesional. El fútbol ha sido el deporte que quizás ha roto nuestros esquemas. Nuestras relaciones con las federaciones, estamentos y clubs futbolísticos comenzaron hace más de ocho años, cuando iniciamos el proceso de fabricación del césped artificial, que tiene su principal uso en el fútbol. Antes de ello, nuestras relaciones se circunscribían solamente al equipamiento deportivo. Cuando dispusimos de artificial constatamos que el mundo del fútbol es mucho más complicado, con intereses gigantescos y complejos, en el que las instituciones públicas juegan un papel muy importante, ya que de ellas proceden las inversiones en equipamientos deportivos.

“Estamos orgullosos que en nuestra oferta de productos se encuentre desde un económico balón de fútbol, que puede costar 0,30 euros, hasta un yate de lujo, de más de 100 metros de eslora, valorado en muchos millones”

¿No será porque ha cambiado también el concepto que hoy se tiene del deporte en relación con el existente hace dos décadas?

- Por supuesto que en estos últimos 20 años ha cambiado totalmente la forma en que se ve y se trata la actividad deportiva. Hoy, el deporte no es sólo competición de élite, sino que hay actividades de formación y de consolidación del deporte de base que reclaman toda nuestra atención. Ese cambio ha impulsado la construcción y mejora de las instalaciones deportivas y podemos asegurar que, en este momento, en cuanto a instalaciones deportivas, España es un referente mundial. Son muy pocos los municipios que no cuentan con un pabellón deportivo, que tienen usuarios durante todo el día. En distintas etapas de estos últimos 20 años, se ha pasado en algunos momentos por dar preferencia a la construcción de pabellones polideportivos; en otros, por la piscina y ahora estamos en una eclosión de campos de fútbol con césped artificial.

¿Proporciona buenos réditos políticos y electorales la construcción de equipamientos deportivos?

- Por supuesto que sí. Los equipamientos deportivos responden a una demanda social justificada y cada vez

más generalizada. Un caso concreto se está dando ahora con los campos de fútbol. Anualmente, nuestra empresa construye en España más de 150 campos de fútbol e instala césped artificial en otros 100 campos.

Ha dicho antes que Zaragoza es un referente internacional en instalaciones deportivas. ¿Por alguna instalación en concreto?

- En general, en Zaragoza hay una oferta excelente de instalaciones tanto dedicadas a la práctica deportiva para el propio ciudadano como para competición y deporte base, aunque quiero poner especial énfasis en una instalación concreta: el Pabellón “Príncipe Felipe”. Las federaciones, instituciones y equipo que han organizado competiciones en el “Príncipe Felipe” afirman que la instalación es un ejemplo a seguir. La razón es que para el diseño y desarrollo del proyecto se creó un equipo multidisciplinar compuesto por arquitectos, ingenieros, empresas dedicadas al equipamiento deportivo, entrenadores, deportistas en activo, periodistas, empresas dedicadas al mantenimiento, todos los cuales aportaron sus opiniones y consejos, lo que dio como resultado un pabellón que, aunque en el exterior tenga un aspecto austero, casi tosco, es perfecto funcionalmente. Es posible que hoy se haya quedado un poco corto para la demanda que hay para algunos eventos, pero es digno de imitación por esta concurrencia de opiniones.

Al comienzo hacía usted una distinción entre las relaciones profesionales que mantienen con equipos de fútbol y las que mantienen con otros el “resto” de los deportes. ¿Va aumentando el número de esos deportes que antes eran el “resto”? ¿se va diversificando la demanda deportiva de los españoles?

- Por supuesto que sí. Se hacen muchos campos de fútbol pero también se abren diariamente muchas instalaciones deportivas debido a que crece el porcentaje de personas de nuestra sociedad del siglo XXI que practica deporte porque los médicos lo consideran como un factor de mejora de la salud.

¿Cuál es el deporte que progresa con más celeridad?

- El pádel. El auge de este deporte comenzó en los años del presidente Aznar, que lo puso de moda y sigue en estos momentos. El año pasado nosotros construimos más de 700 pistas de pádel y es posible que este año lleguemos a las 1.000. Hoy, en España tenemos las mejores parejas del mundo en este deporte.

Los éxitos deportivos

Pero los éxitos internacionales de nuestros equipos también han debido contribuir al incremento de la demanda de instalaciones

- No cabe duda. Los éxitos deportivos de las diferentes selecciones nacionales han atraído a muchos españoles a hacer deporte. Desde que fuimos campeones del



mundo de balonmano o baloncesto, estas actividades se han incrementado exponencialmente. Sin exageración de ninguna clase, yo creo que hoy España es líder mundial en deporte. En los ocho últimos años, España ha sido campeón o subcampeón del mundo de fútbol, de baloncesto, de balonmano, de water-polo, motociclismo, automovilismo, tenis, etc.

¿Eso es fruto de una intensa política de promoción deportiva?, ¿Dónde está la raíz de esta explosión de éxitos?

- No cabe duda de que las instituciones políticas tienen una cierta importancia, comenzando por el Consejo Superior de Deportes, el mismo proyecto ADO dedicado a la formación de jóvenes deportistas para la competición olímpica, pero todo eso tiene que contar previamente con raíces sólidas y profundas en la sociedad, jugadores de base. Un gran entrenador de baloncesto decía a un periódico hace pocas fechas que la estabilidad y la progresión de un equipo aflora solamente de los jugadores que nacen y se desarrollan en ese mismo lugar. Las escuelas deportivas son el vivero de donde salen los equipos de categoría. Los Juegos Escolares, que anualmente celebran algunas comunidades autónomas, son “incubadoras” de donde nacen los futuros campeones. Esa preocupación social por el deporte desde la edad infantil y juvenil es la que debe arraigar entre todos los ciudadanos. Los éxitos de nuestras selecciones nacionales parten de un fenómeno social que es una inclinación por la actividad física. Hoy es difícil encontrar en España una persona que, en mayor o menor medida, no practique algún deporte o tenga un programa de actividad física, aunque es evidente que estamos por debajo de muchos países de Europa y nos queda un largo camino por recorrer; esto es evidente que sigue siendo una gran preocupación, como lo es la obesidad infantil, donde nuestras cifras son de las más altas de Europa. La eclosión de gimnasios, promovidos y gestionados por cadenas privadas, es un exponente de cómo ha cambiado la mentalidad deportiva de la población española y de qué manera se ha potenciado el espíritu deportivo entre los españoles.

Pero eso supone cambios substanciales como es la nueva valoración del tiempo de ocio. El binomio trabajo-ocio

- Se agrandan las diferencias entre trabajo y ocio. Es un fenómeno que se acusa en el mundo de la empresa.

Antes era relativamente fácil conseguir que los empleados, en casos de necesidad de la empresa, aceptasen hacer ocasionales prolongaciones de jornada laboral con las adecuadas compensaciones económicas. Hoy se muy difícil conseguir que un trabajador alargue su jornada laboral porque está deseando terminar sus obligaciones para emplear su tiempo para conciliación con su familia y en actividades de ocio. Hoy, las personas que componen nuestra plantilla valoran sobremanera su fin de semana para convivir con la familia o para dedicar tiempo a sus opciones de ocio, entre las que el deporte es fundamental. Este cambio en el empleo creativo y activo del tiempo de ocio es lo que consolida las bases fundamentales para generar interés por el deporte. A partir de ahí, la política deportiva pone el resto.

¿Eso explica el destino de importantes inversiones de las administraciones públicas en instalaciones y equipamientos deportivos?

- Las administraciones públicas no hacen más que recoger esa demanda generalizada de personas que quieren disponer de instalaciones para emplear su tiempo de ocio en actividades físicas, de tal forma que hoy las instalaciones públicas tienen el mismo nivel de calidad que las que se han creado por iniciativa privada.

Usted ha dicho que las administraciones públicas, especialmente las locales y las autonómicas, son su principal cliente. ¿No le preocupa que el recorte inversor que se ha anunciado en todos los niveles afecte esencialmente a inversiones en las instalaciones deportivas?

- Por todas las razones que hemos expuesto, yo creo que las administraciones públicas harán un esfuerzo para que la inversión en infraestructuras deportivas tenga un lugar de preferencia en la selección del gasto. Hay muchos proyectos en marcha que no creo que sufran retraso. Por lo pronto, podemos decir que en 2009 y

2010 no hemos acusado recortes en esas inversiones. Para Mondo Ibérica y para la corporación Mondo, 2009 fue el mejor año tanto por el volumen de facturación como por la generación de resultados de su trayectoria empresarial a nivel nacional y mundial. En cuanto a 2010, creemos que se van a cumplir nuestras expectativas de que este ritmo de crecimiento se mantenga.

Hay opiniones muy variadas respecto a la recuperación en 2011. ¿Arriesgaría una previsión para ese año?

- Ha habido algunos sectores, como el de la construcción, que podemos decir que se han hundido en el corto periodo de tiempo que va desde 2008 a 2010 pero hay otros que han mantenido una actividad como una inercia de los años anteriores. Este es nuestro caso. Para 2011 tenemos unas expectativas conservadoras y prudentes, pero aún así hemos aprobado una inversión de 2 millones de euros para ampliar la producción en nuestra fábrica de césped artificial ubicada en Borja, desde la que se abastece a una parte importante de nuestro mercado nacional y la demanda de nuestras filiales para el resto del mundo.

La imagen de Mondo

Muchos zaragozanos y aragoneses desconocen por completo que los productos que hace su empresa en esta comunidad se encuentran en los más importantes eventos deportivos que se celebran en todo el mundo. ¿A qué se debe esta escasa repercusión social?

- No hay que buscar culpables. Posiblemente, los máximos responsables seamos nosotros mismos que nos hemos centrado en nuestro trabajo comercial y del desarrollo de productos propios y nos hemos olvidado de darlos a conocer a la sociedad en la que nos encontramos. Tenemos una estrecha conexión de colaboración con otras empresas e instituciones que extienden aún más nuestro enraizamiento en Aragón. Quizás, uno de los ejemplos más claros es el Centro Aragonés de Diseño Industrial, el CADi, dependiente del Departamento de Industria, Comercio y Turismo. Muchas aportaciones de este Centro en el diseño de equipamiento han formado parte de nuestras ofertas de equipamiento para los Juegos Olímpicos, el más importante acontecimiento deportivo que se celebra en el mundo. Con el CADi y con el Departamento de Industria y la misma presidencia de la DGA mantenemos excelentes relaciones institucionales. El caso es que en los Juegos Olímpicos de Atenas hubo muchos productos que llevaban este sello de Aragón y realizados por centros de investigación y empresas aragonesas. Hubiese sido una excelente oportunidad para darlos a conocer como una muestra de nuestras posibilidades tecnológicas y nuestro potencial organizador, tal y como ha sucedido con Motorland que, gracias a la celebración del Gran Premio de Alcañiz de Moto GP, se ha generado una imagen nítida sobre nuestro potencial tecnológico y de organización. ■

