

Biblioteca del Fútbol Ecuatoriano - III

Mete gol, gana

El fútbol y la economía



Introducción y selección de textos:
Pablo Samaniego Ponce

La Biblioteca del Fútbol Ecuatoriano es un juego en equipo, en el que han participado muchas personas e instituciones.

ENTIDADES GESTORAS

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO-Ecuador)
Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (MDMQ)
Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado (EMAAP-Q)
Diario El Comercio

EDITOR Y COORDINADOR GENERAL

Fernando Carrión

EDITORES

Raúl Pérez Torres, Volumen I
Kinto Lucas, Volumen II
Pablo Samaniego, Volumen III
Fernando Carrión, Volumen IV
Fernando Carrión, Volumen V

AUTORES

Volumen I

Demetrio Aguilera Malta, Jorge Andrade, Fernando Arias, Fernando Artieda, Carlos Béjar Portilla, Roberto Bonafont, Andrés Carrión, Fernando Carrión, Marcelo Cevallos, Edgar Allan García, Paul Herman, Patricio Herrera, Kinto Lucas, Galo Mora, Juan Carlos Morales, Pablo Lucio Paredes, Raúl Pérez Torres, Juan Reyes Daza, Edmundo Ribadeneira, Carlos Ríos Roux, Antonio Rodríguez, Carlos Rodríguez Coll, Abdón Ubidia, Sócrates Ulloa, Humberto Vacas Gómez.

Volumen II

Vicente Rommel Berrezueta B., Roberto Bonafont, Jacinto Bonilla Prado, Fernando Carrión, Ricardo Cachón, Otón Chávez, Martha Córdova Avilés, Francisco Febres Cordero, Washington Herrera, Alfonso Laso Ayala, Alfonso Laso Bermeo, Kinto Lucas, Esteban Michelena, Alejandro Moreano, Blasco Moscoso Cuesta, Vito Muñoz, Jaime Naranjo, Pepe Navarro Guzmán, Fernando Oña, Gabriela Paz y Miño, Jorge Ribadeneira Araujo, Martha Cecilia Ruiz, Ricardo Valconcellos, Mauro Velásquez.

Volumen III

Víctor Aguilar, Macarena Bustamante, Fernando Carrión, Edward Jiménez, Kevin Jiménez, Jaime Naranjo, Pablo Lucio Paredes, Pablo Samaniego, Juan Sarmiento, Wilson Ruales, Sandra Vela.

Volumen IV

Fernando Bustamante, Fernando Carrión, Simón Espinosa Jalil, Xavier Lasso, Jaime Naranjo, Carlos Melgarejo, Carlos Ríos Roux, Pedro Santos, René Vallejo, Javier Velásquez Villacís.

Volumen V

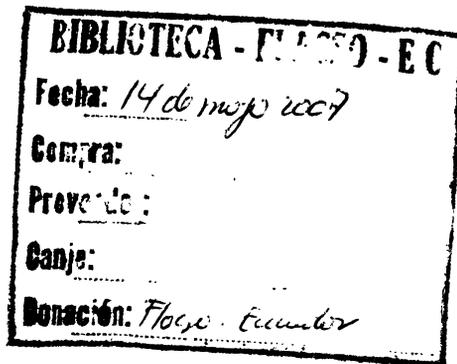
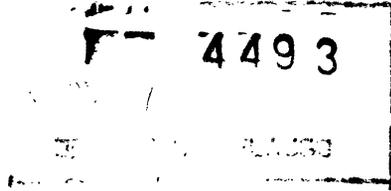
Kabel Carrera, Fernando Carrión, Patricio Falconí, Ariruma Kowii, Jaime Naranjo, Xavier Ponc e C., Carlos Pontón, Daniel Pontón, Jenny Pontón, Simón Espinosa Cordero, Jacques Ramírez, Francisco Rhon.

EQUIPO DE TRABAJO

Milagros Aguirre: Entrevistas
Manuel Dammert Guardia: Asistente Editorial
El Comercio: Fotografías
Alina Torres: Edición
Gonzalo Estupiñán: Asistente Editorial
Antonio Mena: Diseño y Diagramación
Leonidas Molina: Administración
Jaime Naranjo: Estadísticas

Fotografías: Archivo Diario El Comercio
Impresión: Imprenta Mariscal

ISBN SERIE: 978-9978-67-122-1
ISBN: 978-9978-67-126-9
© FLACSO Sede Ecuador
Ej. Pradera E7-174 y Diego de Almagro
Tel.: (593-2)3238888
Fax: (593-2)3237960
flacso@flacso.org.ec
www.flacso.org.ec
Quito, Ecuador
Primera edición: diciembre de 2006



Índice

Presentación	7
Prólogo	
El espectáculo del fútbol como negocio espectacular	9
<i>Fernando Carrión Mena</i>	
Introducción	25
<i>Pablo Samaniego Ponce</i>	
I. Cómo analiza la economía al fútbol	
Fútbol y economía: dos fuerzas del mundo moderno	53
<i>Pablo Lucio Paredes</i>	
Fútbol y bienestar en el Ecuador: Efectos en la economía de la sociedad	87
<i>Sandra Vela Dávila</i>	
II. Las instituciones y el fútbol, una visión desde la economía institucional	
Juegos cuánticos: su majestad el fútbol, un juego cooperativo correlacionado	115
<i>Eduard Jiménez</i>	
¡O rei fútbol! Un análisis desde la economía institucional	129
<i>Macarena Bustamante</i>	

III. Estudios de caso y casos de estudio

El impacto del fútbol en la ciudad de Loja	147
<i>Kevin Jiménez</i>	
La economía en el fútbol	169
<i>Jaime Naranjo Rodríguez</i>	
El Club Deportivo Cuenca y la economía local	185
<i>Víctor Aguilar y Juan Sarmiento</i>	
Fútbol y tributación en el Ecuador	203
<i>Wilson Ruales</i>	
“Competitividad, eficacia y pasión: eso es el fútbol”	221
<i>Entrevista a Rodrigo Espinosa Bermeo</i>	
Bibliografía	225
Cine y fútbol	229

Presentación

Muchos podrían sorprenderse porque el Municipio de Quito y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Sede Ecuador auspicien la publicación de la “Biblioteca del Fútbol Ecuatoriano”, cuyo segundo volumen, “Fútbol y Economía”, se presenta ahora. Pero, no hay lugar para la sorpresa: el fútbol hace tiempo que dejó de ser un hecho deportivo solamente, para convertirse en un tema complejo de la sociedad. Y, es justamente este nexo o esta cualidad la que ha permitido la convergencia de las instituciones mencionadas.

Hoy el fútbol es un fenómeno social que tiene que ver con la construcción de diversas identidades sociales y culturales; identidades nacionales, identidades por región o locales; identidades que se relacionan con el género, con la edad, con la clase. El fútbol, además, es un fenómeno económico pues los clubes dejan de ser tales para convertirse en empresas. El fútbol tiene relación con la seguridad ciudadana por la presencia de las “barras bravas”; está vinculado con la política, la tecnología y con la vida cotidiana de las personas.

En otras palabras, es un hecho social total donde la literatura, el periodismo, la historia, la cultura y la política tienen mucho que decir de fútbol; así como el fútbol tiene más que hablar sobre ellas.

Por ello, la “Biblioteca del fútbol Ecuatoriano” busca presentar a consideración de los aficionados y especialistas, en las distintas ramas del saber, este conjunto de ensayos que permiten dar cuenta de las reflexiones que se vienen haciendo desde hace algún tiempo en el país, con el ánimo de estimular su conocimiento y mejorar su práctica. De esta manera, el país podrá entenderse un poco más, después de la lectura de este trabajo hecho por múltiples amantes y detractores de este deporte. Es sin duda una de las matrices simbólicas más importantes de este inicio de milenio.

El I. Municipio de Quito y la FLACSO sede Ecuador invitan a los lectores y las lectoras a encontrar en este volumen y en esta Biblioteca, ese algo más del fútbol.

Paco Moncayo
ALCALDE
I. Municipio del Distrito
Metropolitano de Quito

Adrián Bonilla
Director
FLACSO – Ecuador



Arturo E. Comerco

Prólogo

El espectáculo del fútbol como negocio espectacular

Fernando Carrión M.

He venido a vender un negocio llamado fútbol
Joao Havelange

La Masa financiera drenada por el fútbol en el conjunto del planeta está estimada en 1.5 billones de francos, equivalente al presupuesto de Francia.
Jean-Francois Nys

Fútbol y economía

En la actualidad, es imposible entender el fútbol si no es en relación a la economía mundial y a la microeconomía de cada unidad productiva (el club). Hoy en día, la competencia deportiva no es otra cosa que una competencia mercantil, la cual, es organizada por la “mano invisible” de la multinacional monopólica de la FIFA, bajo un sistema regulatorio absolutamente centralizado.

Se ha entrado en una dinámica dual en la que, por un lado, la unidad productiva (el club) para poder competir –incluso– localmente debe seguir una línea de internacionalización en mercados cada vez más amplios y diversos, a través de los torneos transnacionales, de la difu-

sión generalizada de su imagen en ámbitos mercantiles superiores donde la televisión tiene una función central. Por otro lado, la FIFA se comporta cada vez con mayor fuerza como una empresa multinacional que tiene, primero, una lógica de *franquicia*, que opera regionalmente a partir de las 6 confederaciones, de las 119 federaciones nacionales, con las cuales regula el mercado nacional e internacional de competencias; y, segundo, de un modelo de *marca* en el conjunto del territorio planetario –indiferenciado e integrado– principalmente por medio del monopolio que representa (reglas, institucionalidad), también de las alianzas comerciales que ha establecido con los medios de comunicación y con los llamados *sponsors*. Su mayor expresión la alcanza

en los campeonatos mundiales, donde el planeta prácticamente se concentra en esa actividad deportivo-comercial.

Para llegar a la estrecha relación entre fútbol y economía han debido evolucionar con mucha velocidad; en ese proceso, han establecido una alianza que hace imposible separarles. La relación tiene mucho tiempo de existencia cambiando a lo largo de la historia, lo cual puede conducir a encontrar, al menos, los siguientes tres momentos claves de fortalecimiento de la relación:

- Cobro por asistir: la oferta de un espectáculo.- El origen histórico de la relación se lo puede encontrar en el momento en que se empieza a cobrar dinero por la entrada a ver un partido, dándose inicio al concepto de espectáculo.
- Cobro por jugar: la oferta de un trabajo.- Un salto importante en la relación tiene que ver con la llamada profesionalización que introduce la lógica industrial y comercial de la práctica, convirtiéndole en una industria del entretenimiento.
- Cobro por ver: la oferta de un negocio espectacular.- Otro momento singular se refiere a la masificación del fútbol que se produce con el ingreso de la televisión, lo cual lleva al crecimiento explosivo del consumo de este deporte, sobre la base del tránsito

de espectador directo a la tele audiencia múltiple.

La relación fútbol-economía es muy compleja y que no puede ser entendida sólo desde la perspectiva de su evolución, porque tiene múltiples dimensiones entre las que se puede mencionar: la constitución de una rama o sector especializado de la economía¹ y del mercado, el aporte del fútbol al desarrollo², las relaciones tirantes del fútbol con la hacienda pública³; la presencia de la dualidad económica formal e informal⁴, entre otras.

- 1 Se puede considerar que desde mediados del siglo pasado el fútbol se ha convertido en la *industria del entretenimiento* principal del país, nutrida de los ingresos económicos provenientes de los auspicios, la venta de entradas y los derechos de TV, entre otros.
- 2 Es un elemento importante en la economía del país, aunque todavía no adquiera el peso que existe en otros países; sin embargo, se puede considerar que tiene un movimiento económico equivalente al 3 por ciento del presupuesto nacional.
- 3 El aporte del fútbol al erario nacional es precario, debido a las relaciones existentes, al extremo que se podría decir que hay un subsidio estatal fuerte, vía "exención" de impuestos, tasas y seguros al fútbol, que debería ser -por lo menos- transparentado como tal.
- 4 Existe una vigorosa economía subterránea que se sustenta en la reventa y falsificación de entradas; en la venta de indumentaria no oficial, en la comercialización de licores, en la venta de comida y en la transferencia de jugadores, entre otros.

El cobro por asistir: la oferta de un espectáculo

La relación economía y fútbol se podría decir que, históricamente nace al momento en que se empieza a *cobrar por ingresar* a esperar un partido de manera directa, lo cual es el resultado de una exigencia que el mismo deporte plantea. La modernización del fútbol trae la necesidad de contar con recursos económicos para la práctica deportiva, debido al incremento de la competencia: los uniformes, la cancha-estadio, el entrenamiento, la división del trabajo y los partidos regionales, entre otros. Pero también la informalidad de la economía empieza a colarse con fuerza mediante el desarrollo de las apuestas paralelas.

Estos hechos son altamente sintomáticos porque, a partir de este momento se establecen las diferencias entre el que juega –el futbolista– con el que paga por asistir –el espectador–. Esta diferenciación hace que el fútbol se transforme en un espectáculo en crecimiento, principalmente porque este deporte es capaz de generar identidades y adhesiones impen­sadas. La internacionalización del fútbol produjo los llamados “estilos nacionales”, donde lo nacional empezó a primar con fuerza como mecanismo de integración y, por lo tanto, como incentivo para asistir a los partidos.

Pero no sólo eso, desde este momento se puede afirmar que se inicia un proceso de consolidación del fútbol como

hecho cotidiano que requiere de un modelo de gestión particular, que conduce a la institucionalización del club como la unidad “productiva” base y, concomitantemente, de la entidad rectora del proceso general en *Football Association*; siendo ella la depositaria de las normas fundamentales de la práctica del fútbol y la entidad organizadora de los torneos ingleses.

En esta etapa se observa el nacimiento del espacio especializado para la práctica deportiva: el estadio, que tiene dos expresiones interesantes de señalarse: la una, como el ámbito donde el espectáculo en ciernes empieza a tomar cuerpo, con la construcción de grandes infraestructuras para albergar a los espectadores y, la otra, como el lugar privilegiado donde la “fuerza de trabajo” se realiza. Pero será el estadio donde los espacios se diferencian claramente: la cancha donde se practica este deporte, los graderíos donde los aficionados pueden esperar y el estadio –que contiene a los dos– donde se diferencia el adentro del afuera, según la posibilidad de pagar el precio de la entrada; es decir, del gran supermercado en que se ha convertido.

Cuando se paga por ingresar al estadio se produce un cambio en el contenido económico del fútbol: se pasa de su condición de ocio y deporte a espectáculo pero también a la condición de valor de cambio. En este salto, los campeonatos mundiales son los que sellan la carta de naturalización de este espectáculo

deportivo masivo y del vínculo estrecho con la economía. Los altos costos de organización requerían de un importante financiamiento que sólo podía ser obtenido a través de la taquilla y del apoyo estatal. Por otro lado, el tiempo de preparación, transporte y desarrollo del campeonato supuso la necesidad de financiar a los futbolistas de manera autónoma a su actividad cotidiana, con lo cual empezó el cuestionamiento directo al amateurismo que implica la necesaria separación de la Copa del Mundo de Fútbol de los Juegos Olímpicos.

Los mundiales sirvieron también para que la FIFA empiece a regir en el fútbol con mucha fuerza, ya que se legitima como la organizadora de estos eventos. Pero también sirvió para que los equipos nacionales suplanten a los clubes y, con ello, el nacionalismo empieza a tomar fuerza en este deporte.

Desde ese momento para acá, se puede afirmar -sin temor a equivocación- que el fútbol no puede existir si no es en el marco de esta relación. Es que el fútbol requiere de un flujo de recursos mínimos para poder ser competitivo, así como hay ciertos sectores de la economía que no pueden existir, directamente, sin el fútbol o posicionarse claramente en el mercado sin su existencia. La política y la economía entran al fútbol y lo hacen para quedarse.

El cobro por jugar: la oferta de un trabajo

El fútbol moderno nacido en las selectas universidades inglesas a mediados del siglo IX empieza a transformarse, cuando los patronos fabriles encuentran que el fútbol puede promocionar a las empresas en el mercado, y a generar mayor unión e integración de los obreros en su interior⁵. Por esta vía se extendió la jornada laboral para la práctica deportiva, a la manera de tiempo libre, y se modificó la composición social del jugador asumiendo, a partir de este momento, un carácter netamente popular de origen obrero. Es decir, cuando se establece un estrecho vínculo entre economía y fútbol, se produce una transformación sustancial en el contenido social del deporte y del futbolista: se pasa de las elites a las masas.

Cuando el futbolista empieza a percibir un salario, la práctica del deporte deja de ser exclusiva de las elites, abriéndose las puertas para que los sectores populares puedan ejercerla. Si las elites la practicaban como ocio, era porque al ser propietarios o patronos fabriles contaban con tiempo excedente para hacerlo. Los segundos, recién empiezan a incorporarse a la práctica deportiva cuando se independizan de la producción industrial, debido a que la práctica deportiva le produce recursos suficientes como para dedi-

5 Ejemplos de ellos tenemos a los casos emblemáticos del Arsenal, equipo creado por los obreros de la fábrica Woolwich Arsenal y del Manchester promovido por trabajadores ferroviarios.



La aportación financiera de las cadenas de televisión a los clubes de fútbol varía sensiblemente, según los países, y constituye uno de los elementos diferenciadores de la economía del fútbol en Europa. *Jean-François Nys*

carce exclusivamente al desarrollo de ella, con lo cual el fútbol empieza a adquirir la condición plurisocial que hoy le adorna. Si bien los dirigentes pertenecen a las clases altas, los futbolistas y los aficionados proceden de los sectores populares y de las clases medias.

El fútbol se mercantiliza desde este momento, primero, por la influencia del entorno urbano-industrial en el que se encuentra. Lo urbano, porque significa una demanda cautiva de espectadores reales y potenciales, y lo industrial, en tanto se establece un vínculo estrecho entre la lógica productiva de la empresa y la

funcionalidad del fútbol, sea produciendo la promoción de la unión de los trabajadores al interior de la unidad productiva, o estimulando la venta de los bienes producidos por ella. Pero, adicionalmente, esta asociación con lo industrial trae consigo el "estilo" del fútbol inglés y posteriormente europeo: el peso de lo físico sobre lo técnico y lo táctico sobre lo individual que, en su conjunto, simbolizan el juego a la manera de una máquina donde lo colectivo, la disciplina y la eficiencia son su signo.

Y, segundo, por la propia demanda que hace el fútbol a través del incremen-

to de las competencias que empiezan a generarse entre los distintos equipos, primero locales, luego nacionales y finalmente internacionales. Estas exigencias terminan por definir una oferta futbolística compuesta por la competencia de los partidos en la cancha y de una demanda proveniente de los espectadores-consumidores del deporte, que conducen a definir un mercado con creciente especialización de los actores.

Sin embargo, lo que un día fue un factor de democratización —el pago por jugar— con el paso del tiempo se ha ido construyendo una nueva realidad: la diferenciación al interior de los futbolistas, al extremo de que el conjunto del fútbol se ha encarecido sustancialmente planteando una re-elitización, por altos costos, que puede hacer perder su condición masiva y, sobre todo —popular— principalmente, en América Latina.

El pago a los jugadores y el cobro por el espectáculo —hecho histórico simultáneo— fue el inicio de la ruptura con el amateurismo, ya que cambió el contenido social de los actores y profesionalizó la práctica deportiva. Aquí hay una triada indisoluble que impulsó el proceso: dirigencia industrial, proletarización del deportista y el pago por la asistencia a los estadios de los espectadores adherentes a los clubes, que con el tiempo y con la presencia de los medios de comunicación se masifican e internacionalizan.

Históricamente será después de la segunda guerra mundial que se generaliza

el hecho de que los deportistas empiezan a percibir ingresos en especies o en dinero por jugar, aunque se mantenga con un estatus pseudo amateur o, también llamado, amateurismo marrón⁶. Pero las leyes del mercado empiezan a penetrar con fuerza con la importación y exportación de jugadores, siendo el caso colombiano un caso emblemático que puso en alerta a la FIFA, que desde este momento empieza a regular el mercado mundial⁷. Y lo hace sobre la base de la capitalización de los clubes, a través de la “propiedad” de los derechos deportivos de los jugadores: el llamado “pase”, hoy venido a menos, con el cambio de la reglamentación que introduce el contrato por un plazo fijo⁸.

Desde este momento, el futbolista asume la condición de asalariado del club y este último pasa a ser el espacio principal de la integración social. Institucionalmente, la relación economía y fútbol supone la profesionalización del futbolista, el fortalecimiento de la unidad

6 En el país, cuando se fundan las propias asociaciones provinciales de fútbol lo hacen en este contexto y bajo una denominación sui generis: se definen por lo que no son: Asociación de Fútbol No Amateur...

7 La década de los años 50 fue muy importante para que la FIFA se convierta no sólo en el ente rector del deporte sino fundamentalmente del mercado del fútbol. Los casos emblemáticos de Colombia, Hungría, Australia y México, entre otros, sirvieron para que la organización afianzara su monopolio y su rectoría en el mercado del fútbol.

8 Este cambio nace de la presión de los países importadores de futbolistas (europeos), en el ánimo de reducir los costos de armar los equipos con futbolistas provenientes de Sudamérica, Asia y África.

económica (el club) y la definición de la FIFA como la entidad rectora y reguladora del mercado mundial del fútbol. El poeta Luis Carandell describe las peripecias de los contratos de los futbolistas en el poema "Romance del Fichaje de Cruyff":

Hay entre el Madrid y el Barça
una fuerte rivalidad,
trasunto de otras cuestiones
que no son de este lugar.

Como es cosa bien sabida
y el lector recordará.
Di Stéfano en un principio
Por el Barça iba a fichar.
Como por arte de magia
se marchó a la capital.

Por Johan Cruyff, ambos equipos
interesados están.
El Madrid anduvo listo
pero el Barcelona más.
Se abren las negociaciones.
pide una opción el Real
mientras Cruyff y el Barça firman
un contrato personal.

Y así, el club barcelonista
tiene ya un flamante "crack".
Es secreto del sumario
cuánto ha podido pagar.
De ciento veinte millones
la cosa no bajará,
cincuenta para el muchacho
y para el club los demás.

*El cobro por ver:
la oferta de un negocio espectacular*

Tanto el fútbol como el mercado para desarrollarse tienen que internacionalizarse y, ahora, globalizarse; tal cual lo han hecho y al unísono. Para que ello ocurra había que romper con la bipolaridad Europa-Sudamérica -que existió hasta la década de los años setenta- estableciendo un nuevo orden mundial del deporte, cuestión que ocurre cuando tres fenómenos coinciden a principios de los años setenta: el desarrollo de la televisión y de los medios de transporte -en especial de la aviación-; la descolonización -principalmente- africana y la conversión del fútbol en un negocio espectacular.

Para ello fue fundamental la llegada de Joao Havelange a la presidencia de la FIFA porque le dio un giro definitivo a la internacionalización y comercialización del fútbol, y lo consiguió al momento en que produce una alianza entre la FIFA, la televisión y el mercado.

Havelange, cuando llegó a la FIFA afirmó: "He venido a vender un negocio llamado fútbol". Para el efecto se alió con la Coca Cola y Adidas para -a la par de promover la venta de sus productos- impulsar con sus recursos los proyectos de ampliación de las esferas territoriales del fútbol mediante la organización de campeonatos mundiales en los continentes y países periféricos⁹, la producción de

⁹ Ya se han hecho los mundiales en Corea-Japón y Estados Unidos, y el próximo se realizará en Sudá-



La FIFA agrupa a federaciones de 198 países, más que la Organización de las Naciones Unidas (ONU). *Ignacio Ramonet*

manuales de enseñanza, la publicación de guías médicas, la difusión de informes técnicos y la legitimidad mundial de sus estatutos y reglamentos. Con todo ello, no sólo que empezaba la generalización del fútbol por todo el planeta, si no que también el mercado penetraba en lugares donde no lo había hecho antes. Para el capital ¡qué mejor que aliarse con el deporte para ampliar su radio de acción y transformar al fútbol de deporte-espectáculo en un negocio-espectacular planetario!

frica, cuando antes se alternaban Europa y América Latina. A ello hay que sumar los mundiales juveniles que, incluso, tienen una nueva función: las selecciones juveniles que participan en estos eventos se han convertido en catálogos de novedades para los equipos de los países que importan futbolistas.

Desde esta época la venta de los derechos de televisión y publicidad (*sponsorring*) producen un cambio notable en la composición y cantidad de los ingresos al fútbol, los cuales ya no dependen exclusivamente de las recaudaciones. Es que la televisión articula el fútbol con la audiencia para definir el escenario de la economía y la política, que conduce a la masificación del espectáculo a escala mundial y a un cambio sustancial: se pasa de espectador (*hinch*a) a tele-audiencia (consumidor), y con ello el fútbol se convierte en una de las “industrias del entretenimiento” más rentables del mundo. En este caso, el aficionado es interpelado por su adscripción al equipo de sus afectos para, de esta manera, incrementar su capacidad de consumo y sus simpatías políticas.

En este momento se inician cambios trascendentales en el modelo de gestión de la FIFA, básicamente a través de dos direcciones: por un lado, se la descentraliza, para que los continentes tengan sus respectivas Federaciones o Confederaciones como instancias administrativas, y se difunde el contenido del fútbol de manera generalizada, gracias a la preparación de entrenadores, y a la implantación de las reglas y de los actores que las encarnan (árbitros y arbitrajes). Por otro lado, se convierte en la instancia reguladora del mercado mundial del fútbol, principalmente, por las normas que genera gracias al monopolio que significa porque asume múltiples actividades productivas y de

comercialización que le reditúan ganancias fabulosas, muchas de las cuales son redistribuidas a su membresía, no en función del aporte de su capital, sino en relación a las políticas que establece.

Pero este proceso empieza a producir impactos negativos, entre los que se puede señalar los siguientes: primero, la comercialización principia a dominar al fútbol tanto en su lógica eficientista (sólo importa el triunfo) como en la conversión de los partidos en el gran mercado donde todo (no sólo el fútbol) se transa. Ese vínculo puede ser altamente peligroso para el fútbol¹⁰, porque el resultado puede venir por fuera del deporte, como en muchos casos ya comienza a ocurrir. Ronaldo no es del Real Madrid o de la selección de Brasil sino de Nike, porque hoy más que fichar por un club se ficha por una marca¹¹.

Hoy los deportistas son estrellas de las ventas comerciales y también de los resultados, porque lo uno sin lo otro no puede existir, lo cual les ha convertido menos en deportistas y más en modelos de prendas de vestir (Ronaldo), de hojas de afeitarse (Beckham y su pelo rapado) o de cualquier producto global de consumo. La creciente mercantilización del fútbol ha hecho que cada vez sea me-

nos una práctica lúdica y mucho más una industria del entretenimiento o un "show business", donde lo que tenemos son legiones mercenarias de futbolistas y entrenadores que se venden al mejor postor.

Segundo, podemos estar viviendo una posible re-elitización del fútbol, debido a los altos costos que se tiene que incurrir en su producción y, por lo tanto, lo que debe sufragar el aficionado para asistir al estadio o ver la televisión. De allí que la entrada de la lógica del "pague por ver" haya hecho más selectivo el segmento de mercado al que se dirige el deporte. La masificación del fútbol parece tener su límite: los altos costos económicos del espectáculo hace difícil el financiamiento con una demanda masiva de ingresos bajos¹². Estos límites pueden hacer que el fútbol vuelva a ser de elites y no de masas.

Tercero, existe una nueva forma de diferenciación del fútbol que tiene menos que ver con el deporte y mucho más con el mercado. Por ejemplo, los países importadores de futbolistas empiezan a ser los que regulan el mercado del deporte. En este proceso se profundizan las diferenciaciones al interior del fútbol europeo, a dos niveles: por un lado, las inequidades referidas a las relaciones entre las ligas nacionales y, por otro, al interior de cada una de ellas entre los equipos

10 Allí se pueden entender una parte de los problemas que se viven en la Liga Italiana, los arbitrajes en Brasil o en Alemania, la crisis en Uruguay y el descalabro de los equipos chilenos.

11 Se habla que la final de Francia fue dirimida entre Nike y Reebok, y no entre Brasil y Francia.

12 El Mundial de Alemania tuvo una audiencia de 30.000 millones de personas. Por eso, pautar un segundo en TV costó 16.900 dólares.

que la componen. Pero también entre las ligas de Europa y las del resto de los continentes. En estas asimetrías el tema económico es clave. El nivel de concentración de los espectadores, sponsors y medios de comunicación en pocos equipos y ligas, son los que se exponen y visibilizan de manera directamente proporcional a las inversiones que realizan.

Y, cuarto, la internacionalización del fútbol ha ido de la mano del libre mercado del “pie de obra” (no de mano de obra). Primero, de manera fraudulenta como fue en la época de oro de Colombia o de la sangría de jugadores de Hungría; segundo, de forma regulada desde la FIFA con la existencia de los llamados “pases” de los futbolistas que hizo capitalizar a los clubes y, finalmente ahora que funciona a través de los contratos laborales directos con los jugadores, impuestos por los países importadores y por los empresarios de los futbolistas. Un hecho como este ha servido para generalizar un mercado de futbolistas que los ha llevado a su desnacionalización¹³, lo que es más interesante, a ser el único mercado laboral con alta movilidad supra nacional.

Este nuevo mercado es otro espacio de la disputa deportiva; pero también es un mercado que opera con sus propias reglas y no con las reglas de la FIFA, aunque cada vez tenga una mayor ingerencia gracias a su condición monopólica.

Hoy si no se entiende la economía política del fútbol difícilmente se lo podrá entender en su real dimensión, porque se ha convertido en una de las anclas fundamentales del proceso de globalización. La metáfora impuesta como política en el Real Madrid de España, de los “Zidanes y los Pavones”, muestra la nueva lógica a partir de la cual se organizan los equipos globales en la hora actual: de la tradicional combinación de jugadores con experiencia y con juventud, se pasa a los jugadores globales con los locales. Es en esta dinámica que los equipos globales piensan más en la integración de mercados “glocales” que deportivos: Beckham atrae los mercados de Asia y USA; Ronaldo los de América Latina y Zidane los de Europa. Y los canteranos como Pavón o Raúl lo hacen por el mercado local.

La Biblioteca del Fútbol Ecuatoriano: la economía

A pesar del peso que ha logrado la economía en el fútbol, en el siglo XXI, poco se ha escrito y mucho menos se ha investigado. Probablemente, mucho tenga que ver con el hecho de que se las creía que

13 La existencia de los llamados jugadores comunitarios cambió el mercado internacional de futbolistas y cambió también el sentido nacional de los clubes. Hoy el Barcelona casi no tiene jugadores catalanes y los clubes españoles se han hecho xenófobos al revés: rechazan a los jugadores españoles. En la actualidad, este es un tema que se debate en la Comunidad Andina de Naciones.

eran variables autónomas. Por eso con este volumen se pretende mostrar que la situación es totalmente diferente, más aún si en el país se considera al fútbol como una actividad independiente de la economía, razón por la cual no se ha reflexionado respecto de la relación estrecha que existe, así como tampoco que haya economistas que se aproximen a esta realidad. ¿Será por el tardío proceso de profesionalización que vive el fútbol nacional? ¿Será por qué la reflexión económica en el país no la considera una actividad económica? ¿Será por qué es un campo “delicado” que no requiere de un baño de transparencia?

Sea lo que sea, es difícil desconocer la importancia que tiene hoy en día el fútbol dentro de la economía nacional, así como tampoco se puede esconder la significación que tiene la economía en el fútbol del país. Por eso vale la pena indicar algunos ejemplos de esta realidad.

Hay que partir señalando que, históricamente, el proceso de profesionalización inicia en el país el vínculo entre economía - fútbol, y lo hace porque, por un lado, empieza la ruptura con el mecenazgo personal o institucional del financiamiento y también porque esta lógica se agota ante las demandas que la competencia internacional plantea. Por otro, coincide con la modernización capitalista que introduce la producción petrolera, a mediados de la década de los años setenta del siglo pasado, y con la llegada de Joao Havelange a la FIFA, quien decide



El único fenómeno social no impulsado por Estados Unidos. *Antoine Labbo*

impulsar el fútbol a nivel mundial en los términos señalados. En este momento, el fútbol ecuatoriano se vincula estrechamente con la economía y lo hace gracias a la profesionalización del futbolista, a la introducción de nuevos modelos de gestión del fútbol y a la entrada con fuerza de la televisión.

De aquella época para acá, el fútbol se ha convertido en la principal industria del entretenimiento en el país, logrando impulsar significativamente a ciertos sectores de la economía, por los enlaces horizontales y verticales que produce. Esto significa que si el fútbol por sí mismo es un generador de riqueza, no se puede negar que sea un motor que impulsa a otros sectores de la economía.

Para tener una primera aproximación a los recursos económicos que genera se

podría decir que hay tres sectores claros de incidencia económica: el fútbol llamado profesional, el barrial-estudiantil y el informal que ronda por los dos anteriores.

- El fútbol profesional. En términos de la producción directa del fútbol de alta competencia en el país, se puede decir que los costos de la organización de los equipos de la primera categoría A y B del fútbol ecuatoriano no bajan de los 42 millones de dólares. A ello se debe sumar los costos de la Selección Nacional que el año pasado no fueron menores a los 8 millones de dólares. Esto significa que el fútbol profesional costó unos US 50 millones de dólares en el año de 2005.
- Producción indirecta.- A ello hay que multiplicar de manera geométrica las inversiones que hacen las empresas de *sponsors* (refrescos, bancos), los medios de comunicación, las compañías de aviación, los servicios hoteleros, los bancos y la venta de jugadores, entre otros; porque el fútbol los mueve en cadena gracias a los enlaces verticales y horizontales que genera. No es nada despreciable decir que son más de 100 millones de dólares al año los que mueve indirectamente el fútbol, lo cual hace que la economía nacional no los pueda prescindir de sus cuentas nacionales.
- El fútbol barrial. En Quito hay 226 ligas deportivas barriales que realizan 4.944 partidos de fútbol cada fin de semana, y que agrupan a 250000 deportistas. Estos partidos son arbitrados por no menos de 2 500 jueces y se juegan en más de 600 canchas. Si cada uno de los jugadores y árbitros porta un uniforme de alrededor de US 100 dólares por año (zapatos, camiseta, short, vendas y medias), ello significa que sólo por este rubro hay una inversión no menor a los 25 millones de dólares al año. Además hay que incrementar otros gastos en el mantenimiento de las canchas, en los árbitros, en las cervezas y en la comida (propios del “tercer tiempo” del fútbol barrial). Si extendemos –conservadoramente– estos datos al conjunto del país, podemos convenir en no menos de 100 millones de dólares lo que el deporte barrial mueve nacionalmente.
- Fútbol estudiantil. Quito tiene 50 mil alumnos universitarios y no menos de 400 mil alumnos colegiales. De estos, pensemos que sólo el 20% juega fútbol y compra uniformes. Esto significa, 90 mil deportistas adicionales que pagan 8 millones por uniformes. A ello se debe sumar todos los gastos de organización y costos indirectos que no bajan de los 2 millones de dólares. Esta cifra hay que multiplicarla por dos para tener el dato aproximado a nivel nacional. Esto es, unos 20 millones de dólares.

En toda la práctica deportiva del fútbol debe sumarse lo que se produce informalmente alrededor del fútbol: comida, camisetas, reventa de taquilla, apuestas.

Este conjunto de datos -más otros menos gruesos- hacen pensar que el fútbol mueve, bajo el principio de “muchos pocos hacen un mucho” un monto superior al 3 por ciento del presupuesto nacional.

El sentido de la Biblioteca del Fútbol Ecuatoriano: ¿“Economicemos” el fútbol?

La Biblioteca busca abrir un camino de reflexión y conocimiento de nuestro fútbol, justo cuando hemos dado el salto internacional con la clasificación a dos campeonatos mundiales seguidos: el de Corea-Japón de 2002 y el de Alemania de 2006. Y al hacerlo hay la oportunidad de conocer no sólo al deporte como tal, sino el conjunto del fenómeno del que es parte. Esta internacionalización insertó al Ecuador en los procesos de competitividad a escala mundial, en todas las dimensiones que adornan al fútbol. Esto significa que para ser competitivos en el deporte se requiere de una sólida estructura orgánica, de flujos financieros mínimos, de respaldos sociales y de una importante opinión pública. Si el fútbol ecuatoriano ha mejorado considerablemente este último tiempo, al ubicarse a la altura de muchas de las mejores seleccio-

nes del mundo, también tiene que ponerse a su altura el periodismo y las ciencias sociales.

La Biblioteca del Fútbol Ecuatoriano busca ser un punto de partida de un sueño en construcción que deberá ser edificado con investigación, debate y capacitación. Busca convertirse en un peldaño dentro de algunos otros que permitan una mayor reflexión y conocimiento del fútbol y la sociedad nacional. Sólo así se le podrá dotar al fútbol de una historia donde reconocerse, de una geografía en la cual asentarse, de una economía para proyectarse y de una cultura desde la cual identificarse. Y sobre todo, contar con un grupo de personas e instituciones que salgan al estudio de este gran fenómeno global.

No ha sido fácil encontrar personas que dejen un momento su actividad profesional y la pasión, para que “piensen” el fútbol objetivamente. Tampoco ha sido fácil que las instituciones entiendan y apoyen el proyecto. Pero, finalmente, se ha conseguido. La Biblioteca tiene la intención de romper el prejuicio de intelectuales, empresarios e instituciones por considerar al fútbol como una actividad inútil, alienante y divisora. Pero también para hacer conciencia en la “gente de fútbol” -que opera como burbuja de cristal impenetrable- que debe abrirse a entender el fútbol como una actividad que requiere de historiadores, economistas, sociólogos, antropólogos, etnólogos, urbanistas, psicólogos, médicos y no sólo

de periodistas deportivos, deportólogos o futbolistas.

El aporte de la Biblioteca no está en la singularidad de cada uno de los volúmenes y mucho menos, de uno o varios artículos aislados; sino en el objetivo¹⁴ de empezar a pensar el fútbol desde una óptica plural. De allí que su importancia esté en la suma de los cinco volúmenes y en la unión de todos los artículos bajo el manto de la integralidad. Es por la totalidad y no por las partes, el aporte de esta iniciativa. Por eso el nombre de Biblioteca¹⁵, compuesta de cinco volúmenes, porque el fútbol empieza con una pelota cuyo tamaño ha sido definido con el número cinco, como los dedos de la mano.

Dos de ellos son antologías de textos escritos a lo largo del tiempo: la una sobre literatura (poesía, novela, cuento, ensayo), encargado al literato Raúl Pérez, y la otra, a la prensa deportiva (periódicos, revistas), pedido al periodista Kinto Lucas. Los tres volúmenes restantes se realizaron con artículos solicitados expresamente a especialistas reconocidos en ciertos campos del conocimiento, según el criterio del editor de cada libro. Así tenemos, que el de economía fue coordinado por el economista Pablo Samanie-

go, el de historia y geografía lo hizo el arquitecto Fernando Carrión, y el de sociedad y cultura el antropólogo Francisco Rhon.

Cada uno de los cinco volúmenes se complementa con entrevistas a ciertos actores relevantes realizadas por Milagros Aguirre; con datos, bibliografía y frases internacionales que permiten ubicar nuestro fútbol en el escenario mundial, compilados por Manuel Dammert G. y con algunos datos temáticos solicitados al Dr. Jaime Naranjo. Con la finalidad de tener una mirada con imágenes se ha contado con el valioso aporte del Diario El Comercio.

Para el desarrollo de la Biblioteca se ha convocado a no menos de cuarenta personas provenientes de distintos lugares del país, de profesiones diversas y de actividades diferentes; con el único fin de fortalecer el tejido discursivo del fútbol ecuatoriano desde la óptica del pensamiento, para entenderlo y acompañarlo en su proceso de crecimiento.

Institucionalmente, la Biblioteca está anclada en FLACSO-Ecuador, organismo dedicado a las Ciencias Sociales, y se ha contado con el apoyo de la Empresa de Agua Potable, del Municipio de Quito (EMAAP-Quito) y del Diario El Comercio.

Este tercer volumen de la Biblioteca del Fútbol Ecuatoriano (BFE), denominado "Mete gol gana" reúne textos solicitados expresamente a diversos especialistas de la economía para que hagan el

14 La máxima expresión del fútbol es el gol, que significa objetivo, meta.

15 "Institución cuya finalidad consiste en la adquisición, conservación, estudio y exposición de libros y documentos", Diccionario de la Real Academia de la Lengua, España, 2001.

ejercicio de vincular el fútbol con el desarrollo y la economía. Para el efecto se pidió a Pablo Samaniego –sociólogo y economista, pero sobre todo gran aficionado reflexivo del fútbol– que realice, por un lado, la coordinación editorial de este volumen sobre el fútbol y economía en Ecuador y por otro, que desarrolle un trabajo introductorio para que ponga en perspectiva analítica esta importante dimensión del fútbol en el país.

La relación entre economía y fútbol viene desde hace mucho tiempo, porque el fútbol requiere –cada vez con mayor fuerza– una racionalidad y lógica económica con la que opera, porque ha tomado partido por un enfoque liberal. Es distante del Estado pero se apoya en él y los clubes siguen una lógica empresarial de accionariado abierto.

El fútbol que un día fue un deporte-espectáculo, adopta –en la actualidad– la condición de negocio-espectacular.

Bibliografía de referencia

Braselli, Rodolfo (2001). *De fútbol somos*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

Brohm, Jean-Marie (1999). “Una multinacional del Beneficio” en Segurola, Santiago: *Fútbol y pasiones políticas*. Madrid: Editorial Debate.

García, Julián (1996). *Épica y lírica del Fútbol*. Madrid: Editorial: Alianza Editorial.

Carrión, Fernando (2005). “La foxbolización del fútbol ecuatoriano”, en *Diario Hoy*.

CONQUITO (2006). *Revista Capital*, Número 3. Quito: Editorial Trama.

Eisenberg, Christiane, et. al. (2004). *FIFA 1904-2004: un siglo de fútbol*. Madrid: Editorial Pearson Alambra.

Nys, Jean-Francoise (1999) “Una apuesta económica” en: Segurola, Santiago: *Fútbol y pasiones políticas*. Madrid: Editorial Debate.

Sebreli, Juan José (1998). *La era del fútbol*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

Villena, Sergio (2001). “Globalización y fútbol postnacional”, en: *Revista Iconos* No. 10. Quito: Editorial FLACSO.

Villoro, Juan (2006). *Dios es redondo*. México: Editorial Planeta.

Zuluága, Guillermo (2005). *Empatamos 6 a 0: fútbol en Colombia 1900-1948*. Medellín: Editorial IDEA.



Eduardo Valenzuela - El Comercio

Introducción

Pablo Samaniego Ponce*

Otra vez se han formado largas filas para ingresar al estadio. No entiendo por qué nunca logran organizar bien la recepción. Todos nos agolpamos en la puerta con algún nivel de ansiedad, esperando que la hilera camine rápido para encontrar un buen lugar dentro del recinto. Esa ansiedad hace que todos presionemos por entrar y causamos más desorden del que ocurriría normalmente; además siempre hay que estar atento a los “colados” y a los amigos de lo ajeno. Es que estamos a punto de observar el juego y nos invade la incertidumbre.

En nuestra mente confrontamos información para establecer probabilidades: ¿estará compacta la defensa? ¿podrán los delanteros embocar el balón en el arco o cometerán los mismo errores de los otros partidos? ¿se habrá consolidado la línea media? ¿qué innovaciones habrá realizado el otro equipo? ¿contará con los titulares y ese número diez que organiza tan bien el juego? ¿harán justicia los árbitros? La

economía del comportamiento, entre otros temas, se ha enfocado en la forma como las personas forman sus juicios.

Hay quienes utilizan modelos sofisticados, otros modelos simples y hay quienes emplean procesos heurísticos; la heurística es un proceso no sistemático de organización de distintos tipos de información. Andersson, P., et al. (2002), en el artículo “Pronosticando de la manera más rápida y frugal: un estudio del desempeño y estrategias de procesamiento de información de expertos y no expertos prediciendo el Campeonato Mundial de Fútbol 2002”, realizaron un estudio experimental con grupos de expertos, aficionados conocedores del fútbol y estudiantes que tenían nociones básicas de este deporte. A cada grupo se le pidió pronosticar los resultados del Campeonato Mundial de 2002. Los resultados indicaron que ninguno de los grupos realizó una mejor predicción que los otros. Ello llevó a que los autores concluyan que la heurística es un método de acercamiento de la realidad mejor que los modelos sencillos que pueden utilizar personas con mayores conocimientos.

* Agradezco los comentarios que a la primera versión de esta introducción hicieron Wilson Pérez y José Samaniego. Los errores que pudieran persistir son de exclusiva responsabilidad del autor.

Como en todo juego y en muchos episodios de la vida, lo que prima antes de un partido de fútbol es la incertidumbre magnificada porque todos los asistentes comparten la misma sensación. Ella tiende a desvanecerse o acentuarse con el pitazo inicial y al mirar los primeros minutos del juego, pues observamos cómo se plantó el equipo. Con esta nueva información comenzamos a redefinir las probabilidades o expectativas de ganancia o pérdida, en medio de gritos de aliento a nuestro equipo, desaprobación de los errores y una permanente vigilia sobre los árbitros, los portadores de la legitimidad del juego, o quienes son los responsables porque se cumpla con las reglas explícitas establecidas para definir el comportamiento de los jugadores y los hinchas.

En este sentido, los encuentros de fútbol tienen una institucionalidad singular que los hace portadores de la mixtura de unas relaciones que son comunes a la sociedad y otras muy específicas a ese deporte (y eventualmente aplicables a otros deportes masivos). Las relaciones que son comunes a la sociedad son las que derivan de la cultura y las costumbres¹, las que se expresan en el comportamiento de jugadores, árbitros e hinchas. En cambio, las propias de este deporte se refieren

a las reglas particulares del juego y las normas implícitas de comportamiento en la cancha y los graderíos del estadio. La combinación y mezcla de estos elementos hace de los encuentros de fútbol una institución particular. Es el deporte con más convocatoria, tanto por el tamaño de los estadios como por la audiencia que mira los partidos por TV.

En un plano más general, además de jugadores, árbitros e hinchas, el fútbol tiene una institucionalidad conformada también por clubes, órganos de supervisión y control, medios de comunicación y las empresas o personas que confeccionan implementos deportivos y otro tipo de bienes que consumen los hinchas en los estadios o fuera de ellos. Estos siete colectivos forman una organización singular que atraviesa la matriz institucional de una sociedad; es decir, es una específica que se relaciona con y está condicionada por el resto de entidades e instituciones.

El principal papel de los clubes, con sus normas propias y cuerpos directivos, es reducir al máximo la incertidumbre del juego, estructurando para ello entidades competitivas en el campo estrictamente deportivo y en lo económico, a fin de ganar los torneos y ser rentables económicamente. Es decir, de la forma como están organizados los clubes depende el desempeño general del equipo y, para el tema que nos ocupa, las opciones de cambio institucional, su progreso o anquilosamiento. Así mismo, de acuer-

1 En cualquier sociedad son comunes la existencia de reglas, el conocimiento común de esas reglas, lo que es un principio básico para la coordinación, y la co-evolución de destrezas y estrategias de jugadores y equipos.

do a su conformación los clubes transmiten mayor o menor incertidumbre a los hinchas, quienes son seguidores de su equipo por varios motivos: tradición familiar, desempeño en los torneos, redes sociales que promueven, ubicación geográfica y prestigio social, entre otras.

A diferencia de una lotería o cualquier juego de azar, e incluso de cualquier actividad económica, el fútbol (y varias otras disciplinas deportivas) tiene como peculiaridad que los hinchas, aunque toman partido por un equipo en medio de la incertidumbre característica de las competiciones, no ganan ni pierden cuando el equipo sale triunfador o derrotado de un encuentro (aquí se exceptúan quienes hacen apuestas por su equipo)². De esta forma, la incertidumbre, característica de todas las acciones humanas, no tiene un valor monetario sino que se expresa anímicamente; como diría Durheim, puede ser un portador de anomia colectiva: ¿puede repercutir ella sobre la productividad? Se desconoce la respuesta pero lo que sí se ha podido comprobar es que la percepción sobre el futuro del país mejora significativamente cuando la selección nacional de fútbol



Las hemorragias cerebrales son menos frecuentes en los jugadores de fútbol. Los cerebros también. *Pierre Desproges*

triunfa³. En cambio, el resto de actores (clubes, órganos de supervisión y control, medios de comunicación y empresas), sí tienen costos asociados con la incertidumbre. Es decir, deben establecer las mejores opciones para minimizar pérdidas o maximizar ganancias.

En cada uno de los clubes existen tres actores con papeles distintos. Están los jugadores, el cuerpo técnico y los gerentes, administradores o directivos.

Los gerentes o administradores tienen condicionado su éxito, o la mitigación de la incertidumbre y maximiza-

2 Para la economía neoclásica, esta afirmación sería falsa pues consideran que toda apuesta tiene un precio. Eventualmente, este precio puede ser la entrada al partido. Sin embargo, parecería que el "costo" de la apuesta que se hace por un equipo está más relacionado con resultados anímicos propios a cada persona, pues cada una tendrá distintas reacciones frente a un triunfo o una derrota.

3 Según Hábitus Investigaciones, quienes construyen mensualmente índices de confianza en la economía y la política en el Ecuador, cada vez que la selección de fútbol ha ganado sus encuentros, las percepciones de los encuestados han cambiado positivamente.

ción de ganancias, a sus propias decisiones en cuanto a contratación del cuerpo técnico y los jugadores, lo que a su vez está en función de los recursos de que puedan disponer por taquilla, venta de anuncios, ventas de derechos de televisión y otro tipo de aportes e inversiones (hablando de los principales). Los fondos disponibles para cada campeonato tienen relación con los atributos de cada club como institución. Es decir, de cómo se vende como marca, de los resultados obtenidos en el pasado, de la estructura organizacional (si ésta es proclive al cambio o permanece inmóvil), del número de hinchas actuales y potenciales, de otras redes y beneficios que pueda brindar a los hinchas.⁴

El éxito de los directivos también puede ser una función de cuán efectivos sean para incidir en las decisiones del organismo general de supervisión y control del fútbol profesional, la Federación Ecuatoriana de Fútbol, entidad que se analizará luego. La incidencia de la que se habla se refiere a la conformación del calendario de juegos, a la convocatoria de los jugadores de cada club a la selección nacional a fin de potenciar futuros contratos en el fútbol internacional, a las decisiones del comité de disciplina y, finalmente, a la influencia que pudieran tener sobre las decisiones de los árbitros en los encuentros de fútbol.⁵ En este sen-

tido, para mitigar la incertidumbre⁶ de la competición los directivos pueden armar cuadros competitivos o valerse de medios no deportivos.

Estas entidades llamadas clubes, al menos en el país no llegan a ser empresas en la generalidad de los casos⁷, son sociedades, en algunas ocasiones muy ce-

- 5 Esta última frase no es una acusación directa sino que, hipotéticamente cabe que algunos clubes prefieran ganar por decisiones de los jueces que por su desempeño deportivo. Es similar a lo que ocurre en cualquier empresa, la mayoría de ellas obtienen sus ganancias de acuerdo a la forma como organizaron la actividad productiva, pero hay los empresarios rentistas, aquellos que buscan réditos económicos por fuera del propio negocio, beneficiándose de favores con la captación de contratos, la expedición de leyes a su favor, etc. En los deportes también se pueden encontrar comportamientos rentistas, pero particularmente en el fútbol porque los árbitros tienen un gran espacio de subjetividad al momento de señalar y penar las faltas.
- 6 La situación de ciertos equipos de fútbol llega a ser tal que logran eliminar la incertidumbre porque es seguro que jueguen con quien jueguen el resultado será negativo. En estas circunstancias se pierde el apoyo de la hinchada, pero incluso se puede llegar a una situación de fractura definitiva con los seguidores. En el otro extremo, encuentros en los que el equipo local es en extremo favorito, es menos atractivo que los cotejos en los que existe competencia y cualquiera puede ganar. En este segundo caso, también puede ocurrir que los hinchas no asistan a ver el espectáculo pues se conoce, con bastante seguridad, el resultado.
- 7 Eventualmente LDU de Quito es uno de los clubes que más opciones de financiamiento de mercado emplean. En la actualidad tienen un fideicomiso que administra la compra de jugadores. Este sistema cobró importancia cuando el fideicomiso, al que puede pertenecer en teoría

⁴ Por ejemplo, el Barcelona S. C. brinda un seguro de salud como beneficio adicional al asociarse.

rradas, ancladas en formas de organización tradicional, es decir, tienen uno o pocos dueños quienes rotan en los puestos directivos⁸. Estas sociedades no se diferencian radicalmente de la mayor parte de las empresas en el Ecuador, pues comparten unas estructuras de propiedad limitadas, que muchas veces impiden el ingreso de nuevos socios o la capitalización y financiamiento con la afiliación de nuevos accionistas (socios) activos. Esta característica tiene importantes implicaciones, pues hace más difícil conseguir un funcionamiento moderno de los clubes⁹ y, adicionalmente, establece una clara separación entre quienes son hin-

chas y quienes son los "propietarios" de los clubes, en tanto no se socializa aunque sea en parte la propiedad.

Otra modalidad particular en el fútbol ecuatoriano es la presencia de dos equipos en la serie A respaldados logística y económicamente por entidades estatales (Fuerzas Armadas y Policía Nacional)¹⁰. Esta forma de propiedad hace que éstos sean clubes estatales y que a fin de cuentas su financiamiento, aunque sea en parte, provenga de los ingresos del sector público. Entre otros, este estatus especial crea problemas de igualdad de oportunidades en el mercado, pues estos clubes estatales gozan de ingresos fijos o tienen un presupuesto de base asegurado, algo de lo que no necesariamente gozan el resto de clubes que están sujetos tanto a su propio desempeño como a las condiciones de la economía (por ejemplo, una reducción en los ingresos de los hogares).

Existen, por tanto, distorsiones en el mercado pues estos clubes estatales en el extremo no necesitan hinchas como el resto de equipos¹¹. Por otro lado, como

cualquier persona, compró a Carlos Tenorio para venderlo luego a un precio multiplicado por varios dígitos al valor inicial. Las ganancias generadas mediante el fideicomiso se distribuyen entre los participantes y una parte es conservada por PROESTADIO, la empresa que administra el club, con el propósito de emprender en nuevos negocios, vale decir, comprar pases de nuevos jugadores que luego serán comercializados o conservados en el equipo.

- 8 Es común que algunos equipos reciban financiamiento de varios de sus hinchas, ya sea a través de anuncios publicitarios o simplemente asumiendo ciertos costos como el pago a determinados jugadores. Es una forma de subsidio privado que normalmente retribuirá de alguna forma a los benefactores.
- 9 Es decir, cuando el objetivo de los clubes sea maximizar ganancias económicas. Podrían existir motivos extraeconómicos para mantener clubes sin esa característica, pero habría que preguntar si es porque confiere otro tipo de beneficios a los dueños (políticos como ocurría en gran medida en el país hasta hace poco o simplemente de prestigio social). Sin embargo, si se mantienen esas estructuras denominadas como tradicionales

el espacio para competir con clubes de otros países, con estructuras modernas, se ve seriamente limitado pues la presencia de benefactores no garantiza el funcionamiento futuro de los equipos y puede convertirse en un *modus* operando que limita seriamente una organización diferente

- 10 Eventualmente en los últimos años ese apoyo pudo haber disminuido o siempre pudo haber sido pequeño; sin embargo, no interesa tanto la magnitud sino que se produzcan ese tipo de relaciones ambiguas entre entidades públicas y clubes deportivos.



Carlos Campaña - El Comercio

Entre los años de 1936 y 1946, precisamente los años de mayor auge del fútbol argentino, se dobló el número mundial de aparatos receptores, pasando de 55 millones a cerca de 120 millones
Juan José Sebrelli

cualquier organismo público, deberían estar sujetos a mecanismos de control del gasto y uso de recursos, sus balances tendrían que ser del dominio de cualquier ciudadano, etc. En estos casos, el dominio de la institucionalidad política nacional sobre el fútbol se hace evidente; las Fuerzas Armadas no sólo que participan en muchas ramas de producción econó-

mica, sino que son los “árbitros de última instancia” del sistema democrático¹².

Ellos han definido la forma como se establece la sucesión presidencial en los varios casos de destitución extralegal por parte del Congreso Nacional de presidentes de la República en los últimos 25 años de democracia. Es decir, si las Fuerzas Armadas se han arrogado el papel de guardianas de la democracia, además son quienes vigilan la correcta marcha de los procesos electorales, ¿por qué

11 Pablo Lucio Paredes en su artículo presenta estadísticas del peso que tienen los boletos vendidos en el presupuesto de los clubes nacionales. Sería interesante conocer cómo se ha logrado mantener Espoli, pese a que es de los equipos con menos número de hinchas en el país, al menos de hinchas voluntarios.

12 Esta no es una función formal, que conste en las leyes, sino un resultado que surge de la evidencia de los hechos.

podrían estar impedidas de participar en el fútbol? Como se mencionó, los clubes de fútbol están atravesados por la institucionalidad económica y política del país, siendo éste un claro ejemplo¹³.

Además de los conocidos equipos que militan en la primera categoría existen otros con limitados recursos o que se mantienen simplemente formando jugadores y su función es captar a los mejores de los torneos barriales o cantonales, o abastecerse de sus escuelas de fútbol. Sin embargo, la competencia en este aspecto de los clubes de la primera categoría es cada vez mayor por lo que su importancia relativa se ha ido reduciendo en el tiempo, con contadas excepciones cuando estos clubes forman o "encontran" un jugador de condiciones por encima de la media.

El cuerpo técnico, además de la experiencia, debe contar con la colaboración tanto del los gerentes como de los jugadores; ocupan el lugar con mayor incertidumbre o sintetizan la incertidumbre de este deporte, pues normalmente son los "chivos expiatorios" en los clubes. Tienen la responsabilidad de establecer un conjunto de opciones a fin de conseguir relaciones cooperativas con los gerentes y los jugadores¹⁴. El campo de su

acción no se limita a la estrategia¹⁵ del juego del fútbol sino a moderar las relaciones entre directivos y jugadores, tanto en el marco de los resultados obtenidos, como en relación con el favoritismo de los gerentes hacia algunos de los deportistas.

También debe encontrar un balance para evitar que las intrusiones de los directivos en cuanto a las alineaciones del equipo provoquen malos resultados, pues es el cuerpo técnico el que luego responderá por el desempeño del equipo. Aquí vale la pena hacer un viraje teórico para incorporar un elemento adicional a esta exposición. Mientras la incertidumbre es analizada por la estadística mediante la investigación de las probabilidades de ocurrencia de eventos mediante la construcción de modelos, la teoría de juegos analiza los comportamientos estratégicos de los jugadores¹⁶ o los resultados de esos comportamientos en términos de ganancias, pérdidas y nivel de bie-

13 Otra muestra de cómo la política ha incidido en el fútbol y en el mercado de este deporte son los casos de Barcelona de Guayaquil y Aucas, equipos que recibieron fondos estatales, en el gobierno de Febres-Cordero, para financiar la construcción de sus estadios.

14 El artículo de Edward Jiménez presentado en este libro establece la influencia de la cooperación en los resultados del juego en conjunto. Para ello se vale de principios de la física cuántica aplicada a la teoría de juegos. Esta aplicación sigue una metodología hasta ahora no aplicada en el boyante desarrollo de la teoría de juegos a nivel mundial en los últimos años.

15 En teoría de juegos se denomina estrategia al efecto conjunto de elegir una opción frente a las decisiones propias y ajenas, lo que a su vez determina un resultado propio y ajeno.

16 En este caso particular se denomina jugadores a todos quienes asumen decisiones dentro de una estrategia.

nestar del conjunto de los jugadores.

Para el caso que nos ocupa, los directores técnicos se enfrentan a las estrategias de dos jugadores, los deportistas y los directivos, como a las suyas propias. Los directivos y los hinchas, a quienes se debe responder por los resultados, son afectados por la forma como asuman sus decisiones los jugadores y el cuerpo técnico, pero los directivos tienen la opción de modificar esas decisiones mediante la transferencia de utilidad (pagos secundarios) a los dos actores del juego y por ello, como en el dilema del prisionero, son quienes establecen las sanciones e incentivos correspondientes. Al concentrar la incertidumbre del juego, lo que conduce a que su permanencia sea también una incógnita¹⁷, el equipo técnico recibe altas remuneraciones, lo que es un pago económico lógico por su papel en el deporte¹⁸.

Los jugadores, de su lado, son en parte los portadores de la institucionalidad

de los clubes; constituyen una especie de resultado intermedio que refleja las características del club. Si es uno con un presupuesto importante y una tradición, se acoplarán a una forma determinada de hacer el juego. Si pertenecen a un equipo con pocos recursos y poca tradición, pueden expresar su propia forma individual de jugar al fútbol. En el medio de estos dos extremos existen un conjunto de combinaciones como equipos con tradición y bajos presupuestos. Pero los jugadores son quienes finalmente se enfrentan a la incertidumbre, en el sentido que pueden manejarla si es que son capaces de enfrentar inteligentemente al contrario y seguir las instrucciones estratégicas del entrenador. Además de su destreza con el balón deben poseer los conocimientos técnicos suficientes para enfrentar el azar del movimiento de la pelota en el campo de juego.¹⁹

En los últimos años, la incertidumbre de los jugadores con respecto a su trabajo ha disminuido al menos en el fútbol de las principales ligas mundiales porque se han establecido contratos de largo plazo. Los cambios recientes que introdujo la FIFA para proteger a los deportistas aún no ha sido totalmente internalizado por los equipos del Ecuador; los jugado-

17 Como señala Pablo Lucio Paredes en su artículo, Sir Alex Ferguson es de los contados entrenadores de fútbol con una estabilidad inaudita en el mismo club, el Manchester United. El mismo Lucio Paredes señala que el cambio de entrenadores lo máximo que consigue es que el equipo retorne a su promedio de desempeño, aunque puede tener un efecto demostración importante en el momento de la sustitución.

18 Se podría asimilar a quienes realizan transacciones en las bolsas de valores pues ellos dirigen un juego con recursos, por lo general, ajenos. Los aciertos les producen grandes ganancias, pero un solo fracaso puede determinar que bajen radicalmente sus ingresos.

19 Carlos Menotti, entrenador de la selección de Argentina señalaba que en el juego del fútbol más del 80% de lo que ocurre se debe al azar; por ejemplo, la pelota botea en un lugar preciso y salta al lugar en el que se encuentra un delantero frente al arco contrario.

res ahora tienen la libertad de vender sus servicios al “mejor postor” cuando se termina el contrato con un club, antes eran los clubes los que determinaban el destino de los deportistas.

Además, al ser los jugadores la expresión de la institucionalidad, en particular de la organización interna de los clubes, muchas veces enfrentan incertidumbre por la mala gestión económica de los directivos (una mala gestión económica, entre otras cosas, ocurre cuando no se les paga en los plazos pactados a los jugadores). Cuando sufren demoras en sus pagos es notoria la reducción del rendimiento en el campo de juego, constituyéndose en un signo de la ruptura de los lazos de cooperación que teóricamente debe abrigar un club de fútbol.

De esta forma se llega al mundo de lo concreto, sin paga no hay buen juego, dando paso a un aumento generalizado de la incertidumbre y al ingreso a un círculo vicioso²⁰ (peores resultados terminan en menores ingresos y con menores ingresos es difícil cumplir con los sueldos). Este cambio en la relación entre clubes y jugadores, deberá acarrear importantes modificaciones en el “mercado” de jugadores. Los deportistas con mejores aptitudes tienen vía libre para maximizar sus ingresos ya sea negociando los contratos con el mismo club o

cambiando de equipo²¹. Los menos diestros, en cambio, se enfrentarán a continuos cambios de club, a ofrecer sus servicios en un conjunto de otra categoría (en la primera “B” en lugar de la primera “A”) o a que su equipo actual los retenga pero con ingresos cada vez menores. En estas circunstancias, los deportistas menos diestros pueden optar por apelar a las relaciones de solidaridad y reciprocidad con sus colegas con el propósito de mantener su estatus²² e ingresos dentro del equipo; los clubes, en cambio, deberán evitar que eventos de ese tipo ocurran a fin de minimizar el costo de mantener a jugadores con bajo rendimiento.

21 En el caso de las estrellas del balompié, como el de Messi de Barcelona de España, se estableció un contrato de largo plazo con el jugador. Si éste decidiera cambiarse de equipo, el castigo por romper el contrato llega nada menos que a 145 millones de euros. Es decir, en la cláusula de disolución del contrato se está considerando el valor de mercado del jugador más un castigo que se debe aproximar a la pérdida de ingresos esperada por el club por la ausencia de ese deportista.

22 Esto no es nuevo. Aunque no se tiene evidencia, es común escuchar que entre los jugadores se establecen varios grupos de interés para cuidar a sus miembros de ser excluidos de la alineación titular o a ser reñados del equipo. Estos grupos de interés, que no se asemejan a un sindicato u otro tipo de organización gremial porque no abrigan a todos los deportistas, pueden ser potencialmente perjudiciales para el desempeño de los clubes porque, en el extremo, su forma de protesta es hacer un mal juego. Este puede ser un ejemplo de juego no cooperativo con pérdida de bienestar para todos los participantes.

20 En el artículo de Kevin Jiménez se calcula cuánto perdió la Liga de Loja por la pésima campaña del torneo clausura 2005, lo que condujo a que bajara a la primera categoría B.

Pero adicionalmente, y es algo que comienza a nacer también en el país, las estrellas de fútbol se convierten, de a poco, en “símbolos comerciales”, locales o internacionales. De esa forma se produce un juego cooperativo entre estas estrellas y las firmas comerciales quienes conocen el efecto propagador del uso de algunos implementos deportivos por parte de estos jugadores sobresalientes, sea en la cancha o fuera de ella. En buena medida la principal actividad económica de esos deportistas deja de ser el fútbol aunque deben maximizar su exposición (aparición en partidos).

La cancha deja de ser el espacio de juego para convertirse en una vitrina comercial. Este efecto también se observa en las selecciones; en las eliminatorias y el Campeonato Mundial se enfrentan las marcas Adidas y Nike, simultáneamente a los equipos. Esta nueva forma del negocio asegura a los jugadores maximizar los ingresos en el corto tiempo de vida profesional de que disponen, al menos en los equipos grandes que mejor pagan, pero también puede implicar una reducción de su desempeño, de su máximo potencial a uno socialmente aceptado, pues jugar con vehemencia puede acarrear lesiones temporales o permanentes.

El temor a las lesiones o a una indisposición temporal, que les impida participar en contiendas del campeonato o en aquellas con una alta exposición, es una forma racional de preservar los ingresos futuros para cualquier agente maximiza-

dor. Sin embargo, como el juego del fútbol también es una pasión, por lo que la obtención de recursos económicos se puede relativizar, hasta los deportistas con más fama y fortuna pueden en algún momento de su carrera maximizar su gusto por la competencia antes que los ingresos esperados.

¿Se puede generalizar esta composición de la institucionalidad del fútbol al cualquier otro tipo de deporte o actividad económica?²³ Parecería que la respuesta es negativa. A la vez que es negocio, el fútbol a diferencia de otras actividades deportivas, es también una expresión cultural o, dicho de otra forma, es una forma institucional con características particulares, tanto por su organización interna cuanto por la relación con el conjunto económico y social. En otras palabras, la forma como se organiza le confiere unas características que, como se ha explicado, son distintas pues no son los dueños quienes resuelven totalmente la incertidumbre, sino el cuerpo técnico. Pero, además, esa organización está mediada por los rasgos de la institucionalidad del país.

23 Eventualmente esta institucionalidad podría ser aplicable a otros deportes como el baloncesto, béisbol y fútbol americano. Sin embargo, al menos si se hace referencia a los EE.UU. en el baloncesto, por ejemplo, existen muchas más reglas y mecanismos de control. Por ejemplo, el equipo con el peor desempeño en la liga tiene la primera opción para escoger a los jugadores con mejor calificación de los torneos universitarios. De esta forma se quiere garantizar la competencia entre equipos.

Otra característica del fútbol profesional es que es un mercado oligopólico porque existen pocos "productores" frente a una gran cantidad de compradores. Pero, a diferencia de cualquier otra actividad económica, el proceso para entrar a competir en ese mercado no sólo depende de la voluntad de un club²⁴, sino que ese debe pasar por un largo proceso. Primero debe ser parte de una de las asociaciones provinciales que pertenecen a la FEF, luego lograr el ascenso a la primera categoría "B", para finalmente ascender a la primera "A". Es un camino que toma por lo menos dos años de inversión, la que eventualmente comenzaría a generar ingresos una vez que esté en la primera "A" y haya establecido un sistema de mercadeo lo suficientemente profundo para ganar el número suficiente de hinchas que le permita obtener ingresos suficientes para funcionar en el largo plazo.

Siguiendo con esta interpretación, el próximo paso es cómo encaja la prensa deportiva y la divulgación por prensa, Internet, radio y TV de las noticias del fútbol y de los encuentros. Quienes explotan en el máximo la incertidumbre, viven de ella y la alimentan, son los periodistas deportivos. Cada día se pueden escuchar noticias sobre las "novedades" de los equipos, de quién está con proble-



Antes se comparaba a un equipo con una empresa, hoy se compara a la empresa con un equipo. *Christian Bromberger*

mas físicos, de cómo está la relación entre jugadores y cuerpo técnico, entre cuerpo técnico y dirigentes, de las decisiones de la FEF y cómo afectan a los clubes, de qué nuevas reglas ha impuesto la FIFA, etc. Los resúmenes de los partidos, en los que básicamente se relatan o presentan en video los goles, son en realidad como el respiro, si es que el equipo del que se es hincha ganó, o de frustración.

Pero automáticamente luego de ello, durante la semana se conocen por lo general las noticias en los ámbitos que se mencionaron. La audiencia, y por tanto el negocio, dependerá de cuán bien se prepare el terreno de la inseguridad sobre el desempeño de cada uno de los equipos en la siguiente jornada del cam-

²⁴ En el caso de otro tipo de empresas los requisitos de entrada no son tan fuertes, aunque podrían haberlos si es que existe una legislación que protege determinado oligopolio.

peonato. Factores banales o simples son magnificados para provocar ese efecto que alienta a los seguidores de cada equipo y a la vez los sume en nuevas preguntas sobre el desempeño en el próximo encuentro.

Otros programas o estaciones radiales e incluso, muchos periodistas toman partido explícitamente por uno de los conjuntos que participan en la lid de la primera "A". Es común que escojan a los equipos con más hinchas, pues ello les puede asegurar adecuados niveles de sintonía para captar un número de anunciantes que sostenga estos negocios.

Se estaría por tanto, ante un escenario en el que la maximización de las ganancias de los medios se basa en abonar incertidumbre y sumarse a una hinchada. Muy pocos periodistas realizan análisis que superan el simple relato de aquellas novedades sin mucha importancia.

Por otra parte se encuentran las transmisiones de los encuentros de fútbol, ya sean a través de la radio o la televisión. En las radios se podría hablar que existe un mercado de competencia perfecta. El acceso a las transmisiones es masivo y el elemento que distingue a unas de otras es el reconocimiento social que tienen los locutores y comentaristas de los encuentros, siendo la cualidad que define la participación en el mercado de radioescuchas. Ello conduce a que las estaciones transmitan los partidos de aquellos equipos que cuentan con las mayores hinchadas, con lo que se provoca una selección

adversa²⁵ de los que podrían ser los mejores encuentros.

La lógica del negocio de las radios hace que los equipos grandes tengan mayor exposición frente al público que el resto de conjuntos, con lo que se perpetúa una lógica de reproducción sesgada hacia los equipos más taquilleros; la probabilidad de que los guambros, las nuevas generaciones, escuchen un partido de Barcelona, Liga o Nacional es mucho mayor en comparación con Aucas, Olmedo o Quito, por lo que la estructura del mercado de futuros hinchas, al menos en cuanto a la influencia de la radio, está predefinida e inmóvil. En este punto habría que agregar, además, el sesgo regional que es un fuerte motivo para decidir por cuáles equipos se juega la radio o la estación de TV. Como todos conocen, el regionalismo es otra institución que atraviesa al fútbol significativamente.

En las transmisiones de la televisión todos los equipos aparecen en la pantalla.

25 Se está empleando selección adversa en el sentido que no necesariamente se transmiten los mejores encuentros; al contrario, por los niveles de sintonía se prefieren los partidos de los grandes equipos. Bajo la lógica de las emisoras o los otros medios de transmisión se maximizan beneficios. Es algo parecido a lo que ocurrió por la lucha de mercado entre el Betamax y el VHS. El primero era un producto con mejores características técnicas para reproducir videos, en tanto que el segundo entró al mercado con una campaña publicitaria muy fuerte. Prevalció el segundo de los aparatos a pesar que no era la mejor opción en calidad. En estos casos el mercado, condicionado por la propaganda, no selecciona el mejor producto.

Las cadenas realizan sus ofertas a cada equipo para transmitir los cotejos en los que son locales. El precio pagado a cada club depende, aunque no completamente, del número de hinchas de cada equipo²⁶. En vista que los clubes pequeños se enfrentan con los grandes, a la final se podría hablar de que las audiencias se equiparan. Sin embargo, cuando los partidos son de dos equipos chicos las cadenas tienen problemas de audiencia y de anunciantes, en los hechos esos cotejos son molestos en términos económicos. Por la competencia que existe entre las cadenas se ha ido deteriorando el concepto de lo que es un clásico.

Cada fin de semana se viven uno, dos o tres grandes clásicos, de un total de cinco partidos, por la promoción de las cadenas, de forma que ya no existen nombres para calificar a esos encuentros. “El clásico del pueblo”, “el clásico de la semana”, “el súper clásico”, “el clásico del sur”, “el clásico del astillero”, son algunos de los lemas que inventan las cadenas de TV para atraer audiencia hacia sus transmisiones. Sin embargo, pese a

que en determinadas circunstancias pueda haber pérdidas por la transmisión de los encuentros de fútbol, sirven de exposición para los canales, lo que les es útil para penetrar en algunos mercados en los que la audiencia es reducida o la “marca” del canal no tiene aceptación del público. De esta manera, el fútbol no es un simple negocio que debe compensar, mediante propaganda, el importe que hicieron las cadenas para transmitir los partidos de algún o algunos equipos, pues genera conocimiento de la cadena (tal vez se la podría tratar como una externalidad), que luego pueden ser empleadas para otros fines comerciales²⁷.

Por el precio al que se venden los derechos de transmisión por TV, las cadenas tienen ahora un alto grado de influencia para definir, principalmente, los horarios

26 La lucha por conseguir la transmisión exclusiva entre las cadenas de televisión ha conducido a un incesante incremento de los precios a los que los clubes venden los derechos. De un año a otro, según personeros de la TV creció para un caso específico, de 600.000 a 800.000 dólares. Ello ha desalentado la participación de algunas cadenas pues las transmisiones requieren movilizar muchos recursos, más todavía cuando los cotejos se desarrollan en ciudades distintas a las sedes de los canales de TV.

27 La TV por cable es otro medio de transmisión. Sin embargo, el grado de penetración de este sistema es muy bajo en el país. Permíte que los sectores de ingresos medios y altos puedan disfrutar de cualquier partido, pero pagando por ello. La tarifa equivale a dos entradas a general más los gastos adicionales de transporte, comida y otros. Hace unos meses se desató una fuerte polémica porque la FEF coordinó la venta de derechos de varios clubes con una cadena internacional para televisar todos los encuentros a través del sistema de TV pagada. La discusión en este ámbito es si el fútbol profesional es un bien público o uno privado, es decir, que los partidos que se juegan en una ciudad puedan ser vistos por los aficionados del resto del país a través de las estaciones con señal abierta. Este es un tema para discutir pues además de las implicaciones sobre la economía de los clubes, establece una relación distinta entre hinchas y clubes.

de juego. Aunque esa no sea una práctica generalizada en el país, en el futuro esa podría ser la tónica, tal como ocurre en otros países en los que los ingresos por derechos de TV son el principal rubro de financiamiento de los equipos. En esos países, las cadenas ubican los encuentros en los horarios que según sus estudios son los óptimos en materia de audiencias. Este factor hace aún más intrincada la administración de los clubes, pues agentes externos empiezan a determinar aspectos que antes eran privativos de los gerentes y técnicos de los clubes.²⁸

Los clubes están organizados en asociaciones provinciales, las que pertenecen a la Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF). Este es el organismo rector en el país, pero depende absolutamente de la FIFA (Federación Internacional de Fútbol Asociado) en la aplicación de las normas del juego. Como explica Pablo Lucio Paredes en el artículo que se reproduce en este volumen, este organismo emite normas legales que prevalecen sobre las nacionales. Es tan importante su influencia que de haber injerencia de la función judicial de un país sobre temas sobre los que ha legislado la FIFA, o que se ha arrogado, puede expulsar a un país de las competencias internacionales. Tiene, por tanto, mayor injerencia que el FMI o la OMC y se le podría equiparar al Vaticano; ¿es el fútbol otra religión?

28 En estos casos pierden su importancia relativa las costumbres de los hinchas que asisten a los escenarios deportivos.

Pero vale la pena centrarse en la FEF. Lo más importante para seguir con esta exposición es si ese organismo, que tiene la capacidad de moldear la institucionalidad del fútbol, promueve más incertidumbre al deporte. Uno de los campos en los que tiene incidencia directa es a través de la Comisión de Disciplina. Ese cuerpo colegiado decide, entre otros aspectos, sobre las sanciones que se imponen a los estadios en que los clubes actúan como locales y delibera sobre las sanciones graves, suspensiones mayores a las de una tarjeta roja, cometidas por los jugadores.²⁹

Además está la Comisión de Arbitraje, que “es un organismo permanente de la Federación, encargado de organizar, dirigir y controlar la actividad arbitral en el fútbol del país; todo esto de acuerdo con las leyes de Ecuador, los reglamentos internacionales, el Estatuto de la Federación Ecuatoriana de Fútbol y el reglamento vigente.”³⁰ En estas dos comisiones se resuelven los temas más “calientes” pues por una parte, como se mencionó, se imponen las sanciones gra-

29 “Es un organismo permanente de la FEF, conformado de acuerdo con el Estatuto de ésta, que se encarga de juzgar y sancionar todos los actos que menoscaben el espíritu deportivo, el espectáculo, la integridad física y moral de las personas, el respeto de quienes intervienen en una competencia o partido de fútbol, y la no aplicación correcta de las reglas de juego.” (FEF, disponible en la página Web: <http://www.ecuafutbol.org/institucion/disciplina.aspx>)

30 <http://www.ecuafutbol.org/institucion/arbitraje.aspx>



Es, junto con la música, el juego que nos enfrenta de forma directa y sensible con la potestad del aire. La mano del que escribe, envuelta en aire es su vínculo. No otra cosa sucede en el fútbol. Lo que está en juego es el aire. El aire guardado en una esfera, atrapado en la entraña de un balón. *Jorge Esquinca*

ves y, por otra, se definen las ternas de árbitros y se califica la actuación de los ex “hombres de negro”. Los encargados de velar porque las reglas del juego se cumplan en los encuentros son los árbitros, por lo que son los portadores directos de esa normatividad.

El fútbol es uno de los deportes colectivos menos reglamentado (comparado con el baloncesto, béisbol, fútbol americano o el rugby) y las decisiones que toman los árbitros al señalar faltas y castigar a los jugadores, tienen un importante rango de subjetividad. La pregunta es, si esta característica le hace más inte-

resante o menos interesante al balompié. Tal como es la situación actual, los jueces pueden mitigar o aumentar la incertidumbre en el juego. No basta tener un equipo eficiente y cooperativo si las decisiones de los árbitros cambian el curso normal de un encuentro.

En términos de la economía institucional, por la mayor incertidumbre, se elevan los costos de transacción, es decir, el equipo que tenía las opciones de ganar, a no ser por las acciones del árbitro, puede sufrir una reducción de sus ingresos (una baja en la taquilla de los próximos encuentros) y los jugadores no reci-

birán los premios que se otorgan para los triunfos.

Pero además se puede llegar a realizar pagos a los jueces a fin de conseguir su favor; ello, obviamente aumenta los costos inmediatos pero puede rendir frutos en el mediano plazo para el equipo.³¹ Parecería que, en todo caso, el costo beneficio de una operación como estas es positivo económicamente, así esté reñido con el espíritu deportivo y la ética. Si estas prácticas son permanentes pueden ser funcionales en el largo plazo pues equipos mediocres, gracias a la influencia en los organismos de control, presentan buenos resultados y conservan su hinchada.

¿Existe un sesgo arbitral hacia los equipos "grandes"? Eventualmente se podría responder que sí. Ello revela un problema simple de maximización de ingresos futuros. Obviamente el árbitro debe ser muy cuidadoso e inteligente para no hacer evidente su favoritismo. Los árbitros preferidos por los clubes "grandes" tienen mayores posibilidades de dirigir más encuentros y, así mismo, de ascender en el escalafón internacional. Ello se explica porque la comisión

de arbitraje depende de la FEF y esta es la conjunción de los clubes del país. En los encuentros entre selecciones nacionales o por los torneos sub-continetales o intercontinentales existen algunos equipos intocables y, así mismo, jugadores intocables.

El caso de Byron Moreno, árbitro nacional, fue una clara expresión de cómo no se puede ir en contra de un equipo grande, la selección italiana, que perdió su clasificación por mérito propio (un juego mediocre) y no por las decisiones de este juez. De otra parte, el fútbol es un gran negocio y por tanto interesa tanto a los clubes como a los campeonatos internacionales que allí estén los equipos que son más seguidos por sus hinchas y producen grandes audiencias en la TV, cuyas cadenas deben resarcirse de la inversión realizada al comprar los derechos televisados.

Una vez más, la institucionalidad del fútbol está cruzada por las instituciones de la sociedad. Una de las principales instituciones es el mercado y éste, en ausencia de organizaciones con independencia y fortaleza, tiene la influencia de modificar las decisiones para su reproducción. El caso de la incidencia del arbitraje sobre los encuentros no es aislado sino que, responde a las mismas prácticas que se pueden observar en otros ámbitos de la economía. Un funcionamiento plenamente competitivo, en los deportes y en el mercado, requiere de entidades fuertes y especializadas que actúen apegadas a las normas establecidas. Pero las normas

31 Este no es un hecho casual ni esporádico. En el la máquina de búsquedas Google aparecieron 20.100 registros cuando se exploró "sobornos árbitros". Baste leer la siguiente noticia: "El Tribunal Superior de Justicia para los Deportes de Brasil aseguró hoy (29 de marzo de 2006) que la Confederación de árbitros brasileños deberá repetir once encuentros de Liga oficiados por un colegiado que admitió formar parte de un soborno" (www.lukor.com)

muchas veces son violadas a nombre de y para que la economía envuelta en el deporte (cadenas de TV y de implementos deportivos, principalmente), maximice sus beneficios.

¿Es una solución la incorporación de medios tecnológicos que limiten la subjetividad propia de las decisiones de los árbitros? Pareciera que sí, aunque será necesario discutir los mecanismos para realizar estas innovaciones³². A la final lo que se promovería es despejar las dudas sobre la actuación arbitral, lo que permitiría que las competencias giren alrededor de las habilidades y técnica de los jugadores, limitando de esa forma la interferencia por la inevitable subjetividad de los jueces, una de las fuentes más importantes de incertidumbre³³, a la vez que alejaría las prácticas “rentistas” de los gerentes de los clubes.

La FEF está conformada por 15 asociaciones provinciales, un número menor

al de provincias en el país. Estas organizaciones albergan a 158 clubes, más de 10 en promedio por cada una de las jurisdicciones políticas participantes. El número de clubes no tiene relación con el desarrollo provincial, medido a través del índice de desarrollo humano³⁴, por lo que parecería no existe causalidad entre las dos variables, es decir, el número de clubes es independiente de la calidad de vida. ¿Cómo se liga esta relación con las instituciones? Pues la teoría económica supone que a mejor calidad de las instituciones, mayor es el grado de desarrollo humano³⁵. Entonces, al comparar el IDH con el número de clubes lo que se está preguntando es si los arreglos institucionales que prevalecen en cada provincia son proclives al desarrollo del fútbol profesional.

La vinculación entre instituciones proclives al cambio y desarrollo es uno

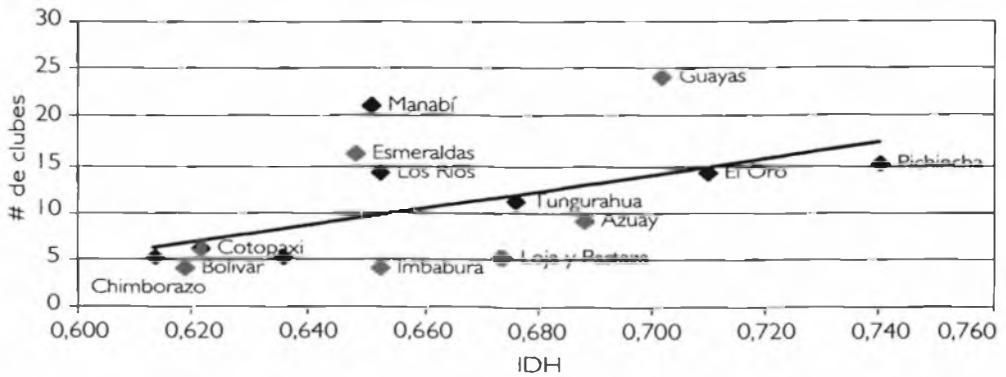
32 En el teres profesional incorporó hace poco una opción para que los jugadores apelen la decisión de los jueces de línea. Los deportistas pueden apelar dos veces a la decisión de los jueces de línea. Si las pantallas de TV instaladas en la cancha dan la razón al jugador, éste gana el punto y mantiene intactas las opciones de apelar. Caso contrario, si el deportista no tiene la razón, pierde los puntos y también la siguiente apelación.

33 Este es un caso de incertidumbre especial, pues si fuera absolutamente generalizada simplemente dejaría de serlo y en lugar de ello se podría establecer un modelo, con base en la teoría de juegos, en el que se conoce que unos clubes profesionales o selecciones tienen mayor poder de influencia sobre el resto.

34 El índice de desarrollo humano es una medida compuesta que relaciona tres dimensiones de la calidad de vida: educación, salud e ingresos. El índice de educación se obtiene de la tasa de alfabetismo y la tasa bruta de matriculación en primaria, secundaria y universidad. El índice de salud se calcula con la tasa de mortalidad infantil y la esperanza de vida al nacer. Finalmente, el tercer índice se construye con los ingresos por persona. Para elaborar el índice de desarrollo humano se empleó información del Censo de Población de 2001 y para el ingreso la Encuesta de Empleo de 2004, ambos realizados por el INEC. Este índice varía entre 0 y 1, siendo 1 el máximo valor que se puede obtener.

35 Aunque esta relación podría ser una simplificación, existe evidencia que muestra regularidades en este sentido.

Índice de Desarrollo Humano (2004) y número de clubes por provincia (2006)



Fuente: FEF para los clubes; elaboración propia para el IDH

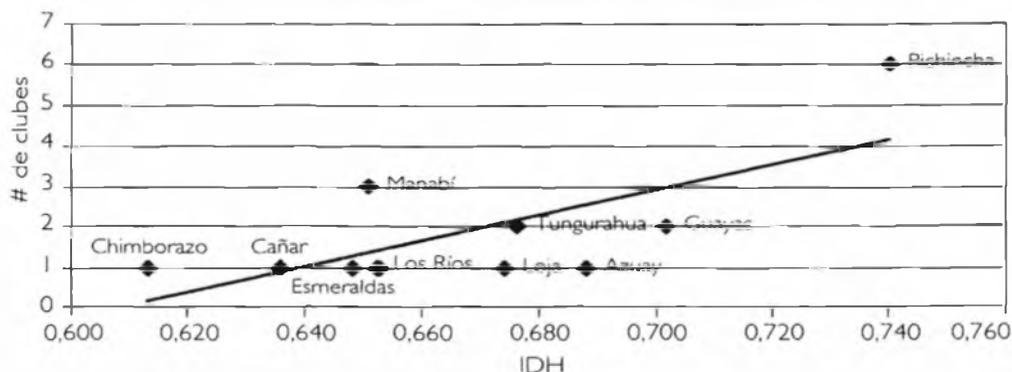
de los enunciados de la teoría económica institucional. El desarrollo humano es en parte el resultado de una conformación institucional en mercados, leyes, distribución de la riqueza, entre otros, que delimitan también el espacio para la práctica del deporte. El gráfico precedente indica que no existe una correspondencia o existen distintas lógicas de conformación institucional entre provincias.

Algunas aparentemente estarían sobre representadas en el número de clubes afiliados a las asociaciones que dependen de la FEF (esos serían los casos de Manabí, Esmeraldas, Los Ríos y Guayas), en tanto que otras tendrían una sub representación con relación al grado de desarrollo humano. En cambio, calzan perfectamente Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y El Oro. De aquí surgen tres preguntas: ¿ha sido la FEF idónea para calificar y permitir el ingreso de clubes mo-

tivando esta desproporción con relación al nivel de desarrollo? ¿La FEF ha incorporado más clubes para consolidar a la directiva? ¿Debe existir una relación entre el número de clubes y el grado de desarrollo provincial?

Como se mencionó, las discrepancias que se observan pueden en parte responder a distintos arreglos institucionales a nivel de cada provincia que al grado de desarrollo. Coincide, con excepción de El Oro, que todas las provincias de la Costa tienen más clubes de los que les correspondería. Ello puede indicar o mayor dispersión de esfuerzos hacia el deporte o un mayor interés por el fútbol. En los hechos una gran parte de los futbolistas profesionales son costeños y de Imbabura, que es una provincia que está muy por debajo del potencial que tiene en el fútbol. En esta última provincia, en cambio, no existe la institucionalidad su-

Índice de Desarrollo Humano (2004) y número de clubes en primera categoría



Fuente: FEF para los clubes; elaboración propia para el IDH

ficiente alrededor del deporte para retener a los jugadores que se forman allí. Por ello prefieren emigrar a otras provincias.

El panorama es bastante distinto cuando se hace la misma comparación, pero en este caso solamente con el número de equipos que pertenecen a la primera categoría. Pichincha muestra una sobre representación con relación a su grado de desarrollo relativo. Ahora bien, si es que se retiran los dos equipos estatales, El Nacional y Espoli –los que podrían estar registrados en cualquier asociación–, la provincia se ubica exactamente en la línea de correlación entre IDH y número de clubes de primera categoría. A pesar de constar solamente los equipos de la “A” y “B”, Manabí también continúa sobre representada, al igual que Chimborazo, provincia que tiene el menor grado de desarrollo relativo, entre las provincias con clubes en primera o se-

gunda categoría. En cambio, Azuay, Loja y Guayas tienen un menor número de clubes de los que les correspondería en concordancia con el grado de desarrollo que poseen.

Esto indica que, eventualmente, existe mercado para la incorporación de un mayor número de clubes en aquellas provincias que están por debajo de su potencial. Sin embargo, como se había anotado el ingreso a la primera categoría es muy difícil y costoso por lo que una de las pocas opciones que existen es comprar uno de los clubes que están en esa categoría. Esos movimientos se han dado en otros países; uno de ellos es el de Chivas de Guadalajara en México, adquirido por Jorge Vergara, quien lo convirtió en un poderoso equipo de fútbol.

Retomando el razonamiento anterior, se establece la inexistencia de relaciones entre grado de desarrollo y de-

sempañó en el fútbol profesional. Es que el fútbol es más que un hecho económico y dependiente del desarrollo, puede conformarse como institución para cumplir con finalidades que están por fuera del deporte mismo, como la cohesión social. Es decir, cabe la existencia de importantes ligas nacionales financiadas por “mecenas” que buscan de esa manera tener una presencia en el campo público, a través de actividades distintas a las propiamente empresarial-productivas, con el propósito de obtener una imagen social que eventualmente puede transformarse en capital político. De esta forma, el fútbol no sería más que uno de los medios por los que una persona o un grupo de personas completan el circuito de acumulación: económico y político.

Ahora bien, es común escuchar en los análisis económicos y en quienes proponen medidas de política económica que uno de los problemas básicos del país es la inestabilidad de las instituciones formales³⁶, especialmente de las políticas y de control, que son permanentemente quebrantadas; el efecto de este escenario es la elevación de los costos de transacción y el irrespeto de los derechos de propiedad, generando incertidumbre para la inversión, lo que retarda el crecimiento económico. A diferencia de ello, la estabilidad en la dirigencia de la FEF, a

pesar de las polémicas que se han desatado sobre ciertas acciones internas, permitió que el Ecuador llegue a dos mundiales, lo que además es una consecuencia del proceso iniciado con Dusan Drascovick en 1989.

La estabilidad institucional, como en este caso, ha llevado a conseguir logros antes inimaginables. Sin embargo, lo que ocurre en la FEF no se ha manifestado por completo en los clubes. Como se ha explicado, muchos de ellos no son empresas sino organizaciones cerradas o limitadas a un pequeño número de personas, aún cuando los seguidores pueden ser muchos. En este sentido, tal vez falte crear los incentivos adecuados a fin de que los éxitos internacionales a nivel de la selección sean replicados en los clubes, solamente de esa forma, con equipos mejor conformados y más competitivos se podrá hacer sostenible en el largo plazo el ascenso del fútbol ecuatoriano en competiciones internacionales.

Sin embargo, este es el fútbol que se observa por TV, el que ocupa grandes espacios en los diarios nacionales y provinciales, el que genera un conjunto de negocios de gran escala, que participa en competiciones internacionales, el que tiene como rector a la FIFA. En el país la práctica de este deporte es generalizada. Todos los años se realizan campeonatos barriales, cantonales y nacionales. A más de ello, no existe organización que no realice competencias internas del rey de los deportes. La práctica de aficionados o

36 Este análisis sobre instituciones formales e informales y su influencia relativa en el Ecuador es una propuesta de Fernando Bustamante.

casi aficionados³⁷. ¿Estará allí el “verdadero” fútbol? Definitivamente no. En cualquier modalidad existe competencia y deportistas, la gran diferencia es de magnitud de recursos entre el fútbol aficionado y profesional, como también de apoyo desde la FEF³⁸. En el primero, los lazos cooperativos no sólo se limitan al juego sino también al financiamiento de los implementos deportivos, al transporte, a los árbitros³⁹ y, si es que cabe, a los directores técnicos.

Lamentablemente no se dispone de estadísticas que permitan hacer un análisis de este gran espacio de práctica del fútbol. De lo poco que se ha podido recoger, se conoce que la Federación Nacional de Ligas Barriales del Ecuador cuenta con asociaciones en todas las provincias del país, con excepción de Galápagos y Morona Santiago. Según esa federación, más de 1 millón de ecuatorianos realizan prácticas de deportes en las ligas barriales, en fútbol masculino y femenino, y ecuavoley. Cuenta con cerca



Jugadores que ya no fichan sólo por un club y por lo tanto por una afición, sino también por una marca deportiva. Manuel Vásquez Montalbán

de 25.000 voluntarios que promocionan la práctica deportiva. A medida que la economía y otras disciplinas dirijan sus miradas al fútbol aficionado, se podrá conocer con más detalle los rasgos principales de su funcionamiento, el impacto económico en el país, entre otros aspectos.

El contenido de este volumen

La incursión de la economía en el deporte es reciente. Si bien para interpretar este tipo de manifestaciones se emplean los mismos conceptos que podrían ser aplicados para cualquier otra actividad, aún no se ha provocado un salto teórico que pueda reunir el conjunto de características propias del deporte y del fútbol.

37 No es raro encontrar a jugadores contratados en las ligas barriales o parroquiales. Se conoce de deportistas que participan simultáneamente en varios equipos.

38 En el artículo de Isabel Carrera se hace un análisis de lo que sucede con la selección nacional femenina de FUTSAI. (fútbol de salón). En 2005 esa selección quedó segunda en el torneo oficial que organizó la Confederación Sudamericana de Fútbol, luego de Brasil... ¿alguno de los lectores conoció de este gran triunfo?

39 Los equipos deben contribuir para el pago a los árbitros quienes ganan una remuneración por encuentro.

A pesar de ello, varios economistas se sintieron motivados para escribir, desde distintos ángulos, sobre el fútbol. De todos los colaboradores, solamente una tiene una maestría en economía del deporte, tal vez la única especialista en el tema que tiene el país.

La elaboración de este volumen es una primicia en el país, y es por ello que se decidió que los autores decidan sobre el tema que abordarían. Se trató de escoger a economistas que pertenezcan a distintas escuelas de la economía a fin de conocer cómo aplicarían sus conocimientos al análisis del fútbol.

A continuación se hace una sucinta presentación de cada una de las colaboraciones, recogiendo el tema principal que abordan y los principales resultados de las reflexiones o investigaciones. Con el propósito de ser neutrales en cuanto a esta presentación, lo que no coincide con la organización del libro, estas reseñas se ordenarán en acuerdo con el apellido del autor.

Víctor Aguilar, en el artículo titulado "El club Deportivo Cuenca y la economía local" nos presenta una exposición muy cuencana de la historia del aparecimiento del fútbol profesional en esa ciudad. Explica cómo el ascenso a la primera categoría cambió radicalmente las costumbres de la población de la ciudad y cómo se generaron nuevos negocios antes inexistentes, como las ventas dentro y fuera del estadio, y los periodistas deportivos. Transmite la forma como la historia de la

ciudad y del fútbol fueron de la mano, modificándose mutuamente.

Luego explora la forma como la participación del Deportivo Cuenca en los campeonatos nacionales generó el aparecimiento de un sector informal urbano ligado a la actividad deportiva. Presenta estadísticas basadas en una investigación directa, sobre los beneficios que perciben los informales por la presencia del fútbol vendiendo comida, implementos deportivos (oficiales y de confección casera) y toda la gama de productos que consumen los aficionados, casi a cualquier precio, cuando asisten al Estadio Serrano Aguilar. Establece las relaciones entre los negocios formales y el fútbol, de aquellos establecimientos que se ubican en los alrededores del campo de juego y se ven beneficiados o perjudicados cuando se realizan encuentros.

Más adelante, establece cómo la dirigencia del Deportivo Cuenca se modernizó para convertir al equipo en una marca, lo que implicó contar con una estructura administrativa organizada, con presupuestos planificados. Allí nos muestra cuáles son las fuentes principales de ingresos y cómo el club se encuentra empeñado en construir su propia sede, pues por los impuestos locales solamente recibe el 60% de la taquilla.

Macarena Bustamante en el artículo "¡O rei futbol!, hace un análisis desde la economía institucional"; propone una lectura distinta a las que ocupan al resto de

este tomo. La autora se concentra en reflexionar sobre cómo los distintos arreglos institucionales van marcando diferentes relaciones al interior del fútbol y de éste con los medios, las empresas de publicidad y los órganos de supervisión y control. Nos da cuenta de cómo la expedición de una ley en la comunidad europea, la que permite a cualquier deportista nacido en esa área económica ser considerado nacional en cualquiera de las ligas de los países europeos, ha significado importantes cambios, entre ellos, la desnacionalización de los clubes por la procedencia de sus jugadores.

También aborda con el mismo instrumental teórico, el de la economía institucional, al fútbol ecuatoriano, para establecer preguntas en torno a, por ejemplo, la lógica que explica las razones por las cuales varios dirigentes deportivos se han convertido en figuras políticas y viceversa. Este es un tema que siempre estará en el tapete del análisis del papel de fútbol como medio para alcanzar popularidad, o para qué los dirigentes acumulen capital político.

La autora considera que es necesaria una mayor profesionalización de los clubes, a la par con lo ocurrido con los deportistas y el equipo técnico. Solamente clubes organizados y estructurados empresarialmente pueden ser portadores de un cambio institucional en el fútbol

El aporte de Edward Jiménez, que lleva el título "Juegos cuánticos: su majestad el

fútbol, un juego cooperativo correlacionado", puede llevar a muchos a sentirse intimidados a leerlo. En realidad es un aporte teórico muy importante y es cierto que a su comprensión pueden acceder solamente aquellos que tengan conocimientos sobre teoría de juegos y un buen nivel de matemáticas. Lo que hace el autor es formalizar, con métodos que provienen de la física cuántica, el desarrollo del juego del fútbol. Una aplicación como estas es una novedad a nivel mundial en la literatura económica sobre la teoría de juegos y, por ello, es un aporte invaluable. Está en la frontera de la discusión de la economía.

El autor concluye que para lograr que un equipo de fútbol esté cohesionado en objetivos, disciplinado en el respeto a las normas internas y, a la vez, sea cooperativo en las acciones, se requiere que exista una correlación matemática entre las estrategias de los jugadores. Tal correlación implica el conocimiento y disposición entre jugadores, siendo el requisito para hacer goles. Pero también desarrolla en su modelo la interrelación de los equipos rivales. Obviamente, entre ellos existe un juego no cooperativo. De esta manera, como explica, en el fútbol se reúnen acciones cooperativas y no cooperativas en las que se implican el dilema del prisionero, en el primer caso, y el atirion (o desgaste) en la interacción de deportistas de equipos distintos.

Por su parte, Kevin Jiménez analiza el "Impacto del fútbol en la ciudad de Loja". En la primera parte presenta las características generales del cantón, tales como superficie, población, educación, profundización financiera, entre los más importantes. También hace referencia al proceso emigratorio que, en el caso de esa ciudad, es muy antiguo en comparación con otras jurisdicciones territoriales del país.

En un segundo capítulo aborda la relación entre economía y fútbol, haciendo una diferenciación entre los que tienen un carácter general y, por tanto, son macroeconómicos, y los microeconómicos o los que competen al funcionamiento de determinados mercados. En una tercera parte se concentra en lo que significó el ascenso de Liga de Loja para la ciudad, mostrando cifras de recaudación y del presupuesto del que ha dispuesto el club para obtener los buenos resultados hasta la finalización del torneo apertura en el campeonato de 2005. Esta parte es denominada por el autor como un análisis de la oferta del equipo.

Más adelante se refiere a la demanda de servicios característicos y conexos. Dentro de estos últimos está, por ejemplo, una valoración indirecta de lo que dejaron de recibir los periódicos por publicar noticias referentes a la Liga de Loja, los ingresos en los hoteles por el hospedaje de los equipos foráneos y un análisis particular con base en información directa de los ingresos que se gene-

ran en el sector informal. Una de las conclusiones del autor es que mientras más pequeña es la ciudad, los efectos que produce en la economía local un equipo que milite en la serie "A" son mayores.

Jaime Naranjo, el conocido periodista quien tiene la base de datos más completa y larga sobre el fútbol en el Ecuador colaboró con el artículo "La economía en el fútbol". El autor nos informa sobre varios hitos que marcaron los momentos más importantes del fútbol en el territorio nacional, de los encuentros amistosos y oficiales que mayor relevancia tuvieron en la historia del balompié. Con un detalle extraordinario, describe los ingresos, el número de aficionados, el costo de las entradas en distintos momentos de los últimos 67 años, entre los que destacan, por ejemplo, la presentación del Real Madrid en 1959 en el Estadio Olímpico Atahualpa para enfrentar a la Selección de Pichincha, las dificultades iniciales que hubo para financiar tal encuentro por el que, el equipo español cobró 20.000 dólares. Hace una comparación del monto de recursos que estuvo en juego en la venta de dos jugadores nacionales a equipos extranjeros: Alberto Spencer e Iván Kaviedes.

Por medio del relato del autor es posible observar cómo han cambiado los precios de las entradas y cuáles han sido los partidos más taquilleros. Hace una especial referencia a las dos últimas eliminatorias al Mundial de Fútbol, compa-

rando los ingresos obtenidos por la participación de la Selección del Ecuador en este importante certamen y finaliza con información de los campeonatos de 2003 y 2005, como también de los costos que se pagarán en este año por los derechos de transmisión de la Copa del Mundo.

Pablo Lucio Paredes, con el sugerente título “Fútbol y economía: dos fuerzas del mundo moderno”, hace una reflexión en la que desmenuza las relaciones del balompié. Se basa en los modelos clásicos de interpretación de la economía, en su variantes micro y macro, para construir una reflexión totalizadora de la que se escapan muy pocos detalles dado el conocimiento y la pasión que demuestra el autor sobre el fútbol. En su ensayo provee una variedad de estadísticas con las que permite, a quien lea el texto conocer por dentro, cómo se desenvuelve el fútbol profesional, tanto en el ámbito nacional como en el extranjero.

En el proceso de construcción del texto hace muchísimas preguntas —en términos formales propone hipótesis— que en muchos casos se constituyen en interesantes puertas de entrada para realizar futuras investigaciones. Encuentra regularidades sobre el desempeño de los equipos, tanto en los campeonatos mundiales como en el fútbol nacional. Por ejemplo, muestra como el dominio de los equipos grandes del Ecuador ha sido una constante en la historia de este de-

porte. También muestra el relativo éxito que, por lo general, tiene el cambio de técnico cuando las cosas van mal en un equipo; lo más común es que el equipo que cambió de entrenador regrese a su desempeño promedio, es decir, son muy pocos los casos en los que se producen verdaderas innovaciones. Todos estos elementos configuran una lectura muy amena y enriquecedora.

El conocido experto en materia tributaria, Wilson Ruales en el artículo “Fútbol y Tributación en el Ecuador”, brinda una visión global y precisa de lo que actualmente ocurre con los clubes de fútbol profesional. El autor afirma que la evasión tributaria es un hecho injusto pues todos los ciudadanos, incluyendo jugadores y clubes, hacen uso de los servicios públicos y porque impide la redistribución del ingreso. Considera que aún no se ha generalizado el pago de los tributos en el sector; en el caso de los clubes no se ha cumplido en su totalidad el pago del IVA en parte porque muchos de ellos no tienen sistemas contables adecuados y, en muchos casos, hay pérdidas de información entre una directiva y otra. En el caso de los jugadores, la situación es más difícil pues no realizan los pagos correspondientes al impuesto a la renta, en el caso de tener contratos con los clubes, y tampoco declaran otros ingresos como cuando participan en la selección nacional.

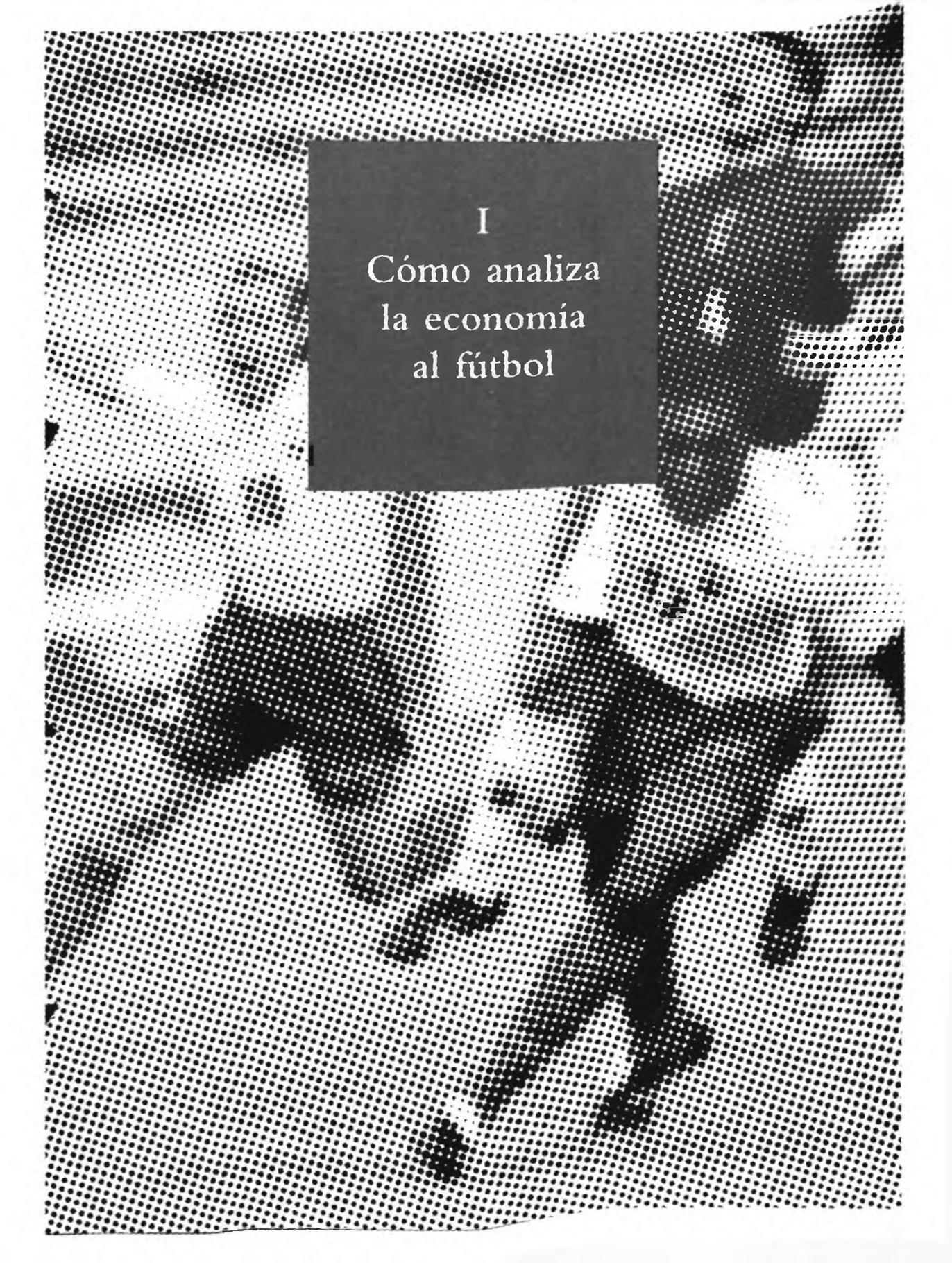
El estudio abarca a todos los tipos de impuestos y tarifas. El autor precisa que

los escenarios deportivos están en la obligación de pagar por el servicio de agua potable, aunque la Ley del Deporte establezca exoneraciones, y están exentos, en cambio, del pago por consumo de energía eléctrica. También indica que los impuestos sobre las entradas a eventos deportivos se redujeron del 10%, excluyendo las entradas de menor valor, al 5% para cualquier tipo de abono. Estas recaudaciones alimentan los ingresos de los municipios. Finalmente propone recomendaciones cortas y directas sobre lo que falta por resolver en el fútbol profesional en cuanto al tema tributario.

Finalmente, Sandra Vela, la única de los articulistas que posee un título de maestría en economía del deporte nos presenta en “Fútbol y bienestar en el Ecuador: efectos en la economía de las sociedad”, un análisis amplio sobre el deporte. La pregunta central de la autora es si el fútbol, y en general todas las expresiones deportivas, elevan el bienestar. En su análisis, parte precisando los aportes de Rawls en el concepto de justicia y equidad, para luego arribar a la contribución de Sen para la comprensión del concepto de bienestar humano.

Esta entrada le permite a la autora analizar luego los efectos macroeconómicos del fútbol, tanto en el lado de la demanda como de la oferta, a fin de particularizar en temas tales como el sector externo, los precios y el empleo. En segundo lugar hace un análisis microeconómico del deporte, por lo que trata los beneficios económicos directos e indirectos de fútbol, para luego pasar a indagar sobre los efectos sociales, que se constituirían en externalidades que van más allá del plano estrictamente económico. La forma como está organizado el artículo permite conocer con mayor precisión cómo captura la realidad que está estudiando la economía del deporte.

Como se había adelantado en esta introducción, éste constituye un primer intento por encontrar los lazos entre economía y fútbol. Al ser una *opera prima* tendrá deficiencias y acaso varios temas que motiven la investigación y reflexión sobre el tema. En conjunto los artículos presentan valiosa información, una temática variada y distintos métodos de reflexión o un acercamiento al fútbol desde una de las disciplinas más invasivas de las ciencias sociales, la economía.



I
Cómo analiza
la economía
al fútbol



Manc. Egas - El Comercio

Fútbol y economía: dos fuerzas del mundo moderno

Pablo Lucio-Paredes*

El fútbol es como la vida, una pasión que se ama o se odia. Albert Camus nos recordaba que “en el camerino de un equipo de fútbol es donde más se aprende de la vida”, o José Ortega y Gasset que desde su cristalina sabiduría pontificaba “la sociedad de las masas es la que ama el deporte y el juego” (citas aproximadas pero que reflejan su espíritu).

Dos maneras de mirar el mismo fenómeno: el deporte, y el fútbol como su primera lanza, que son parte consustancial de la vida moderna. Pero al fútbol también se lo analiza, desde la visión plasmada en una pizarra fría de la economía. La ciencia invasiva y dominante, la ciencia que nos recuerda los límites, la ciencia (aunque algunos consideran que no reúne esas características) que se ha tomado la modernidad para evaluarla desde su prisma analítico, con su metodología propia. Los griegos pusieron a la filosofía como el brazo armado del saber.

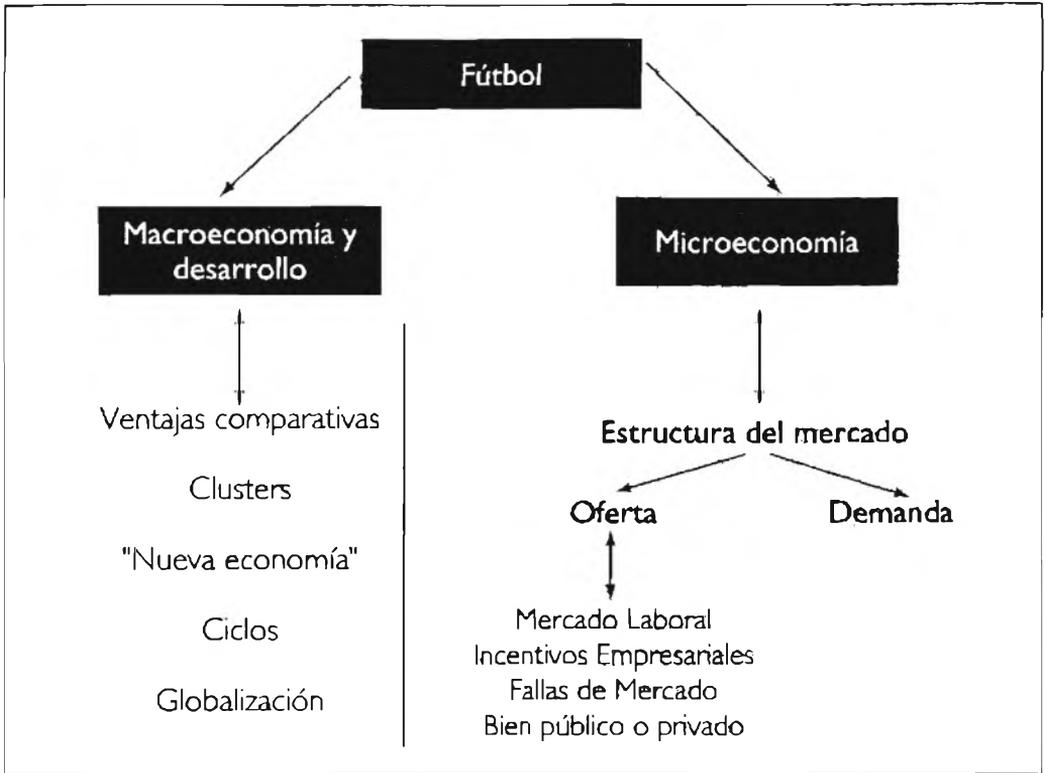
El “Siglo de las Luces” quiso colocar a las ciencias experimentales y a las matemáticas en el centro del universo social, pero hoy la economía ocupa esos espacios. Y por eso se ocupa del fútbol, mientras el balón rueda invadiendo la economía moderna.

En este trabajo (¡me declaro de entrada hincha de la LDU y de Brasil para evitar cualquier mala interpretación!) intentaré compartir cómo la teoría económica mira al fútbol, su organización, sus estructuras, sus incentivos, sus fallas. Y como el fútbol, y el deporte, crecen como factor económico importante en las economías. Intentando mantener el carácter académico de esta evaluación, pero siempre con la pasión inevitablemente presente. Mirando al mundo y al Ecuador, hacia ejemplos que nos pueden servir de modelo, y hacia experiencias que no podemos despreciar.

Por eso explicaremos cuál es el método de análisis económico en el campo macro (sobre todo algunos aspectos del desarrollo de los países) y en el microeconómico (cómo funcionan los mercados, la oferta y la demanda, los incenti-

* Profesor y Director de Investigaciones en el IDE.

pabloluc@uio.satnet.net



vos). Veremos algunas cifras sobre la importancia global del deporte y el fútbol en el mundo. Evaluaremos cómo estos principios se aplican en el fútbol a nivel global (ventajas comparativas, valor agregado, clusters, posibilidades de generar desarrollo, primacía de los servicios en las economías modernas) y a nivel de las ligas y los clubes (particularidades del mercado futbolístico, competencia y colaboración, bien privado y bien público, estructurales empresariales y laborales).¹

¿Qué es el fútbol?

El fútbol es un deporte que parece empezar en la Edad Media en el Sur de Inglaterra. Se desarrolla en el entorno de campesinos de pueblitos que se reunían una vez al año en una feria y era uno de sus juegos en esas ferias. Nace como un deporte para el habitante del campo, para el pueblo bajo, porque los ingleses ya habían traído de Roma deportes de la

nible y porque no existen buenas fuentes de información al respecto. El intento de este texto es más bien, y ojalá, abrir un espacio de investigación y reflexión sobre el tema.

1 Tendremos pocos datos sobre el fútbol ecuatoriano, por el poco tiempo de recopilación dispo

clase alta como los caballos o las carreras. Para el siglo 18 y 19 algo parecido al fútbol empieza a popularizarse en el Sur de Francia, en el Norte de Italia y en Alemania. Al mismo tiempo que otros deportes nacen en diversos lugares, como *lapetanc* que aún se juega en el Sur de Francia.

En esa época, los ingleses empiezan a pegar con su fútbol en otros lados (aunque también exportan otros juegos, como por ejemplo, el *raunders* que es el más claro antecedente del baseball y se convierte en juego de los granjeros en el Oeste Medio. Así es como llega a América del Sur, en particular vía el Cono Sur, y se expande en todo el continente (tomado de Jaime Litvak); en el Ecuador lo traen jóvenes que estudiaron en Inglaterra. La globalización es parte de la historia del fútbol.

El fútbol es el deporte número uno del mundo, por movimiento, pasión y atractivo. Y lo es por muchas razones.

Se puede jugar desde muy pequeño con pocos compañeros (entre dos es suficiente), en un terreno cualquiera, con un par de sacos o piedras que sirven de arco y algo que se asemeje a una pelota.

Lo pueden jugar altos, flacos, gorditos o con las piernas torcidas (¿qué era el gran Garrincha o el todavía vigente Rivaldo, sino unos muchachos afectados por la desnutrición?), hay lugar para todos. Y todos tienen importancia individual, y colectiva, táctica y estratégica, todos pueden sobresalir.

Se usa casi todo el cuerpo y evitar la tentación primaria de tomar la pelota con las manos es, ciertamente, parte de su atractivo atávico.

Tiene reglas extremadamente simples ligadas al sentido común (y algunas podrían ser aún más simples)... salvo el famoso off-side que es una tortura permanente.

Es un deporte libre: se puede ganar o perder tiempo acelerando o frenando el juego, se ocupa todo el terreno en vertical y horizontal, pudiendo la pelota recorrer toda su superficie en cualquier sentido.

Quizás el hecho de que los marcadores sean reducidos aumenta el atractivo: cada anotación es realmente fundamental.

Y debe haber mucho más....

Evidentemente, todo esto le hace de difícil penetración (aunque poco a poco lo va logrando) en el mayor mercado económico del mundo, los EE.UU., donde la percepción sobre los deportes es algo diferente: hay pocos jugadores que sobresalen (fútbol americano), hay poca liberad en la cancha (baseball o fútbol), hay límites en el tiempo (fútbol, baloncesto), el rol de estrategias preestablecidas es enorme (fútbol, baseball), no se adapta a todo tipo de jugador (baloncesto) y los marcadores son elevados (en casi todos). Muy, muy diferentes del fútbol.

Y de ese atractivo proviene la pasión por un deporte con 200 millones de jugadores activos en el mundo, alrededor de 200.000 practicantes en el Ecuador

en todas las categorías, y cuya organización madre (la FIFA) tiene más socios que las Naciones Unidas o el Fondo Monetario Internacional (¡y socios más apasionados ciertamente!), poderosa a tal punto que las reglas de la FIFA no pueden ser ni discutidas ni dirimidas por la justicia local, so pena, de perder ese país su presencia en competencias internacionales.

La economía y el desarrollo económico

El desarrollo económico tal como lo entendemos y lo medimos, consiste en la mayor acumulación de bienes y servicios para obtener el máximo de satisfacción (incluyendo al tiempo de trabajo y el tiempo libre como uno de los bienes que escogemos).

Hay muchas visiones sobre el desarrollo económico, empezando por la visión que nos dice que, simplemente, no hay *una* visión del desarrollo y que el propio desarrollo es un concepto occidental que en otras culturas no tiene ni sentido ni interés... por ejemplo, ¿qué pasa con la persona que prefiere pasar el día jugando fútbol en una playa y trabajar minimamente sin la visión de acumulación? (hay algunos genios del fútbol que han combinado esto con alegría; por ejemplo, Romario en su gran época del Barcelona de España se inventaba lesiones para ir a Río de Janeiro, al fútbol de

playa, con sus amigos... lo que pasa es que esa persona ha escogido una combinación diferente de tiempo y trabajo, su satisfacción es el "buen fútbol en la playa" en lugar de los bienes que podría comprar con más trabajo. No es otra economía, es sólo una decisión diferente.

Para alcanzar ese objetivo de desarrollo, la humanidad se ha basado en el incremento de la productividad, es decir producir más en cada hora de trabajo. En un inicio (¿cuándo empezamos: homo religioso, homo habilis u homo sapiens?) sólo se producían y consumían bienes alimenticios porque la tecnología disponible no permitía nada más, y casi todo el tiempo se dedicaba a esa actividad. El incremento de la productividad (más alimentos por hora de trabajo) permitió destinar recursos al desarrollo de otras actividades (manufactura y servicios), a la par que se disminuía el tiempo dedicado a la obtención de esos bienes y servicios.

Es decir, que la evolución de la humanidad ha sido: aumento de productividad en una actividad, desarrollo de nuevos bienes y servicios, reducción del tiempo de trabajo general y surgimiento de nuevas actividades ligadas al ahorro de tiempo y a los nuevos usos del tiempo. Como vemos, el tiempo disponible es clave en todo este proceso: por un lado marca la escasez por su limitación a 24 horas diarias (sólo ganamos alargando el tiempo de vida), por otro lado es un incentivo para desarrollar tecnologías que ahorran tiempo (transporte más rápido, microon-

das, etc.) y para crear nuevas actividades que utilizan el tiempo disponible (turismo, deportes, etc.).

Para aumentar la riqueza de los países es necesario pues aumentar la productividad, para lo cual sólo hay tres maneras:

- Producir más de lo mismo.
- Producir con más eficiencia.
- Producir bienes o servicios más atractivos para los compradores (por volumen o por precio).

Y esto se logra, no con recetas, sino con un entorno nacional de organización, institucionalidad, planificación, liderazgo y visiones, es decir, lo que ha tenido la selección ecuatoriana de fútbol desde Dusan Draskovic, cuyo mérito fue recorrer el país en busca de gente con potencial futbolístico-atlético (y ya no sólo los interminables y frágiles gambeteadores individualistas que llenan todas las canchas del país todos los domingos), hasta el trío Maturana, Bolillo, Suárez que agregaron sentido táctico (sobre todo para presionar y recuperar el balón), motivación y confianza (cuando el equipo se derrumbaba luego del 4-0 en Uruguay al finalizar los partidos de ida camino a Corea-Japón) y continuidad.

Pero a esto se agrega una importante dosis de tecnología y especialización. Todos los países hacen de todo (mentalmente ¿ve usted una gran diferencia entre lo que se hace en la vida diaria en los Estados Unidos y el Ecuador?), pero en

**Uso del tiempo en los EE.UU
(Horas por semana)**

	1965	1995
Trabajo en casa	11,3	15,6
Trabajo y Transporte	47,8	38,6
Comer, dormir y otros	73,3	69,7
TV, lectura, música, computadora	16,7	20,1
Relación social	9,5	8,6
Recreación	9,4	15,4

Fuente: Lomborg 2001

los países más ricos una mayor proporción de la economía (la gente, los recursos, el crédito, el tiempo) se destinan a bienes que generan alta productividad y en los países pobres es exactamente lo contrario. ¿Es esto algo complicado? No, piense usted, que cada trabajador del banano produce alrededor de 5.000 dólares al año de ventas mientras los de Microsoft rondan un millón de dólares anuales. Y simplemente en los Estados Unidos, el peso de la producción de software, autos o educación universitaria es mayor, mientras en el Ecuador el banano lleva ese peso relativo.

En consecuencia, los países intentan especializarse en los bienes y servicios que producen más valor agregado, ya sea:

Por el tipo de producción: tienen elevadas economías de escala (cuanto más se produce más se puede ganar) o son intensivos en capital (se puede usar mucha maquinaria y tecnología) o tienen ventajas endógenas de aprendizaje importantes.



Es el desarrollo de un deporte que supo aunar esfuerzos con el avance de la aviación y la técnica televisiva para conquistar el mundo.

Joseph S. Blatter

Por el tipo de demanda: productos de alta elasticidad-ingreso, es decir que cuando el ingreso de las personas aumenta, la demanda por estos bienes o servicios aumenta más que proporcionalmente y, en consecuencia, tienen una mayor demanda o precios atractivos.

Los países ricos se han especializado más adecuadamente en este tipo de segmentos, mientras los países más pobres venden los productos de menos volumen (el banano tiene un mercado mundial de menos de 5 mil millones de dólares anuales, mientras el mundo de las computadoras supera los cientos de miles de millones) y de menor valor agregado, a lo que se debe agregar varios factores esenciales:

Se entra en los sectores más dinámicos e interesantes a través de la identi-

cación de las “ventajas comparativas” que uno tiene. ¿Qué se hace mejor que los otros? Pero esto debe tener un carácter dinámico: ¿qué se puede hacer mejor que los otros? Y para esto hay que saber identificar mercados, desarrollar estrategias, planificar. Unos se quedan con sus bienes agrícolas básicos, otros los van mejorando (la uva se convierte en vinos de calidad), finalmente hay los que buscan segmentos de mayor tecnología (software, biotecnología, láser) o muy atractivos para el consumidor con mucho mercadeo y focalización (turismo o toda la cadena de servicios).

Se puede captar más valor agregado cuando se penetra en toda la cadena desde la producción hasta la comercialización al consumidor final (por ejemplo, en las flores, el Ecuador sólo capta la venta inicial, pero los holandeses captan la venta de semillas certificadas, el transporte, crédito, seguros, puertos, subastas en Alkmaar, etc., el mayor valor agregado queda en Europa).

Generalmente se desarrollan *clusters* que son una red de relaciones económicas que surgen alrededor de una actividad social, relaciones que se basan en la producción y circulación de bienes y servicios destinados a atender la demanda de los consumidores, generan beneficios a los inversionistas y crean empleo, y que en conjunto se retroalimentan unos a otros (un ejemplo atractivo y muy real es el de la belleza en Venezuela: mujeres, concursos, turismo, salud y mé-

dicos, productos de belleza, líneas aéreas etc.) .

Las marcas son un elemento clave de la estrategia de desarrollo, porque es ahí donde se captan mayores ganancias (por eso la estrategia de la China para los 10 próximos años es llegar a tener 50 marcas mundiales en diversos campos). Se llega al punto de las empresas virtuales que no producen nada directamente, sino que únicamente juntan la producción y otros insumos (transporte) aportados por diversas empresas en diversos sitios del mundo, y al final ganan porque le agregan la marca (y quizás el diseño o ese tipo de actividades de alto valor).

Todo esto se da en un marco de “globalización” que es el proceso mediante el cual, la humanidad se ha ido integrando (sobre todo por los avances tecnológicos en transporte, logística, comunicaciones e información) y que hoy ha llegado a un grado en que los procesos productivos están mucho más integrados, al punto que se pueden realizar tareas diferentes en muchos lugares del mundo y luego centralizarlas. Naturalmente eso ha llevado a dependencias (y tensiones) sociales, culturales y políticas muchos más fuertes. Un hecho a destacar es la tensión entre lo local y lo global en materia cultural, de lo cual lo deportivo es un reflejo muy importante.

Detrás de estos procesos hay lo que Schumpeter denominó “la destrucción creadora” que podemos resumir así: ciertos cambios tecnológicos llevan a expectativas

muy fuertes de oportunidades de negocio y lucro, lo que conduce a fuertes inversiones en esos sectores y sus entornos, se desarrolla una gran creatividad, muchas empresas y nichos se crean, se pagan precios exorbitantes por esas empresas, muchos mueren en el intento y al cabo de algunos años queda un sector consolidado.

Recientemente, sucedió esto con el mundo de la información: vertiginoso desarrollo de muchas empresas de computadoras a inicios de los años 80, y de empresas punto.com a finales de los años 90, enormes inversiones, precios altísimos por las empresas y al final ha quedado la consolidación de un nuevo sector de la economía con potencialidades enormes pero mejor evaluadas (la vida diaria ha cambiado con lo que ese auge nos ha dejado; piense usted sólo en el Internet y el correo electrónico). Se llegó incluso a hablar de una “nueva economía” para explicar el auge de estos sectores de tecnologías de la información... aunque, luego, se ha reconocido que no hay ninguna “nueva economía”, sino principios básicos que siguen siendo los mismos (en particular, que la realidad productiva y la especulación financiera no pueden andar, a la larga, por andarivelses distintos).

Deporte, fútbol y desarrollo

¿Cómo encaja el fútbol, y el deporte, en todo esto? De manera muy simple reto-

mando todos los aspectos mencionados en el titulado anterior. - El deporte, y el fútbol, generan ingresos, gastos, actividad económica, cuyo impacto lo podemos mirar en el siguiente cuadro.

Impacto económico del deporte		
Actividad	Salarios	Otros gastos
1. Deporte como entretenimiento 1.1 Equipos	Jugadores, entrenadores, apoyo médico, administrativo	Todo los bienes y servicios como ropa, equipamiento, apoyo logístico, etc.
1.2 Partidos	Personal de camerinos, vendedores de entradas y cuidadores, limpieza, árbitros, etc.	Bebidas, objetos publicitarios, energía, agua, etc.
1.3 Medios Especializados	Periodistas, anunciantes, etc.	Todo material para preparar la cancha
1.4 Estadios	Administración y mantenimiento	Construcción y mantenimiento
2. Deporte como actividad física 2.1 Facilidades deportivas	Instructores, directores técnicos, administrativos, etc.	Construcción, máquinas y aparatos, comidas, bebidas, etc.
2.2 Manufactura	Toda la cadena de producción o importación.	Bienes de capital e intermedios usados en la producción, publicidad, etc.
2.3 Venta al por menor	Toda la cadena comercial	Espacio, servicios, publicidad, etc.
3. Impuestos y tasas	Personal ligado a la recolección de impuestos	Otros gastos gobierno

Fuente: BID 2000

Características del fútbol en algunos países

	Italia	UK.	España	Argentina	Brasil	Ecuador
Población	58'	50'	40'	36'	120'	13'
Clubes en primera	18	20	22	20	30-40	10-20
PIB per cápita	23.000	21.000	14.000	5.000	5.000	3.000
Población / clubes	3.2'	2.5'	1.8'	1.8'	3-4'	0,6-1.3'
Mercado en primera (\$)	1.230'	817'	636'	265'		20-30'
Espectadores por partido	30.000	30.000	27.500	7.600	10.000	6.000
Precio de la entrada	27\$	31\$	21\$	10\$	8\$	5-7\$

Fuente: Arrighoni 2000, Pelé Sports 2000, autor

Hay una enorme cadena de multiplicadores detrás de este proceso. Y el cuadro en la parte de arriba nos ayuda a dimensionarlo.

Vemos que el presupuesto directo de los clubes varía en el Ecuador entre 20 y 30 millones de dólares (el desglose aproximado por tipo de ingreso lo veremos en el último capítulo), teniendo los 4 grandes (Liga, Barcelona, Emelec y Nacional) valores alrededor de los 4 millones cada uno y los que menos tienen en la primera A, alrededor de 800.000 a 1 millón de dólares.

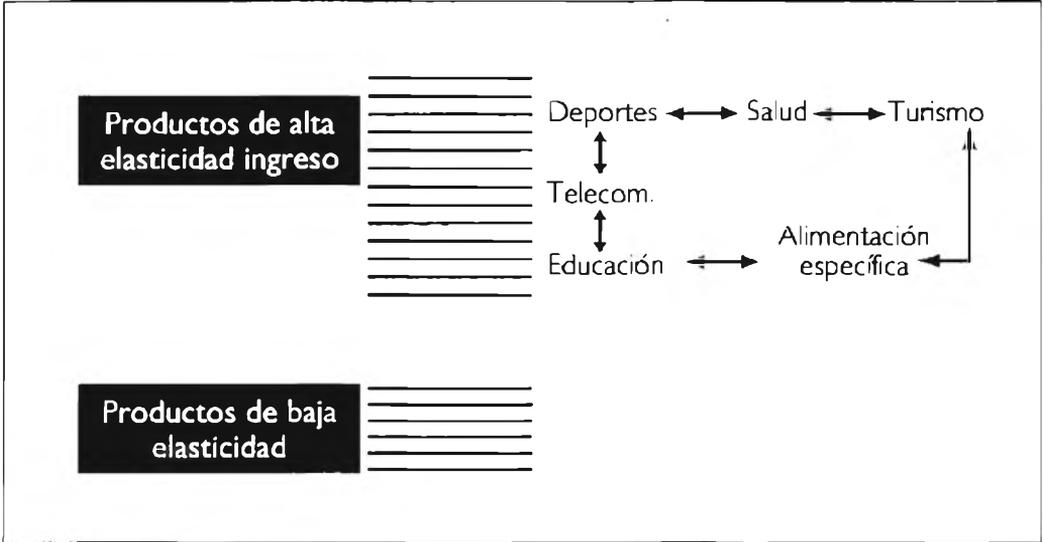
Ahora bien, a esos montos hay que agregar una doble dinámica:

Lo que se mueve alrededor del propio deporte, como son los ingresos que tiene la TV, por ejemplo, (se estima que en 2005, las pautas publicitarias alcanzaron casi los 10 millones de dólares), y hay todas las ventas de ropa deportiva, etc.

Luego hay el conjunto de efectos multiplicadores indirectos (lo que se gas-

ta alrededor de los ingresos recibidos en el fútbol). Según Pulso Ecuador, de un consumo total de los ecuatorianos de 18.000 millones de dólares anuales, el 3% lo destinan a entretenimiento y diversiones (540 millones) y de eso el 10% va a espectáculos deportivos (54 millones al año aproximadamente), repartidos equitativamente entre comida, bebidas y entradas. Así mismo, los hogares gastan cerca de 400 millones al año en calzado de los cuales un 30% es deportivo, más de 100 millones (lo cual no quiere decir necesariamente "para hacer deporte").

Esto implica multiplicar por lo menos por 5 a 10 veces los valores presupuestarios de los clubes, lo que significa que el fútbol moviliza alrededor de 200 millones de dólares es decir, un 0.7% del PIB. Suena relativamente razonable si tenemos en cuenta que el fútbol en España se estima que mueve 1% del PIB y, los deportes en los Estados Unidos alcanzan el 2-2.5%.



- El deporte hace probablemente parte de las actividades de alta elasticidad- ingreso, es decir. actividades dinámicas porque la gente les dedica tiempo y recursos a medida que sus ingresos van aumentando. Y es probable que el fútbol, dentro del deporte, tenga esas mismas características, aunque, a partir de un cierto nivel de ingreso este proceso se revierte: la gente encuentra más atractivo y de status dedicarse al golf o a la maratón, en lugar del fútbol que se ve como algo más popular. Y, ciertamente, en las sociedades más ricas hay una cantidad de alternativas deportivas que pueden competir con el fútbol y eso puede ser una de las razones por las cuales Europa produce menos talentos que hace 20 o 30 años (hoy no podría citar como jugadores europeos de talento, sino a Ballack, Owen, Gerrard, Lampard, Raúl, Totti, Nedved y pocos más).

Pero hay un hecho más importante: el deporte no sólo tiene alta elasticidad- ingreso sino que tiene encadenamientos con otras actividades de características similares como son la salud, el turismo, la alimentación de calidad, la educación, la televisión y de esta manera unas refuerzan a otras en su dinamismo (piense usted en el desarrollo del entretenimiento globalizado con las nuevas tecnologías: cómo el mundo ve a los "3 grandes tenores". o la entrega de premios musicales o las telenovelas brasileñas).

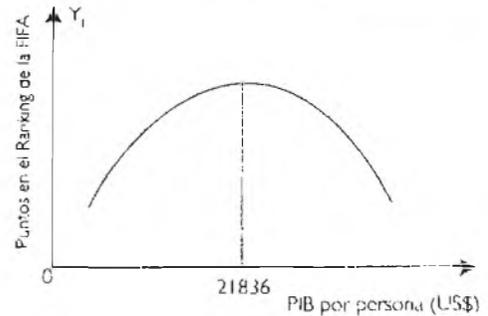
- Hay estudios (ver Hoffmann, et al., 2002) que han tratado de identificar, justamente, los factores que explican el éxito de los países en el fútbol, y estos se pueden resumir así:

En algunos deportes es importante la población de los países porque hay un

mayor pool de atletas en los que encontrar talentos. El estudio muestra que en el fútbol no parece ser así y, efectivamente, países como Uruguay, Suecia, Holanda, Hungría o República Checa hacen parte de la historia con poblaciones inferiores a los 20 millones de habitantes (... y los 13 millones de ecuatorianos queremos hacer historia con un segundo mundial a cuestas). Mientras tanto, casi 3.000 millones de personas no hacen parte de la elite futbolera (EE.UU., China, India e Indonesia).

Afecta relativamente la posibilidad de desarrollo de nuevos talentos, lo cual se mide a través del PIB per cápita. Una mayor riqueza generaría mayores disponibilidades de entrenamiento y tiempo libre. Sin embargo, el estudio encuentra una curva en U invertida: llegado un cierto momento la riqueza desincentiva la calidad del fútbol porque hay alternativas deportivas, porque se hace menos esfuerzo, porque el fútbol es intensivo en mano de obra y no en capital, lo que favorece a los menos desarrollados, o quizás, simplemente, porque la ausencia de potreros y de encuentros diarios en el barrio limita la capacidad de desarrollo. Y se observa que desde el punto de vista estatal, ciertos gobiernos hacen enormes esfuerzos para ser exitosos en los Juegos Olímpicos más que en el fútbol, caso de Rusia antes, o China y Cuba actualmente, y sobre todo siendo países en vías de desarrollo logran muy buenos resultados, porque para los ciudadanos el deporte se

Figura 1: Desempeño en el fútbol e ingreso por persona



Fuente: Hoffmann, et al., 2002

convierte en una alternativa muy válida frente a otros empleos (ganan mejor, viajan, etc.).

La cultura latina parece tener un enorme impacto (hay 13 victorias latinas en los Mundiales frente a 4 anglo-sajonas). En primer lugar porque fue hacia países donde los ingleses (comerciantes, ingenieros, trabajadores, emigrantes) expandieron el fútbol y se tuvieron rápidos resultados, por ejemplo Uruguay ganando 2 juegos Olímpicos y un Mundial en seguidilla (es extraño que Inglaterra no haya regado el fútbol hacia sus colonias como Australia o la India, donde si llegaron el rugby y el cricket. La explicación debe estar alrededor del hecho que estos deportes eran más "aristocráticos" y el fútbol más popular). Otras explicaciones tienden a encontrar una relación con el comportamiento familiar, "machista" y de género en las sociedades latinas, o la

mayor desigualdad que motiva mayormente a buscar alternativas en el fútbol.

El clima moderado tiene influencia muy positiva en este y en todos los deportes (climas de 14 grados son los más favorables como en Italia, la península ibérica o el Río de la Plata). En parte se explica porque este clima favorece la práctica regular y externa del deporte. Personalmente creo que el clima más bien influye en el tipo de fútbol, sin que uno sea necesariamente mejor que otro.

¿Con el clima cuasi tropical del Brasil, se puede jugar de otra manera, con el ritmo lento con imprevistas aceleraciones, muy similar a la samba? ¿Podía el Pibe Valde-rrama en el infernal calor de Barranquilla no convertirse en el jugador más lento y genial que el fútbol haya visto? ¿Y el mismo frío europeo no obliga a un juego más rápido, así como incentivó durante mucho tiempo a los hinchas a estar de pie y a cantar durante todo el encuentro? ¿o las lluvias inglesas, con campos enlodados, no llevan naturalmente a levantar la pelota y a ser expertos cabeceadores?

Sin duda, el clima que llevó a los europeos a tener un sentido más colectivo de la vida, les condujo a un fútbol asociado, mientras el calor permite más el individualismo en la vida y en la cancha.

- De alguna manera, los resultados del punto anterior confirman la ventaja competitiva que tienen los países sudamericanos (es interesante la reflexión de

Martín Krause: queremos un mundo globalizado en el fútbol porque ahí somos los mejores, pero la rechazamos en otros aspectos de la vida económica donde nos sentimos débiles, como sucede con la oposición a la globalización y el libre comercio). Estamos entonces ante un fenómeno muy interesante: tenemos ventajas en una actividad de gran dinamismo y valor agregado (mucho más interesante, en ese sentido, que nuestras especializaciones en ciertos productores primarios básicos que no presentan esas ventajas). La pregunta es entonces: ¿podemos aprovechar esas ventajas y lo estamos haciendo? Y aquí nos encontramos con limitaciones económicas estructurales importantes:

El fútbol es un mercado, donde el precio de los que realizan la producción (futbolistas) se establece en una competencia internacional, pero donde una buena parte de los ingresos y espectadores están a nivel local (hay hinchas globalizados sin duda, y en particular en los países asiáticos donde no hay aún equipos locales importantes, pero las hinchadas en general siguen siendo locales).

En consecuencia, los jugadores sudamericanos son altamente valorados por el mercado internacional (la mejor calidad, el mayor valor agregado) pero, los equipos locales no pueden retenerlos porque las estructuras y nivel de ingresos locales (¿cómo competir con lugares donde la entrada promedio es de 30 a 40 dólares?) no permiten pagar esos precios. Los equi-



Visual: Comptel. El Comercio

La empresa italiana Motta sacó cuentas: su marca, que los jugadores del club Milan ostentaban por entonces en el pecho, se había visto 2.250 veces en las fotografías de los periódicos y había aparecido en primer plano durante seis horas en la televisión. *Eduardo Galeano*

pos locales se convierten, una vez más, en proveedores primarios de jugadores (y por eso vemos la búsqueda de jugadores sudamericanos cada vez más jóvenes, y en consecuencia, con menores precios frente al potencial que pueden alcanzar).

Hasta cierto punto, el fútbol tiene economías de escala, se juntan buenos jugadores y hacen mejores equipos (esto es relativo sin duda y tiene un límite como lo hemos visto en el Real Madrid de estos últimos años, se entró rápidamente en una fase de rendimientos marginales negativos al juntar a demasiadas estrellas... y lo mismo les ha pasado a los Yankees de

Nueva York en el baseball americano en estos años: cero títulos para las estrellas de ambos lados del Atlántico). Además, hay un proceso de aprendizaje endógeno, es decir que en las grandes ligas se aprende a jugar más y se mejora (ver Hoffmann, et al., 2002). Estos factores conducen a una concentración en los grandes clubes y a una valoración mayor en esos clubes. El resultado es que, esos equipos son los que logran generar los mejores parámetros deportivos y crear marcas que dan un enorme valor agregado.

En consecuencia nos encontramos en Sudamérica con el doble problema:

- No logramos generar los clusters futbolísticos que la calidad de la “materia prima” nos permitiría (calidad que es sometida a prueba en los más altos estándares internacionales).
- Vendemos a los jugadores a muy buenos precios ciertamente (entre 20 y 30 millones de dólares para los mejores como recientemente Kaká o Robinho, para los ecuatorianos entre 3 y 7 millones como sucedió con Kaviedes), pero la dinámica posterior del mercado es totalmente captada por los europeos (transferencias dentro de Europa que superan los 60 o 70 millones, marketing, torneos y giras). Es algo similar, (guardando la distancia humana naturalmente) a lo que sucede cuando vendemos cacao y compramos chocolate.

En verdad, este fenómeno sucede al interior de Europa también, por eso los grandes clubes hace pocos años intentaron hacer su propia liga “para jugar entre ellos”, intentando un proceso mucho más marcado de exclusión de los demás. Se logró evitarlo mediante un cambio en el sistema de la Copa de Campeones: los equipos chicos entran desde la primera ronda a competir entre ellos, mientras los “grandes” esperan cómodamente a los que surgen de ese proceso y, además, se otorgaron a los grandes países 4 cupos en lugar de 1, de tal manera, que los grandes clubes están casi siempre seguros de entrar a las competencias europeas (imagí-

nense ustedes el valor monetario de uno de los mejores goles de la historia del fútbol: una “chilena” de Rivaldo de fuera del área que le clasificó al Barcelona a la Copa de Campeones hace 3 años). Y en realidad a nuestros equipos les convendría ir hacia ese tipo de globalización: que haya un torneo anual en que participan los grandes clubes del mundo (¿qué tal un Manchester-Boca, un Real Madrid-Flamengo?).

De esa manera se captaría una mayor parte del pastel de los negocios del fútbol... ¡pero los equipos ecuatorianos estarían marginados!

A propósito de esto, cabe señalar que las selecciones de las cuales están excluidos los extranjeros (salvo nacionalizaciones un poco forzadas y que actualmente no involucran a los mejores... recuerde que el único jugador en participar en dos finales con dos selecciones diferentes fue Luisito Monti en 1930 y 34), ponen un límite a la globalización y, más bien, permite a los países recuperar sus talentos mejorados por el roce internacional. En el caso del Ecuador es muy claro que la actual selección se ha alimentado en los últimos años de gente con mayor experiencia internacional (Hurtado, Aguinaga, de la Cruz, Cevallos, Kaviedes, ahora Valencia) mientras en el pasado era más esporádico (el genio Spencer, Polo, el Pibe, Pereque, Hierbita y un par más, pero pocos habiendo estado al mismo tiempo afuera).

El único problema es que las selecciones no generan el mismo movimiento fi-

nanciero que los clubes, y ahí ciertamente surgen las tensiones de la globalización entre lo local y lo global, en cosas pequeñas como el préstamo de jugadores a las selecciones o en la repartición de los beneficios de los Mundiales que se manifiesta en la propia organización de los eventos: los países en desarrollo ya no quieren dejar todo en manos de los europeos y exigen ser sedes como Japón/Corea en el 2002 o Sudáfrica en el 2010 (¿extraño como Alemania logró “voltear” un delegado para ganar la votación del 2006 no?). Y se manifiesta también, en la fuerte oposición emotiva local a la venta del Manchester United a un magnate americano (aunque al final lo logró).

- El deporte, y el fútbol, se han globalizado alrededor de varios factores (ver Pelé Sports 2000 y otros artículos):

La decisión del Comité Olímpico de aceptar a partir de 1981 que el esfuerzo puede y debe ser remunerado (hoy en atletismo hay un premio de 1 millón de

dólares a quien gana todos los Grandes Premios del año en su especialidad, y los record mundiales son premiados en constante y sonante).

La posibilidad abierta de negociar los símbolos de los Juegos Olímpicos en 1986 y la venta mundial de los derechos televisivos para los juegos.

El impulso dado en la FIFA, bajo el mandato de Havelange, a la negociación de derechos sustanciales y la ampliación del fútbol hacia todos los continentes (aunque con el absurdo actual que América del Sur y Europa tienen sólo 18 cupos frente a 14 de los demás que casi no han mostrado nada en la cancha).

Creación de clusters

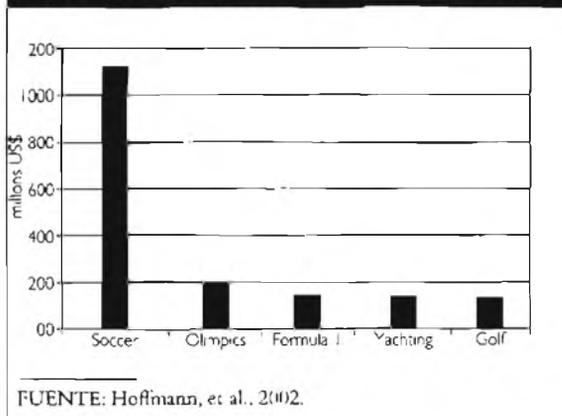
Como una parte de la industria del entretenimiento que es la mayor del mundo y dentro de la cual, el deporte sólo es superado por el turismo (y en deporte fuera de EE.UU. ninguno supera al fútbol). Así lo muestran las cifras a continuación.

**Distribución de los patrocinadores en el mundo
(1998 - Millones de dólares \$)**

Actividad	Número	Monto	Porcentaje	Contrato
Deportes	574	2.223	85,7%	3,8
Arte y cultura	167	242	9,3%	1,5
Broadcasting	64	74	2,9%	1,1
Otros	53	55	2,1%	1,0
TOTAL	858	2.594	100,0%	3,0

Fuente: Pelé Sports - 2000

Inversiones de patrocinadores en el deporte Europeo (1999 - Millones de dólares)



El valor de los eventos deportivos y de las superestrellas

Integración vertical en la industria del entretenimiento: hay un cruce de propiedades entre equipos, estadios y sistemas de TV. Uno de los temas claves ha sido el desarrollo de todo el proceso de mercadeo vía TV u otros. Sólo para el Mundial de 2006, los contratos publicitarios de los 15 patrocinadores directos suman más de 7.800 millones de dólares y los derechos de TV suman más de 500 millones.

- Los ciclos son parte del fútbol. En Europa, el Real Madrid empezó barriendo hace 50 años en la Copa de Campeones (seis campeonatos casi seguidos con ese equipo mágico donde alternaron Di Stefano, Kopa, Puskas y Paco Gento) y luego desapareció duran-

te más de 30 años para ganar otras 3 casi en seguidilla (los nuevos magos: Zidane, Figo, Roberto Carlos, Raúl). Y no es un asunto de fragilidad latina porque el Bayern Munich ha tenido una historia muy similar: 3 victorias a inicios de los años 70 con el maravilloso equipo del Kaiser Beckenbauer, Gerd Muller, Maier y Breitner, para luego esperar cerca de 30 años. Algo similar en América, donde Independiente conquistó el título de "Rey de Copas" ganado 7 de 7 en un período de menos de 20 años, para luego desaparecer para siempre (¿volverá?). Estudiantes y Santos de Brasil le siguieron en el mismo camino y América de Cali con más dramatismo perdiendo 4 finales de 4 en apenas 10 años.

Y en los Mundiales sólo dos equipos han logrado estar en la cumbre jugando 3 finales seguidas (Alemania en 1982-1990) y Brasil (1994-2002..... con la posibilidad de alargar a cuatro en Alemania 2006). Pero incluso Brasil tuvo que esperar el Mundial número 6 para triunfar luego de haber superado sus complejos psicológicos y el terrible Maracanazo de 1950 (¡aún retumban los pasos de esas 200.000 almas en pena saliendo silenciosas del Maracaná!), y más tarde tuvo un bache de 5 Mundiales seguidos.

Y también el fútbol se ha visto afectado por la última ola de "destrucción creadora", la del Internet, la televisión y los punto.com. Esta trilogía llevó en los últimos años a un incremento impresionante de los valores pagados a los clubes

por las transmisiones (con contratos de largo plazo y anticipos fuertes), lo que condujo a gastar por anticipado todo ese dinero en la contratación de superestrellas a precios excesivos. El resultado: una burbuja especulativa que al final se encuentra con la realidad de la cantidad de gente que va a los estadios, o mira los partidos en las pantallas (el fútbol real está en la cancha, los camerinos, los entrenamientos, el público, mientras la economía especulativa en los que sueñan con ganar con las apuestas y la contratación de súper estrellas, pero al final estos dos mundos tienen que guardar una relación estrecha). Eso ha llevado a grandes clubes a serios problemas financieros y patrimoniales, pero que en parte han sido resueltos... gracias a otra burbuja (!), la del inmobiliario, que les ha permitido vender propiedades a precios muy atractivos, en parte aprovechando conexiones políticas importantes dentro de los municipios que han sido generalmente los compradores (caso hace poco años del Real Madrid con la venta de su Ciudad Deportiva, en estos días el Barcelona FC).

Lo más importante de la teoría microeconómica

La microeconomía estudia (a la lupa) el comportamiento de los mercados y las instituciones a nivel desagregado.

¿Qué factores determinan la oferta productiva? Incentivos, estrategias, costos, organización, y uno de los temas más complejos: ¿cómo controlar el mejor comportamiento de los empleados (en este caos los futbolistas) y de los gerentes (directores técnicos)?

¿Qué determina la demanda? La pasión y la adicción, los ingresos, los precios relativos y absolutos, la memoria y mucho más.

¿Cómo interactúan oferta y demanda en los mercados? De manera competitiva, monopólica o (lo más frecuente) en base a competencia monopolística (que es una mezcla de los dos anteriores) donde la proximidad geográfica o las marcas juegan un rol esencial.

¿Y cómo funcionan los mercados ligados a la producción final, como por ejemplo el mercado del trabajo? ¿Hay competencia o más generalmente monopsonio donde una empresa se enfrenta a muchos postulantes?

¿Es el fútbol un bien público?

¿Qué fallas existen en los mercados? Pueden ser por problemas, por ejemplo, de asimetría de información entre las dos partes del mercado (¿ambas partes conocen el verdadero potencial y posibilidades cuando se contrata a un jugador? Ciertamente el club está en desventaja). U otras distorsiones que requieren o no regulaciones.

La microeconomía del fútbol

De los temas anteriores, hay varios que se pueden explorar.

1) Hace ya casi 50 años un artículo básico (ver Neale 1964) planteó la originalidad de la organización del deporte (y del fútbol en consecuencia) frente a otros mercados. La mejor descripción la podemos tomar de ese mismo trabajo:

“...considere el caso de un campeón del mundo de boxeo. ¿Qué necesita hacer para maximizar sus ganancias? Contendores de calidad, pero no mejores que él. El monopolio puro es un desastre... La principal particularidad del deporte es que ingresos en el deporte dependen de la competencia entre equipos”.

Es decir que, normalmente, en los mercados las empresas no necesitan que haya competidores, usted no necesita que Mercedes y BMW sean relativamente parecidos en competencia para comprar un automóvil (a no ser para estimular su trabajo y eficiencia.... Pero, el monopolio nunca es malvenido!), lo único que requieren es de la existencia de compradores. En el deporte, en cambio, el equilibrio competitivo es la base de la actividad: cada equipo trata de ser el mejor pero ni deben desaparecer los adversarios ni deben ser demasiado malos. Y el producto que trata de desarrollar este mercado, no puede mejorar simplemente si

una de las partes mejora (lo que es la estrategia normal en cualquier otro mercado), sino en base a un juego a la vez de cooperación y competencia². De alguna manera se puede ver a la liga como una empresa con múltiples centros de producción: cada equipo es un centro, sujeto a decisiones tomadas e implementadas a nivel colectivo, que es el de las federaciones.

Por eso se ha planteado que no puede existir una competencia abierta en el deporte que acabaría rompiendo ese equilibrio, y que en consecuencia no se debe mirar a cada equipo como la “unidad básica” de análisis económico sino al conjunto de una liga como esa unidad de análisis que trata de mantener dicho equilibrio. Aunque otros autores han planteado que la unidad básica sí es el equipo y la liga actúa como un cartel de varios productores (equipos) que se han juntado para preservar ese equilibrio, pero un cartel un poco especial donde ninguno tiene el incentivo para romper las reglas impuestas (en el cartel del petróleo cada uno tienen el incentivo para producir más y aprovecharse de las restricciones impuestas por el grupo que han elevado el precio, pero en el cartel deportivo nadie puede salir a romper la lógica “jugando más partidos” porque ¿contra quién los jugaría?).

2 Ver en este mismo tomo el artículo de Edward Jiménez, en el que aplica la teoría de juegos para obtener similares resultados.

En consecuencia, (ver Neale 1964) estamos frente a condiciones de oferta y demanda que crean una especie de monopolio natural y justifican que no es óptima la existencia de varias ligas competitivas (¿podrían haber varios campeonatos paralelos, bajo diferentes asociaciones en un mismo país? No).

Por el lado de costos, Neale sugiere que la curva de costos de largo plazo es probablemente horizontal, porque si bien es cierto que el agregar más *inputs* (insumos) a la producción (más jugadores) disminuye la calidad marginal de los resultados, esto es compensado por el "efecto entusiasmo" según el cual, mayor entusiasmo llevará a que haya más gente queriendo ofrecer sus servicios como futbolista. Curvas horizontales llevan a un mayor poder de monopolio.

Por el lado de la demanda, hay que tener en cuenta que hay varios factores en el fútbol que generan utilidad y satisfacción: para los espectadores, para los medios de prensa y afines y para la población que en general disfruta directa o indirectamente de la competencia deportiva. Los efectos indirectos, sobre todo para la prensa, son mayores cuanto más universal y amplia es la cobertura, lo que se alcanza cuando hay un monopolio.

Por eso se han desarrollado esquemas más o menos intensos que tratan de mantener este equilibrio competitivo, vía redistribución y subsidios cruzados internos. Y en eso los deportes norteamericanos son los que más aplican la receta:

repartición controlada de jugadores entre los equipos, ingresos que se reparten entre todos, derechos de televisión colectivos, etc. Incluso se llega a una situación de un monopolio tan fuerte, que la entrada de nuevos equipos ni siquiera está permitida libremente sino en base a un esquema de venta de franquicias (donde en particular las ciudades deben demostrar su compromiso de participar con apoyos tributarios o construcciones de estadios, etc.).

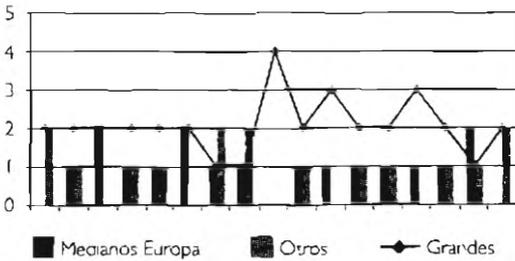
En el fútbol europeo y latinoamericano, estos esquemas son menos rígidos y hay un factor adicional de competencia que es muy importante: la pérdida de categoría de los equipos clasificados últimos lo que permite renovación; en general se observa que los grandes equipos muy rara vez bajan, aunque en el Ecuador a la Liga le ha sido muy útil bajar un par de veces para renovar sus energías y organización, mientras otros han movido todas las artimañas posibles para nunca descender (es un hecho cultural extraño, los E.E.UU. partidarios en general de la libre competencia, llegan al punto en el deporte en que ni siquiera hay el sistema de ascensos y descensos, ¡los peores no son castigados!). Pero también cabe señalar que esto parece haber llevado, efectivamente, a una estructura más competitiva en los deportes americanos (hay más equipos que alcanzan las primeras posiciones):

Número de equipos entre los cinco primeros entre 1990 y 2000

Baseball	Fút. americano	Jockey	UK	Italia	Alemania	España
23	26	18	16	12	15	16

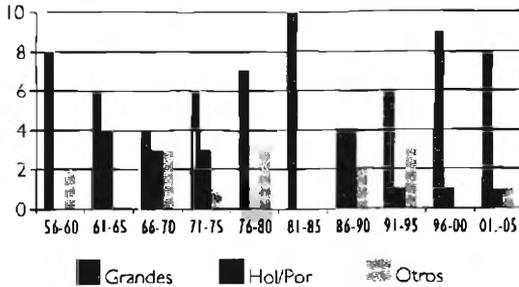
Fuente: Medcalfe - 2003

Países entre los cuatro primeros del mundial



Fuente: Autor

Clubes (países) finalistas de la copa de campeones - Europa



Fuente: Autor

En consecuencia, vale la pena preguntarse: ¿se ha mantenido en el fútbol ese relativo equilibrio, ha mejorado vía la incorporación de nuevos competidores?

En los mundiales vemos que los 4 grandes (Brasil, Alemania, Italia, Río de la Plata) regularmente tienen entre 2 y 3 puestos en semifinales (salvo 1 en 1962-66 y otro en 1998) y los 4 en el gran mundial del 70. Los medianos europeos (UK, Francia, Holanda, Suecia, República Checa y Hungría) van turnándose pero mantiene su presencia y los otros a veces surgen como en el último mundial (Corea y Turquía). ¿Marcará eso un cambio de tendencia? No creo, porque al mismo tiempo vemos que Alemania o Brasil han estado en todas las finales desde 1982 acentuando su predominio (incluso presentando equipos poco brillantes).

Entre los clubes europeos sucede lo mismo. Los grandes países (UK, Alemania, España e Italia) tienen siempre alrededor de 6 a 8 finalistas por quinquenio (salvo un catastrófico 1966-70 y 1986-90) y los "otros", los que podrían sorprender se mantienen alrededor de 2 (a veces hay emociones públicas "de que han surgido los pequeños" como la victoria del Porto en el 2004...pero Portugal y Holanda de hecho hacen parte de una categoría especial que ha tenido muchos representantes en la historia de las Copas Europeas).

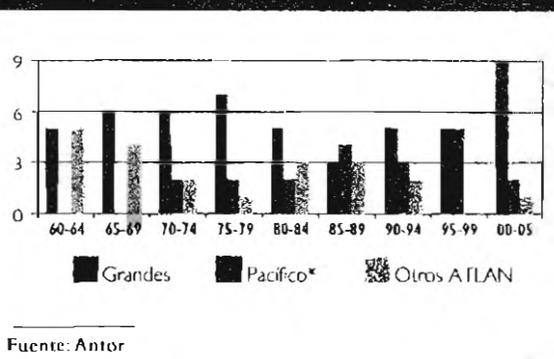
En América Latina, lo mismo. Los grandes (Brasil y Argentina, podríamos agregar Uruguay pero el sesgo se vuelve enorme) marcan una misma tendencia desde hace 45 años (el último quinquenio es aún mayor en cuanto a concentración) salvo 1985-99 cuando hay una gran rebeldía liderada por los colombianos, ahí es cuando los del Pacífico han tenido sus chispazos de euforia (incluyendo las dos grandes rebeldías del Barcelona de Guayaquil ... que hubiera sido anticipada por una casi consagración anterior de la LDU cuando pudo llegar a la final pero se quedó por haber jugado un enorme partido pero sin goles contra el Universitario peruano en Quito).

Y el Ecuador tampoco aporta nada nuevo bajo el cielo. Los grandes de Quito y Guayaquil (LDU, Nacional, Barcelona y Emelec) mantienen sus promedios, salvo en 1975-79 cuando aparecen nuevas caras (Deportivo Cuenca, Técnico Universitario y Católica).

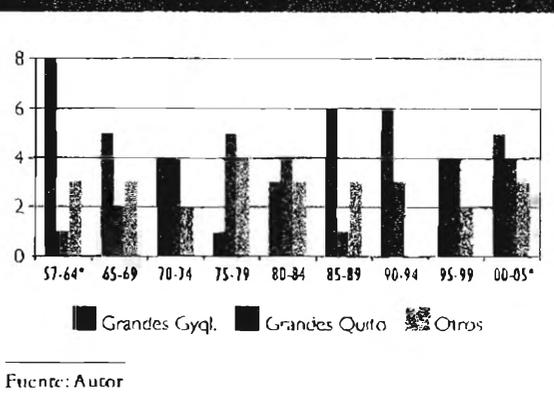
Incluso podemos agregar un dato que muestra la estabilidad de las estructuras competitivas (ni mejoran ni empeoran): en todos los quinquenios hay entre 5 y 7 equipos que ocupan los lugares estelares, los mismos de siempre más unos adicionales que surgen o resurgen cada cierto tiempo (sólo el Aucas falta en las estadísticas).

Y hay un cálculo interesante que vale la pena compartir porque nos muestra que si bien los mismos siguen ganando,

Clubes (por países) finalistas de Copa Libertadores

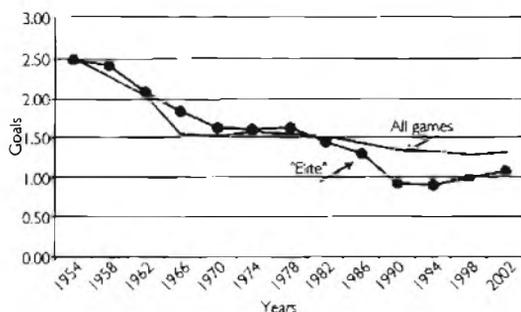


Clubes (por zonas) finalistas en el Ecuador



el margen se estrecha: en los mundiales la diferencia de goles por partido va bajando de 2,50 a 1,30, pero en los partidos de elite (cuartos de final en adelante) se ha bajado de 2,50 a 1. Interesante, y ciertamente guarda relación con lo señalado sobre la globalización y el aprendizaje que se da en las grandes ligas mundiales donde participan jugadores de todo el mundo.

Diferencia de goles en los partidos de los campeonatos mundiales (Todos los encuentros y sólo a partir de cuartos de final "elite")



Fuente: Milanovic, 2003.

Esta particularidad del deporte (la necesidad de mantener la competencia como parte del proceso productivo) ha llevado a polémicas muy fuertes alrededor de las relaciones entre el fútbol y la TV, y en particular en el tema de si los derechos de TV se deben manejar y repartir de manera colectiva vía las Federaciones (en el Ecuador, este debate se definió recientemente, por la presión de LDU y Barcelona, en el sentido de no hacerlo colectivamente). Pero a eso se han agregado otros debates entre regulación y competencia:

¿Debe el fútbol ser de acceso gratuito en la TV? Si es un bien público, es decir que sirve intereses colectivos además de los privados, la respuesta puede ser sí, caso contrario no hay razón de que el fútbol sea más o menos gratuito que

cualquier otra actividad. Y no hay que olvidar los impactos posteriores: ¿los pagos (y más aún si son repartidos), no ayudarían al mejor desarrollo del deporte, de la competencia y en consecuencia del espectáculo que ven los espectadores.

¿Debe regularse la duración de los plazos de los contratos que en ciertos casos se han considerado excesivos? Ahí es olvidar que por la propia naturaleza incierta del deporte, los contratos deben dar la posibilidad a los dueños de la TV de no encontrarse con que tienen un contrato de corta duración justo en el momento en que hay una caída de calidad y popularidad de tal o cual equipo o de la liga en general, y a los dueños de los equipos de poder trasladar el riesgo de años buenos o malos a las compañías de TV (que a su vez lo pueden diversificar de mejor manera entre diversas actividades, deportivas o no deportivas que transmiten) de tal manera de poder planificar de mejor forma su proyección deportiva. La negociación de contratos por año o campeonato implicaría enormes fluctuaciones de valor y no permitiría diversificar riesgos.

La segunda particularidad es que: "... los ingresos dependen de la incertidumbre generada en los partidos..." (ver Treble 2004). Y aquí es donde interviene el tema de la demanda: ¿qué es lo que hace a la gente ir al estadio?

Los estudios muestran que hay varios factores en equilibrio:

La incertidumbre. Y algunos, como el Presidente de la FIFA, piensan que esa incertidumbre debe ser en parte sostenida por la presencia de los árbitros y sus inevitables errores, evitando que puedan ser asistidos por la electrónica (como sucede en el fútbol americano, donde pueden recurrir a videos para chequear las jugadas polémicas). Realmente no entiendo la posición de que esos errores hacen parte del espectáculo.

El deseo de ver al equipo de uno ganar, aunque a veces hay algo más! Neale nos recuerda que en los años 50, cuando los Yankees del baseball perdieron el pase a la final, se encontraron ante una desgracia deportiva y una mayor presencia de aficionados. Y, recordemos que uno de los record de asistencia en el Atahualpa fue en ese inolvidable Liga-Aucas en la segunda división ("¡el clásico de la neblina!").

La rivalidad tradicional. Hay un factor de memoria muy fuerte en la demanda por el fútbol.

La pasión es parte del espectáculo. No debemos olvidar que el fútbol se juega en una doble dimensión, en la cancha y en la tribuna (el mismo partido con las tribunas vacías pierde parte de su lado emocional y, sin embargo, el juego en la cancha puede ser exactamente el mismo): es muy importante para el espectáculo la existencia de las barras más fieles. Por eso, en múltiples entrevistas estas barras expresan que su "entrada al estadio es tan importante como la del equipo, la gente espera que ellos lideren el canto y

el apoyo" eso es lo que les da su sentido de identidad y de poder, y probablemente es el principal detonante de la violencia en el fútbol. Y ahí intervienen las dos caras del espectáculo: los hinchas (incluso los más duros en Inglaterra) nunca invaden el terreno y nunca trasladan allí la violencia, los dos espacios se mantienen reflejados pero nunca juntos.

Factores sociales y culturales. Hay países donde la gente va al espectáculo, otros dónde la gente lo vive. Hay equipos que nunca ganan y, sin embargo mantienen una hinchada histórica (¡caso admirable del Aucas!).

Hay ciudades y clubes donde la victoria es fundamental y otros menos (por razones culturales, históricas o de resultados). Esto es un factor fundamental en la dinámica del mercado (similar al mercado empresarial donde no todos los productores tienen las mismas aspiraciones), en particular porque genera la fluidez del mercado de jugadores, permitiendo la circulación de nuevos talentos hacia los equipos que más pueden y están dispuestos a pagar, mientras eso da recursos a los equipos de menor relevancia para mantenerse en el mercado con una aspiración que no es necesariamente la de ganar la Copa.

El mercado laboral es otro que requiere un análisis específico. Ahí los temas más importantes son:

¿Por qué en la mayor parte de ligas hay limitaciones a la libre circulación de los jugadores? Por ejemplo, en el balon-

razones. Por un lado, sin monitoreo e incentivos adecuados, pueden esforzarse menos de lo óptimo. Por otro lado, la capacidad de los directores técnicos puede variar en función de su capacidad y experiencia. En cualquier caso, la dificultad para el entorno empresarial en detectar estos dos fenómenos es que no existen indicadores sencillos y ciertos que permitan monitorearlos.

Por eso, para hacer seguimiento del primer factor hay que sujetarse a los resultados (el jugar bonito, o la emoción que generan, es un factor muy relativo que en general no puede ser utilizado como parámetro de control). Y para lo segundo se recurre a los resultados anteriores que han obtenido los DT y, en ausencia de información perfecta, sólo se puede contar con indicadores de éxito potencial, aunque en ambos casos no es fácil ligar los resultados buenos o malos de un equipo, a la calidad de los DT.

Los jugadores muchas veces juegan debajo de su potencial cuando quieren sacar a un DT que no va con su estilo (por ejemplo, que les exige un trabajo físico juzgado excesivo). Recordemos los casos en el Ecuador, muy repetidos en el Barcelona o hace pocos años en LDU cuando, el doctor Sócrates quiso imponer una doble jornada de trabajo (en todas partes se cuecen habas, el año pasado Roberto Carlos y Figo dirigieron la rebelión para sacar a Camacho del Real Madrid).

Hay pocos entrenadores que tienen éxito con varios equipos. Recuerdo a Gómez Nogueira o al "Profe" Guerra en el Ecuador y a nivel mundial quizás, Bianchi, Scolari, Trapattoni, Pellegrini. No hay tantos, por lo menos en relación a la cantidad de equipos que los entrenadores manejan en su carrera.

Esto explica (ante la incertidumbre, trabajar con lo conocido), porque en el Ecuador hemos tenido tantas repeticiones y recambios de entrenadores, por ejemplo con el eterno retorno en Emelec y Barcelona de Habegger o Capitano.

Por eso, los DT en el fútbol son con frecuencia ex jugadores y de cierta calidad (¿qué mejor manera de esperar un buen resultado menos incierto sino de alguien que ha estado allí adentro?), y de allí que, en relación al mundo empresarial, hay menos mujeres (o no las hay simplemente³), arrancan más jóvenes y se retiran más jóvenes (según Dawson y Dobson, 2002, en Inglaterra el 50% de los DT tienen entre 35 y 44 años frente a sólo el 23% en el mundo empresarial, pero sólo el 25% tienen más de 55 años frente a 36% en el resto de sectores). Este último estudio también nos muestra que la experiencia acumulada sí es un factor importante y que los delanteros obtienen peores resultados cuando son entrenadores, aunque con el paso de los años van

3 Sobre la participación de las mujeres como jugadoras de fútbol, ver el artículo de Isabel Carrera en el volumen V.

compensando este déficit inicial en base a un mayor esfuerzo de capacitación. Esto, quizás obedece a que los volantes y defensas tienen una mejor visión del juego mientras los delanteros sólo apuntan al arco rival. Quizás...

Aquí cabe notar que puede haber una diferencia notable entre el fútbol y los deportes norteamericanos, en cuanto al monitoreo empresarial (culturalmente esto puede explicar parte del éxito de esos deportes frente al fútbol en los EE.UU.): los deportes americanos son más propensos a la estadística y, en consecuencia, al seguimiento de eficiencia.

En el baseball son acciones discontinuas, individuales y mensurables: cuántos intentos de bateo, cuántos logrados, cuántos lanzamientos de pelota que no fueron golpeadas, cuántas bases robadas, etc. En el fútbol americano, algo similar: cuántas veces se completaron los paseos del mariscal de campo, cuántas veces el corredor escapó a su rival, cuántas intercepciones, etc.

En el fútbol esto es casi imposible, hay conteos de pocas cosas, y por eso el conteo casi único que es el número de goles, generan las súper estrellas. Y naturalmente, cuanto menos estadísticas existen, más difícil es la apreciación sobre el DT (por eso en los deportes americanos, las victorias son mucho más personalizadas hacia el *coach*).

Otro tema de la vida empresarial y futbolística que ha sido explorado y es muy interesante es: ¿los cambios geren-

ciales (entrenadores) mejoran a la organización? Algunos estudios en empresas han mostrado que los efectos son mixtos. En el fútbol son mucho más frecuentes y no necesariamente positivos. La lógica teórica alrededor de estos aspectos se puede resumir así (Audas, et al., 2002):

Hay tres visiones alrededor del cambio de *manager*: la del "sentido común", según la cual, si hay problemas, el reemplazo del entrenador por alguien más competente trae resultados positivos; la del "circulo vicioso", en base a la cual, los malos resultados traen un cambio de dirección que causa una ruptura aún mayor en la organización y solo empeora y; finalmente, la del "chivo expiatorio", según la cual no hay cambios importantes porque finalmente, todo depende de la calidad de los jugadores.

Un aspecto clave de tomar en cuenta es "la regresión hacia la media" en los resultados de los equipos, es decir, que los buenos equipos no se mantienen buenos para siempre, ni los malos están condenados a ese lugar para siempre. En consecuencia, si los equipos que hacen cambios de entrenadores son en promedio más bien poco exitosos, es de esperar que los cambios de DT generan en promedio resultados aparentemente buenos, sólo por ese proceso de regresión a la media.

Los resultados extraños y propios que presenta el mismo estudio son interesantes:

Estudios en deportes norteamericanos tienden a mostrar que los cambios entre



Tanto en la empresa económica como en el campo de deportes, el hombre es intercambiable
Gerhard Vinnai

temporadas son mejores que durante los torneos y que los cambios en la temporada son mejores cuando se le promociona a alguien que ya está en la organización (como al ayudante del entrenador). El Real Madrid es uno de los mejores ejemplos de los últimos años: el “bigotón” Del Bosque fue varias veces simple reemplazo temporal hasta que se lo ascendió y ganó dos Copas de Europa con su equipo! El Bocha Arnuendáriz también ha sido un buen ejemplo en el Ecuador con buenos resultados en sus momentos de reemplazo. La longitud de la estadía de los entrenadores también es muy importante en la eficiencia de los resultados (en el caso ecuatoriano casi no hay ningún ejemplo, a nivel mundial el mejor es quizás, el de Sir Alex Ferguson en el Manchester United que camina para los 30 años en el

club... aunque sólo ha ganado una Copa de Europa de manera agónica en los dos últimos minutos cuando perdía contra el Bayern de Munich).

Según los estudios los resultados son, sin discusión, negativos. Por ejemplo, en circunstancias normales las probabilidades de ganar en casa, empatar o ganar afuera son de 46%, 25% y 29% respectivamente. Si el equipo de casa cambia de entrenador, las probabilidades pasan para el primer partido luego del cambio a 42%, 28% y 30%, respectivamente, es decir, disminuye la probabilidad de ganar en casa (parece no confirmarse la idea que “entrenador que debuta, gana”). Para el segundo partido estamos en 45%, 26% y 29%, algo se mejora y luego se regresa al promedio anterior. Se requieren alrededor de 16 partidos para que el equipo se adapte a la nueva situación.

¿Por qué entonces los equipos caen en la tentación tan frecuente de hacer los cambios? Las explicaciones tentativas pueden ser varias. Por un lado, como estos resultados son promedio, los directivos pueden considerar que en cada caso específico es positiva su capacidad de relacionar los malos resultados con la presencia del DT o de escoger un DT con mejor capacidad técnica.

Por otro lado, puede ser que se acepten malos resultados en el corto plazo a cambio de mejoras en el mediano plazo (incluso cuando esto sea sólo un espejismo y sólo refleje la contraparte de la caída inicial). Finalmente, puede haber un

factor de mayor racionalidad; con el DT que está dirigiendo al equipo, el promedio de los resultados y la varianza (rango de probabilidades de mejorar o empeorar) ya está dado y conocido por los resultados obtenidos hasta el momento, con el nuevo entrenador, el promedio es desconocido pero se sabe que la varianza aumenta (el riesgo de mejorar o empeorar se torna más amplio), lo que puede llevar a la directiva a jugarse una apuesta sensata sobre esa base: si se da el escenario negativo nada peor puede pasar de lo que ya se anticipa pasaría sin recambios, pero hay una cierta probabilidad (aunque incierta) de que suceda lo contrario y se salga adelante. Este factor es, sin duda, clave en las decisiones en los equipos que van camino al descenso y se juegan a esta apuesta (intuitivamente es lo que parecería suceder, constantemente, en el Ecuador).

– El fútbol sudamericano tiene una estructura empresarial aún de muy baja efi-

ciencia y calidad (Ver Arrighoni 2000)⁴:

- Estructura financiera en planificación basada en urgencias.
- Deudas y déficit importantes.
- Administración no profesional.
- Infraestructura no adecuada.
- Poco ingreso en taquillas y dependencia en factores como la venta de jugadores.
- Excesiva dependencia en la TV.
- Insuficiente aprovechamiento de la imagen, la marca y el mercadeo.

Las diferentes estrategias y situaciones empresariales en los países se pueden ver en el cuadro al pie de esta página:

Vemos que en el Ecuador, las entradas en las taquillas representan un elevado porcentaje de los ingresos, pero no porque sean altas, sino porque los otros rubros son bajos (se estima que LDU por ejemplo, dentro de un presupuesto de 4 millones y algo más, está recibiendo alrededor de \$850.000 al año por su acuerdo con la TV -cuando hubiera recibido \$600.000 si se sometía al esquema de contratación global de la Federación- y unos \$550.000 por la venta publicitaria

4 En los artículos de Kevin Jiménez y Víctor Aguilar se presentan algunos elementos de las finanzas de dos de los clubes en el Ecuador.

Estructura del financiamiento de los equipos						
	Italia	UK	España	Argentina	Brasil	Ecuador
Venta Jugadores	15%	13%	9%	31%	20%	5%
TV	39%	25%	37%	20%	50%	10%
Sponsor /Publicidad	15%	29%	18%	22%	20%	30%
Estadio	31%	33%	36%	27%	10%	55%

Fuente: Arrighoni 2000; Pelé Sports 2000; autor

de la camiseta. La taquilla cubre más de la mitad)⁵.

Pero hay temas que se deben enfrentar, por ejemplo ¿es posible que en una ciudad de 2 millones de habitantes como Quito, puedan vivir 4 o más clubes profesionales? No hay ejemplo en el mundo de que esto suceda de manera dinámica (Buenos Aires, Sao Paulo, Santiago y Londres son de las pocas ciudades que tienen muchos equipos... pero tamaños y/o potenciales económicos muy superiores).

En consecuencia no se aprovecha, suficientemente, la dinámica empresarial que se puede dar en el fútbol. El caso ecuatoriano es muy claro y todo debe, quizás empezar con una pregunta muy simple: ¿cuál es el objetivo de las dirigencias? ¿el éxito del equipo o personal? ¿el tener un impacto mediático o político? El caso de varios equipos (Emelec y Barcelona), son en particular un buen ejemplo, es muy claro: alrededor están girando constantemente personajes de la gran política nacional tratando de ida y vuelta generar una vinculación entre la imagen futbolística y política. Y hace algunos años, cuando se acaparó al mismo tiempo la Presidencia de la República y del Barcelona fue el momento clave de esa vinculación (y, casi nada de esto es diferente en el mundo latino: Berlusconi en Italia, los presidentes de los grandes

clubes españoles o Bernard Tapia magnate-empresario-político y dueño del Marsella francés). Pero, también hay clubes que han mejorado sustancialmente su manejo con visión de largo plazo y otros que han tenido altos y bajos pero con una tendencia razonable.

A partir de allí podemos agregar otras preguntas: ¿cuántos clubes tienen una organización que va más allá de lo personal? Organización que empiece por un mínimo de esquemas y transparencia financiera. Y eso se ve muy opacado por el nuevo negocio del fútbol, que es la valoración de los jugadores jóvenes: encontrar un talento nuevo, formarlo y ganar en ese proceso. Es totalmente legítimo (aunque muchas veces se está al borde de la violación de ciertos derechos básicos) pero ahí surge la duda ¿quién es dueño del pase? ¿cuánto han invertido los clubes y cuánto los directivos, y quién capta esas ganancias? ¿en cuánto se aprovechó el nombre de los clubes para generar ganancias a los directivos-inversionistas? Hay una zona allí de enorme oscuridad.

Hay conciencia que los equipos ecuatorianos no aprovechan su imagen de marca de la mejor manera, y tampoco logran captar la fidelidad de sus hinchas vía mayor presencia en los estadios o vía participación como socios aportantes (el Barcelona de España festejó hace poco al socio número 120.000). Incluso, en aspectos como la comida o diversiones pagadas que se dan alrededor de los partidos no aprovechamos de manera óptima

5 En el artículo de Jaime Naranjo, en este mismo tomo, se aborda el tema de los ingresos por taquilla, venta de propaganda, etc.

(en los Estados Unidos, un estadio es, en primer lugar, un conjunto de actividades comerciales de restaurantes y diversión... en 2005, por ejemplo, el gran equipo de los Yankees tuvo ingresos de 4 millones de dólares por partido: 1 millón de las entradas de 25.000 espectadores en promedio, otro millón por publicidad y ¡2 millones en ventas!).

Nuestros clubes pueden ser mucho más empresariales sin perder el carácter deportivo.

¿Bien público, bien privado?
identidad y cultura

Retomo un texto de Manuel Quijano que me parece ilustra bien el tránsito social hacia la identidad y más tarde hacia la importancia del deporte y el fútbol como emblema:

“El Estado Nación viene de donde se nace, por lo tanto lo nacional es la creación de una conciencia común, es el alma, la herencia, la solidaridad y una disposición a ser, hacer y realizar. Por lo tanto es un plebiscito cotidiano que realizamos en el sentido de individual, como una afirmación perpetua. ¿Qué quiere decir eso? Que el Estado tiene dos objetivos: mitigar la escasez y mitigar el conflicto social. Esa es la legalidad y legitimidad del Estado. Y un Estado se legitima en la medida que realiza acciones cotidianas que tienen que ver con valores de identidad, que en parte tiene que ver

con símbolos, como son los colores, el régimen, los héroes y las pasiones... y para muchos, la identidad empieza no nada más con el idioma y la religión, sino con los colores”.

Está por demás decir, que ahí entramos de lleno en el deporte que se sitúa exactamente en la dicotomía compleja entre sentimiento y racionalidad (sólo esta última faceta permite decir que es “absurdo admirar a 22 jugadores corriendo tras una pelota”). El deporte ha asumido ese rol fetichista de ser color e identidad. Y es ahí donde se justifica su rol de bien público, es decir un bien que genera externalidades positivas hacia la sociedad (por eso se explica la utilización de impuestos para ayudar a deportistas que, por otro lado, no son sino trabajadores que han escogido esa profesión, pero no necesariamente justifica a ciertos gobiernos regalando estadios a los clubes profesionales): más allá de los beneficios que captan los deportistas, sus éxitos tiene un efecto positivo sobre la sociedad, en términos no sólo de mejorar la aceptación de una vida sana como un valor sensato, sino de generar un efecto positivo sobre la visión que la sociedad tiene de sí misma (el imaginario colectivo).

El “sí se puede” alrededor de Jefferson Pérez o de la Selección va en esa dirección. Sí podemos competir con otros que antes considerábamos intocables. Sí podemos generar un proceso de organización nacional durante 10 años para alcanzar una meta. Sí podemos integrar a

otros miembros de la sociedad antes marginados y excluidos. Sí podemos aceptar su éxito como parte de la colectividad. Queda una duda. Esas visiones positivas ¿permean realmente hasta el cambio de actitudes?, ¿no es un espejo donde consideramos lo positivo de esas acciones, pero dejamos que eso se mantenga en la esfera del “otro”? ¿no encasillamos a los excluidos en el marco de ese éxito, es decir, que sólo les ampliamos el marco en que están excluidos? Pero sin duda algo hemos ganado en las mentes y almas, algo ha llegado a nuestros hijos. Ahí está la enorme pasión del fútbol.

Bibliografía citada

- Arrignoni, Miguel Angel (Deloitte and Touch) (2000). “Fútbol, Siglo XXI ¿cómo aprovechamos las potencialidades?”, Seminario BID.
- Audas, Rick, et al., (2002). *The impact of managerial change on team performance in professional sports*. Canada: University of New Brunswick.
- BID (2000). *Soccer as a mean for economic and social development*.
- Dawson, Peter and Dobson Stephen (2002). *Managerial efficiency and human capital: an application to english Football*. Department of Economics, University of Bath: UK.
- Frank, Robert, et al. (1995). *The winner take all society*. New York: Simon and Schuster.
- García del Barrio, Pedro, et al. (2004). *Pay and performance in the spanish soccer league: who gets the expected monopsony rent?*. Working Paper 05/04, Universidad de Navarra.
- Hoffmann, Robert, et al. (2002). “The socio economic determinants of international soccer performance”. *Journal of Applied Economics*, Vol. 2, 252-272.
- Lomborg, Bjorn (2001). *The skeptical environmentalist*. UK: Cambridge University Press.
- Medcalfe, Simon (2003). *Sports economics – What’s the score*. Southwestern Economic Association Annual Meeting San Antonio, TX, April 17.
- Milanovic, Branko (2003). *Globalization and goals*. Carnegie Endowment for International Peace.
- Neale, W. (1964) “The Peculiar Economics of Professional Sport”. *Quarterly Journal of Economics*, v. 78, pp.1-14.
- Pelé Sports (2000). *Soccer as an economic sector*, BID.
- Pulso Ecuador (2000/2005). “El consumo de los hogares bajo la lupa”, Quito.
- Treble John (2005). *Funny peculiar: modeling sports leagues*. University of Wales.

Bibliografía consultada

- Spiros, Bougheas and Paul Downward (2000). “The economics of sports: a bargain approach”, University of Nottingham.

- Byers, J.D., et al. (2001). "Habit and Long Memory in attendance demand: the case of football support", Research Paper 2001-2, School of Management and Business, University of Wales.
- Chiappori, P.A., et al. (2000). "Testing mixed Strategy Equilibria: The case of penalty Kicks in Soccer", Seminar Games, Bilbao.
- Dobson, Stephen and Goddard John (2001). "The economics of football", Cambridge University Press.
- Gruber, Jonathan, et al. (2001). "Is addiction rational?", *The Quarterly Journal of Economics*, 1261-1297.
- Matheson, Victor (2003). "European Football: A survey of the Literature", Department of Economics-William College.
- Matheson, Victor, et al. (2004). "Mega Sporting Events in Developing Countries: playing the way to prosperity", Department of Economics, College of the Holy Cross, Worcester MA.
- Veljanovski, Cento (2000). "Is Sports Broadcasting a Public Utility?", IEA Seminar on Sports and Broadcasting.



Patricio Terán - El Comercio

Fútbol y bienestar en el Ecuador: efectos en la economía de la sociedad

Sandra Vela Dávila*

Introducción

El objetivo central de la economía es alcanzar el bienestar de la sociedad. En el Ecuador, más del 60% de la población es pobre¹. Se lleva décadas intentando mejorar sectores tradicionales que cada vez son más incapaces de promover crecimiento, o simplemente sostenerse. Es hora de pensar en nuevos sectores de promover oportunidades reales para el desarrollo, capaces de generar bienestar y dignidad. El deporte, en el mundo actual de capitalismo globalizado ha pasado de ser una actividad de distracción, a convertirse en un verdadero sector económico que maneja grandes capitales.

Como actividad productiva, el deporte crea mercados cuya talla se acerca según estimaciones a representar el 1% del PIB de los países desarrollados y el 2%

del comercio mundial. El movimiento financiero tan solo del fútbol es de "...225 millones de dólares, según Havelange presidente de la FIFA quien se vanagloriaba de los 136 millones alcanzados por la General Motors en el mismo año" (Galeano 1995: 21).

En 2005, el fútbol mundial generó una cifra cercana a \$225 billones de dólares (Diario Hoy -Blanco y Negro- 2005). El mercado de los artículos deportivos se ha internacionalizado y la industria es bastante heterogénea. Paralelamente se ha desarrollado un gran mercado del espectáculo deportivo, creador de importantes ingresos y de numerosos puestos de trabajo, directos e indirectos. El mercado del deporte como oferente de bienes y servicios y creador de empleos es una realidad en muchos países, principalmente en los más desarrollados. En nuestro país ha llegado a su mayor expresión alrededor del fútbol, único deporte que se puede considerar en la actualidad como industria generadora de empleos y de grandes capitales, y con profundos efectos a nivel social.

* Master en Estrategias Económicas del Deporte y del Turismo, Economista, miembro de VIVEDEPORTE, sandraveladavila@yahoo.com

¹ Según los datos del SISE el nivel de pobreza en el Ecuador es de 62% para el año 2001, de acuerdo al indicador de índice de necesidades básicas insatisfechas.

El sector deportivo nacional, a pesar del deficiente apoyo por parte del Estado y del poco interés del sector privado, ha demostrado un gran potencial, por todos estos motivos surge un gran interés en su análisis. El deporte es un sector con un enorme potencial a nivel internacional, considerando las especificidades del fútbol ecuatoriano, ¿Cuál será su relación con el bienestar? ¿Es posible considerar al fútbol en el Ecuador como un mecanismo de desarrollo y de generación de bienestar?

En los años ochenta nace en Europa una subdisciplina de la economía llamada “Economía del Deporte”; surge como

“...ciencia empírica que pretende registrar, ordenar y explicar la toma de decisiones y los comportamientos, las peculiaridades de los arreglos institucionales, los fundamentos materiales de la dimensión económica del deporte y revelar las consecuencias no intencionadas. Y como ciencia normativa buscando desarrollar estrategias y técnicas sobre la mejor forma posible para alcanzar unos objetivos prefijados. En este sentido, es una técnica que concibe procedimientos para decisiones óptimas y la mejor estructuración posible de las condiciones generales de la toma de decisiones” (Heinemann 1998).

El objeto de estudio de la economía del deporte se refiere su la dimensión económica que se resume en tres grandes áreas: la toma de decisiones económicas;

los arreglos institucionales en los que se enmarcan las actividades económicas y; el significado económico del deporte. La economía del deporte aparece como ciencia empírica registrando, ordenando y explicando la dimensión económica del deporte, al igual que como ciencia normativa desarrollando estrategias y técnicas sobre las formas de optimizar las decisiones.

A continuación analizaremos las potencialidades del fútbol en el Ecuador como generador de bienestar y desarrollo, en una primera parte nos enfocaremos en una aproximación teórica referente al bienestar desde la perspectiva de John Rawls y luego de la de Amartya Sen; en una segunda parte consideraremos los efectos económicos generados por el fútbol a nivel macroeconómico, los efectos en la demanda, los impuestos, en el nivel de precios e intereses, en el empleo y sobre las importaciones y exportaciones; por último en una tercera parte analizaremos los efectos a nivel microeconómico, poniendo énfasis especial en los efectos sociales.

Desarrollo como equidad y justicia

*Deporte factor de desarrollo
por las expectativas que genera*

Al concebir el desarrollo desde una perspectiva equidad y justicia es importante referirse a John Rawls (2001) para quien,

el bienestar de la sociedad sólo depende del bienestar de la persona que se encuentra en la peor posición; en definitiva, la sociedad mejora si progresa la situación de este individuo. Cualquier otro cambio, para el resto de la población, no tendrá ninguna incidencia en cuanto al nivel de bienestar social. El análisis rawlsiano es muy interesante para una sociedad como la ecuatoriana con un grado de desigualdades tan amplio.

Rawls propone un modelo de funcionamiento de la sociedad distinto, basado en el concepto de "justicia como equidad", que se sustenta en la existencia de acuerdos mutuos entre personas sujetas a condiciones equitativas. La idea de base en esta concepción es la de una sociedad como un sistema cooperativo; de cooperación social a lo largo del tiempo, de una generación a la siguiente. Parte de dos ideas fundamentales: primero, la de ciudadanos entendidos como personas libres e iguales y, segundo, la idea de sociedad efectivamente regulada por una concepción pública de la justicia.

El análisis de Rawls también sostiene que:

"... para encontrar un conjunto de principios que nos digan cómo debe organizarse la sociedad, debemos olvidarnos de los intereses egoístas que cada uno de nosotros perseguiría si supiéramos en qué situación íbamos a nacer ("velo de la ignorancia"). El individuo debe formarse la idea de lo que es "justo".

Define el nivel de bienestar de la población como la del peor situado en la misma, acepta sin embargo, la existencia de desigualdades sociales y económicas cuando éstas satisfacen dos condiciones: en primer lugar, tienen que estar vinculadas a cargos y posiciones abiertos a todos en condiciones de igualdad equitativa de oportunidades; y, en segundo lugar, las desigualdades deben redundar en un mayor beneficio de los miembros menos aventajados de la sociedad (el principio de diferencia). Los individuos no merecen la posición original pero sí la posición final y lo que logran en su vida.

El bienestar para Rawls se define por el acceso a los bienes primarios. Limita los bienes primarios como las diversas condiciones sociales y los medios de uso universal que son por lo general necesarios para que los ciudadanos puedan desarrollarse adecuadamente. Considera 5 clases de bienes primarios:

- Los derechos y libertades básicas.
- La libertad de movimiento y la libre elección de empleo.
- Los poderes y prerrogativas que acompañan a cargos y posiciones de autoridad y responsabilidad.
- Ingresos y riqueza.
- Las bases sociales del auto-respeto. El ámbito deportivo tiene la capacidad de incidir y de actuar como bienes primarios de diversas clases.

Además, Rawls considera que el lugar de nacimiento define el desarrollo futuro

por las aspiraciones que genera, por las expectativas y ambiciones que alienta en el presente y a lo largo de toda la vida. Los ámbitos a los que se aplica el principio de diferencia son distintos en las expectativas de los ciudadanos respecto de los bienes primarios a lo largo de toda su vida. Esas expectativas constituyen las perspectivas de vida.

“En una sociedad bien ordenada, donde todos los ciudadanos tienen asegurados iguales derechos y libertades básicos y oportunidades equitativas, los menos aventajados son los que pertenecen a la clase de ingreso con las expectativas más bajas” (Rawls: 2001:93).

En cuanto a este aspecto, el deporte tiene otra gran virtud y es crear expectativas de superación para los grupos más pobres, al ser un mecanismo de movilidad social —aunque hasta ahora muy limitado en número— real y de gran incidencia al menos en el imaginario de las poblaciones.

Bienestar humano como desarrollo de las capacidades de las personas: el deporte como generador de capacidades

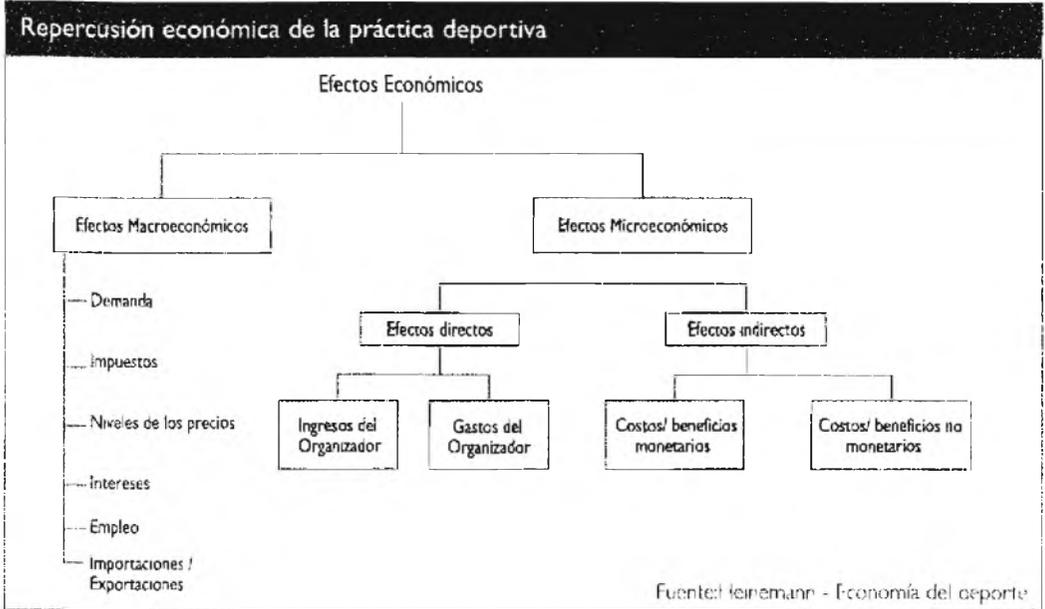
Amartya Sen, galardonado con el premio Nóbel de Economía en 1998, define el bienestar como “lo que una persona puede realizar” (Rawls: 2001:45) toman-

do ese término en sentido muy amplio. La característica primaria del bienestar de una persona es el vector de realizaciones que consigue. Las variaciones interpersonales son extremadamente comunes en el modo en que se transforman bienes en realizaciones.

Sen señala que. “lo realmente importante del enfoque de las necesidades básicas es el modo que tienen las personas de acceder a los distintos bienes y servicios que satisfacen las necesidades” (Pérez 2001:66) es lo que él llama una titularidad básica. Sen centra sus investigaciones en qué es lo que tiene un valor intrínseco para la vida, más que en los bienes que tienen un valor instrumental o beneficio personal. De esta manera, llega al concepto de las “capacidades”. Las “capacidades” comprenden todo aquello que una persona es capaz de hacer o ser. Ser capaz de estar bien nutrido/a, escribir, leer y comunicarse, tomar parte de la vida comunitaria forma parte de estas “capacidades”.

Sen señala que las necesidades básicas constituyen una parte de las capacidades, pero que éstas se refieren a algo mucho más amplio. Entonces: “el bienestar se incrementará cuando las personas son capaces de leer, comer y votar. Estar alfabetizado no es importante por la utilidad que se deriva de ello, sino por el tipo de persona que puedes llegar a ser cuando sabes leer y escribir” (Pérez 2001:35).

En este sentido, el “bienestar humano consiste en desarrollar las capacidades de



las personas” (Pérez 2001:42). Desde este enfoque, es posible hablar de desarrollo cuando las personas son capaces de hacer más cosas, no cuando éstas son capaces de comprar más bienes o servicios. En este sentido el deporte es una actividad formativa, creadora e impulsora de capacidades. Se lo puede considerar entonces como un factor de desarrollo.

Efectos económicos generados por el Fútbol en la economía de la sociedad

El fútbol se ha desarrollado convirtiéndose en un sector protagonista en las sociedades actuales. En la presente sección se busca determinar la relación existente entre fútbol y bienestar, a través del análisis

de los efectos económicos que genera en la economía de la sociedad. En una primera parte se presenta una aproximación metodológica para el análisis de los efectos económicos del deporte, luego se analizan los efectos macroeconómicos que genera, por último, se presentan los efectos micro-económicos.

Metodología para el análisis de los efectos económicos

Heinemann realizó aproximaciones metodológicas para el análisis de los efectos económicos del deporte, advirtiendo que “la diversidad de interrelaciones entre deporte y economía lleva a que tan sólo se pueda representar parte de los efectos”



El fútbol ha vagado o errado por múltiples caminos hasta convertirse en lo que parece que es y será en el transcurso de este milenio: una religión en manos de grandes multinacionales.

Daniel Vásquez Saltés

(Heinemann 1998: 137). La aproximación tipológica utilizada en el presente estudio, parte de las grandes categorías económicas, macro y microeconómica, definiendo detalladamente los diversos efectos.

Efectos macroeconómicos

“Los efectos macroeconómicos son aquellos que afectan a toda una economía nacional o al menos a una región, es decir a toda la población” (Heinemann 1998: 144).

- Demanda

La industria del deporte genera una importante demanda de diversos tipos de bienes y servicios. El cálculo de la demanda deportiva permite definir la significancia o el valor económico del deporte. La demanda de deporte al ser tan amplia en cuanto a la diversidad en los productos y servicios consumidos, y compleja en cuanto al tipo de bien, gratuito o de mercado, presenta grandes dificultades para su cálculo y para su análisis. No sólo los deportistas consumen “deporte”; desde la perspectiva de la economía del

deporte es muy importante tener presente que los consumidores de deporte difieren de los deportistas. Los grandes consumidores deportivos, los hinchas de los equipos de fútbol y los lectores de la prensa deportiva, representan un sector clave dentro de demanda por deporte y, aunque no practican deporte, son conocidos como deportistas pasivos.

Es interesante la diferenciación de la demanda, entre los que practican deporte activamente frente a los deportistas pasivos, pues tanto el ámbito como la estructura de los gastos de los dos grupos son diferentes. En el Ecuador no existen cálculos realizados sobre el consumo en el sector deportivo, pues se lo contabiliza dentro de otros sectores económicos.

El nivel de práctica deportiva es un indicador de la importancia del consumo deportivo. Según información del INEC, en un estudio realizado para la población de más de 15 años entre Octubre 1998 y septiembre 1999, el 28.8% de la población a nivel nacional hace deporte, además, la práctica era más común a nivel urbano con un 32.2% que a nivel rural con un 23.4%. Por otro lado en cuanto a los deportistas inactivos, la demanda por espectáculos deportivos, que principalmente se refieren al fútbol, se constata un gasto mayor en la Sierra alcanzando 1.7 millones de dólares mensuales, 1.2 millones para la Costa y \$100.000 para la Amazonía. El gasto en espectáculos deportivos alcanza un total de 3 millones de dólares mensuales, re-

presentando 36 millones de dólares al año, cifra considerable, mayor al total del presupuesto anual destinado al deporte para 2004².

El fútbol es hoy en día, en el Ecuador, un deporte espectáculo que congrega cada fin de semana a miles de fanáticos generando importantes resultados económicos para sus organizadores. Así por ejemplo, el último partido de la liguilla del primer semestre de 2005, entre Liga y Barcelona, recaudó en taquilla \$190.000. El monto de recaudación es mucho mayor en los encuentros de la selección nacional, en donde los precios de las entradas son mayores y se juega, en general, a niveles de ocupación total de los escenarios deportivos³. Así, el último partido de clasificación entre Ecuador y Uruguay logró recaudar más de un millón de dólares.

En relación a las características de los consumidores deportivos, lo que sorprende a simple vista es que, en cuanto a número, los principales consumidores pasivos y activos a nivel nacional provienen de las clases medias y bajas. Sin embargo, en cuanto al gasto en espectáculos deportivos el 59.6% proviene del segmento de ingresos altos, el 26.3% del medio y el 13.5% del bajo. El gasto promedio mensual considerando los espectáculos deportivos a nivel nacional es de \$19.61, alcanza su nivel más elevado para

2 Presupuesto 2004 : \$15'248.454 según información Banco Central del Ecuador.

3 Al respecto ver el artículo de Jaime Naranjo en este mismo volumen.

la ciudad de Guayaquil con \$27.40, le sigue Ambato con \$22, luego Machala con \$21, en cuarto lugar Manta-Porto-viejo con \$16.38 y en quinta posición Quito con \$16.55.

El fútbol mueve grandes capitales, la Federación Ecuatoriana de Fútbol manejó en 2005 un presupuesto de \$6,7 millones.

“Sus principales ingresos por selecciones nacionales se resumen en: taquilla, \$2 383 357,50 (30,10%); la participación en la Copa América, \$457 501.60 (5,80%), y los derivados de partidos internacionales, \$410 mil (5,20%). Los ingresos por derechos de transmisión y publicidad sumaron \$3 033 314.46, que representan (...) 38,40%. El resto se refiere a otros ingresos” (Diario Hoy –Blanco y Negro 2005).

Desde las perspectivas de los clubes, el presupuesto de un club grande como LDU superó en el 2005 los 5 millones de dólares, y para un club pequeño como el de Loja alcanzó 1,5 millones USD. En cuanto a la selección nacional, “la tri es una máquina de hacer millones” (Diario Hoy 2005), la eliminatoria generó más de 12 millones USD, “para las presentes eliminatorias, Pilsener firmó un contrato de \$2 millones por cuatro años, Marathon por \$1,3 millones, Tesalia por \$500 mil y Tame por \$130 mil. Un total de \$3 930 mil. Esto sin contar con los derechos de televisión. Sólo en 2004, la FEF registró

un ingreso de \$3 033 314,46 por derechos de publicidad y televisión” (Diario Hoy 2005), y es que “la imagen de la Selección ecuatoriana también se ha convertido en un ‘talisman’ que ayuda a disparar las ventas de las empresas que la auspician” (Diario Hoy 2005).

Un punto interesante de la demanda deportiva es que debido a la gran interrelación del sector deportivo con otros sectores tiene un alto factor multiplicador que impulsa a la economía regional y nacional. “El gasto de la clasificación al Mundial cuesta al Ecuador cerca de 6 millones de dólares” (El Comercio 2005) esto se multiplica en un gran número de empresas que ofrecieron bienes y servicios durante el proceso.

- Impuestos

Otro tipo de efecto macroeconómico que genera la industria del fútbol se refiere a los impuestos. El deporte en cuanto al consumo activo es un derecho aprobado en la Constitución Nacional desde 1998. Esto implica que es un sector al que se debe promover y que tiene exoneraciones de impuestos. Sin embargo, por el lado de la demanda pasiva es un consumo suntuario al cual se le puede aplicar impuestos elevados. Este paralelismo dificulta la toma de decisiones referentes a política tributaria en el sector.

Por ser el deporte un derecho de los ecuatorianos, existen algunas leyes que le favorecen, así por ejemplo el impuesto

del 5% sobre el valor de las planillas de servicios de telecomunicaciones y radio eléctricos se destinan al desarrollo del deporte. Además, el Estado promueve el deporte exonerando del pago de luz y agua para los centros deportivos y existen planes de reducción de impuestos para empresas del sector privado que invierten en esta área. Por el lado de ingresos fiscales, para el Estado de acuerdo al SRI para el año 2003, el sector de “actividades deportivas y otras actividades de esparcimiento”, entre las que el fútbol participa como el principal actor se recaudaron \$377.929.28 por concepto de IVA y del impuesto a la renta.

Si bien aparentemente el aporte del sector parece bajo, esto se explica al analizar que tan sólo se agrupa dentro del sector deportivo las actividades de organización y dirección de eventos deportivos. Para realizar un análisis del aporte del sector se debe considerar también el resto de actividades que se refieren al sector pero constan dentro de otros sectores para el SRI. Entre ellos la producción y venta de artículos, equipos y vestimenta deportiva, la construcción deportiva, entre otros ya descritos anteriormente. Por lo tanto, al referirnos estrictamente al limitado campo de la organización deportiva el aporte es significativo.

- Niveles de precios

El incremento de demanda ya sea privada por incremento de consumo o públi-

ca por incremento de las inversiones, repercute en un primer momento, en caso de una oferta inelástica en un incremento de los precios. El impacto del deporte sobre otros sectores en relación a niveles de precios se lo observa principalmente en relación al sector de la vivienda.

Generalmente la construcción de infraestructura deportiva, como parques o canchas, mejora la belleza y los atractivos de una zona aumentando los precios de los terrenos y viviendas de la zona. Por otro lado, los grandes eventos deportivos que provocan una verdadera aglutinación de individuos o bien que provocan el traslado hacia otra zona, elevan el nivel de precios debido al crecimiento de la demanda en caso de Olimpiadas o Mundiales de Fútbol.

- Empleo

El sector deportivo es un gran generador de empleos a nivel mundial, tanto directo como indirecto, tiene como motivación la idea de “hacer de su pasión un oficio”⁴. El empleo generado por la actividad deportiva se caracteriza por la variedad de tipos de puestos de trabajo creados, con muy diversas calificaciones; por su elevada voluntariedad, sobre todo en las entidades asociativas; así como por su flexibilidad, dado que el sector deportivo es, quizá, donde más extendida está la temporalidad y la discontinuidad en el

4 www.essec.fr

empleo; y, finalmente, por la brevedad de la carrera del deportista profesional, que empieza generalmente antes de cumplir la mayoría de edad, y en la gran mayoría de los casos termina a inicios de la tercera década.

Resulta complejo calcular esta variable, dado que muchos de los empleos deportivos se los contabiliza dentro de otras categorías, sin embargo se debe tener presente no sólo los empleos relativos al núcleo deportivo, sino también los generados por proveedores de la industria deportiva, así como también las empresas y servicios de apoyo. Al considerar las encuestas del mercado laboral ecuatoriano (PUCE 2003), realizadas en la ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca, los resultados sobre el empleo en el sector "actividades deportivas", dentro del cual el fútbol es la principal fuente de empleo, se observa que para enero del 2003, el empleo en el sector actividades deportivas ocupa a 8862 personas que representan el 0.5% de la PEA y el 0.54% de la población ocupada. Como características vemos que es un empleo mayoritariamente masculino: 64% son hombres.

El deporte ha sido un sector fuertemente marcado por el machismo tradicionalista de nuestras sociedades latinoamericanas, y el fútbol principal deporte en nuestro país cerró sus puertas a las mujeres hasta hace muy poco; hoy en día es importante señalar que no existen ligas profesionales de ningún deporte femenino en el país. Además, ninguna mu-

jer ha llegado hasta hoy a alcanzar puestos importantes en ningún organismo de dirección deportiva en el Ecuador.

Otras características son, que es un sector que ocupa básicamente a gente joven, el promedio de edad en el sector es de 29.49 años. Se trabaja en promedio 46.16 horas por semana, es decir, seis más de lo dictaminado por ley, con salarios bajos alcanzando un promedio de ingresos para el sector de tan sólo \$207.54, es decir tan sólo el 56% de la canasta básica⁵ para el año mencionado. En cuanto al nivel de instrucción se observa que el sector deportivo ocupa una gran cantidad de personas con bajos niveles de estudios, el 51% tiene estudios secundarios o sólo primarios. Sin embargo, también ofrece empleos para profesionales en diversas áreas, representando éstos el 49% del total de empleos.

El fútbol es un importante generador de empleos:

"La mayoría de equipos mantiene en reserva los detalles de los contratos con cada futbolista. La razón: para cada uno existe un pago diferenciado que, si otro se entera, genera celos y problemas internos. En el Ecuador, tras un sondeo, en casi todos los equipos hay jugadores que ganan hasta \$10 mil, como sueldo nominal, pero, con los extras, llegan hasta \$35 mil,

5 La canasta básica promedio para el año 2003 es de 371.1 dólares calculada en base los datos de la Revista Gestión- Multiplica para Enero 2004

como ocurre con Álex Aguinaga y Agustín Delgado. Y hay una mayoría que no supera los \$500 mensuales” (Diario Hoy –Blanco y Negro 2005). Así por ejemplo, “en la Liga de Quito, los futbolistas perciben un salario fijo desde que se encuentran en la categoría Sub 18. El sueldo mínimo es de \$300 mensuales. La paga comprendida entre las categorías Sub 18 y Sub 20 oscila entre \$300 y \$800 al mes. Además de esta remuneración, el club brinda atención médica, educación y en algunos casos, hasta vivienda y comida para los jugadores que son originarios de otras provincias” (Diario Hoy –Blanco y Negro- 2005).

Considerando el caso de un equipo de provincia, en el Club del Loja “...el año anterior, el futbolista mejor pagado bordeaba los \$1 000. Ahora, por el ascenso a la Serie A, el pago no sólo se duplicó, sino que fue más allá. Un futbolista está ganando entre los \$4 000 y \$5 000 y los que menos ganan son los jóvenes suplentes, entre \$200 y \$300”⁶.

El sueldo se ‘redondea’ con los premios que reciben a lo largo del año. Otro ingreso son los contratos publicitarios. De este modo, por ganar el partido contra Uruguay, los seleccionados recibirían \$10 mil más un bono por clasificación a la Copa Mundo 2006, cuyo monto se mantiene en reserva. De empatarse el partido, recibirán \$6 000 más el bono (Diario Hoy –Blanco y Negro- 2005).

Sólo en premios, a los futbolistas y al equipo técnico en el proceso de clasificación al mundial 2006 se ha gastado más de 3 millones de USD.

El desamparo social acosa al futbolista profesional, más aún después del cierre de sus actividades.

“Los riesgos por lesiones o incapacidad física rondan la vida cotidiana del futbolista profesional. Se calcula que al menos un 60 por ciento de estos trabajadores terminan su carrera con algún tipo de lesión. La mayoría se retira antes de cumplir los 30 años. Su situación se complica cuando no tienen ningún tipo de seguro para el futuro de su familia. Los futbolistas, por múltiples razones, durante su juventud no pueden acceder al campo profesional académico”⁷.

Cuando se retiran del deporte los problemas por desocupación, subempleo y pobreza son alarmantes. “El Nacional es el único club que tiene registrado en el Seguro Social a sus jugadores, desde hace algunos años” (www.derechoecuador.com).

Desde 1959 existe el Sindicato de Futbolistas Ecuatorianos; el 15 de junio de 1994 fue aprobada por el Congreso Nacional Ley del futbolista profesional, si bien las leyes amparan al futbolista cuando se incumplen los pagos, siempre y cuando exista la denuncia por parte del

6 Ver en : www.derechoecuador.com.

7 “Una Ley que beneficia al futbolista”, www.derechoecuador.com



Fuente: Wikipedia - El Comercio

En los últimos tiempos, las multinacionales de la ropa deportiva han modificado los uniformes tradicionales de los equipos. *Julián García Candau*

jugador. Los deportistas no siempre reclaman sus derechos por el desconocimiento de los términos legales o bien porque, como menciona el exjugador Pietro Marsetti, por “falta lealtad de clase” (www.derechoecuador.com).

Por otro lado, al analizar el efecto en el empleo, lo interesante es que el sector deportivo no sólo genera nuevas oportunidades y aumenta el nivel de empleo, sino que también tiene una influencia directa sobre la calidad el nivel de empleo general de la economía mejorando la eficiencia y la calidad del trabajo. En las empresas en las que se promueve el deporte entre sus trabajadores, se ha comprobado de acuerdo a estudios⁸ que

8 Ver en www.nosmovemos.com

genera integración, motivación, satisfacción y socialización dentro de la misma.

- Importaciones y exportaciones

Técnicamente, la balanza de pagos es una cuenta de tesorería donde se compara el estado de los ingresos (crédito) y el de los gastos (débito) de un país en relación a otros países. El equilibrio debe tender a ser global y el excedente se utiliza para cubrir los pagos del déficit requeridos. En cuanto a los efectos en la balanza de pagos por parte del sector deportivo, y específicamente del fútbol, es interesante distinguir dos aspectos, por un lado, los efectos primarios que se expresan en los flujos de dinero recibidos/entregados por el país en la exportación de bienes y servicios deportivos. Por otro lado, existen los efectos secundarios que se refieren a los gastos ocasionados por el marketing de promoción deportiva a nivel internacional, importaciones para aprovisionar de insumos a los centros deportivos, remesas de los jugadores que juegan en el extranjero para sus familias, intereses y rentas que se transfieren a los inversores extranjeros, así como también parte de la renta que va a parar a núcleos y sectores de la población local (salarios, intereses, dividendos), según la relación que exista con los inversores y proveedores extranjeros.

En relación a los efectos primarios, observamos que el fútbol tiene impacto en la balanza comercial, en cuanto a bie-

nes el Ecuador importa una gran cantidad las grandes marcas multinacionales Nike, Adidas, Reebok, y en menor medida Puma y Avia, dominan tanto el mercado mundial de bienes deportivos como el nacional.

En cuanto al débito, existen importantes rubros a nivel nacional; éstos se refieren por un lado, a los sueldos y honorarios del personal extranjero. Hay que señalar que la mayor parte de clubes profesionales y de selecciones provinciales de todos los deportes cuentan con profesionales extranjeros, además se debe contabilizar las rentas del capital del capital extranjero del sector que son remesadas. Así por ejemplo, se puede considerar que el Bolillo Gómez recibió durante los 5 años que dirigió la selección nacional 1 400 000 USD (El Comercio, Especial El 2005), más 200.000 USD de premio por la clasificación; por su lado, Luis Fernando Suárez recibe un sueldo de 15.000 USD, más un premio por clasificación 200.000 USD.

En cuanto a crédito, un importante rubro son los deportistas profesionales expatriados, es interesante observar que lentamente se han dado oportunidades de contrataciones de los jugadores nacionales en el mercado extranjero desde la contratación de Kaviedes en 1998⁹, y con la clasificación al mundial se han abierto las puertas para la exportación de juga-

dores a elevados precios, algunos ejemplos son De la Cruz que juega en Inglaterra, Valencia en España, Hurtado en Qatar, entre otros. El fútbol se convierte, entonces, en algunos países sudamericanos en “una industria de exportación”:

“Al sur del mundo, éste itinerario del jugador con buenas piernas y buena suerte: de su pueblo pasa a una ciudad del interior; de la ciudad del interior pasa a un club chico de la capital del país; en la capital, el club chico no tiene más remedio que venderlo a un club grande; el club grande asfixiado por las deudas, lo vende a otro club más grande de un país más grande; y finalmente el jugador corona su carrera en Europa. (...)” (Galeano 1995: 238).

Efectos microeconómicos

Efectos microeconómicos directos

En cuanto a efectos directos se consideran los ingresos y gastos de los oferentes de bienes y servicios deportivos relacionados al fútbol. Estos efectos, o pérdidas y ganancias, deben ser considerados desde la perspectiva privada, específica a cada emprendedor o empresa vinculada a la industria del fútbol.

⁹ Ver detalles adicionales en el artículo de Jaime Naranjo en este mismo tomo.

Efectos indirectos

- Beneficios y costos monetarios

La práctica deportiva incide en numerosos sectores de la actividad económica, generando externalidades monetarias en otros sectores, destacando los de la construcción, el medio ambiente y el turismo. Además los eventos deportivos contribuyen a generar actividades económicas a su alrededor, entre ellas: gastos de visitantes en tiendas, restaurantes, kioscos cercanos, parqueaderos, empresas de transporte y vendedores de entradas¹⁰. En la ciudad de Quito existe una “asociación de vendedores de los estadios de Quito” (El Comercio, C6, 2005) que agrupa a 500 personas que venden diversos productos. El impacto de los grandes eventos deportivos es importante para las economías locales.

En cuanto a los costos monetarios indirectos generados por el fútbol, éstos se refieren en una primera instancia al costo oportunidad de la inversión en deporte que pudo ser utilizada en otras actividades quizás con mayor rentabilidad. Otro costo representa el hecho de la desvalorización de una zona residencial vecina a grandes centros de espectáculos deportivos, pues la conglomeración de espectadores causa malestar para los residentes,

por el tráfico, el ruido y en muchas ocasiones por la violencia o vandalismo de las barras bravas que destruyen propiedades.

- Beneficios y costos no monetarios

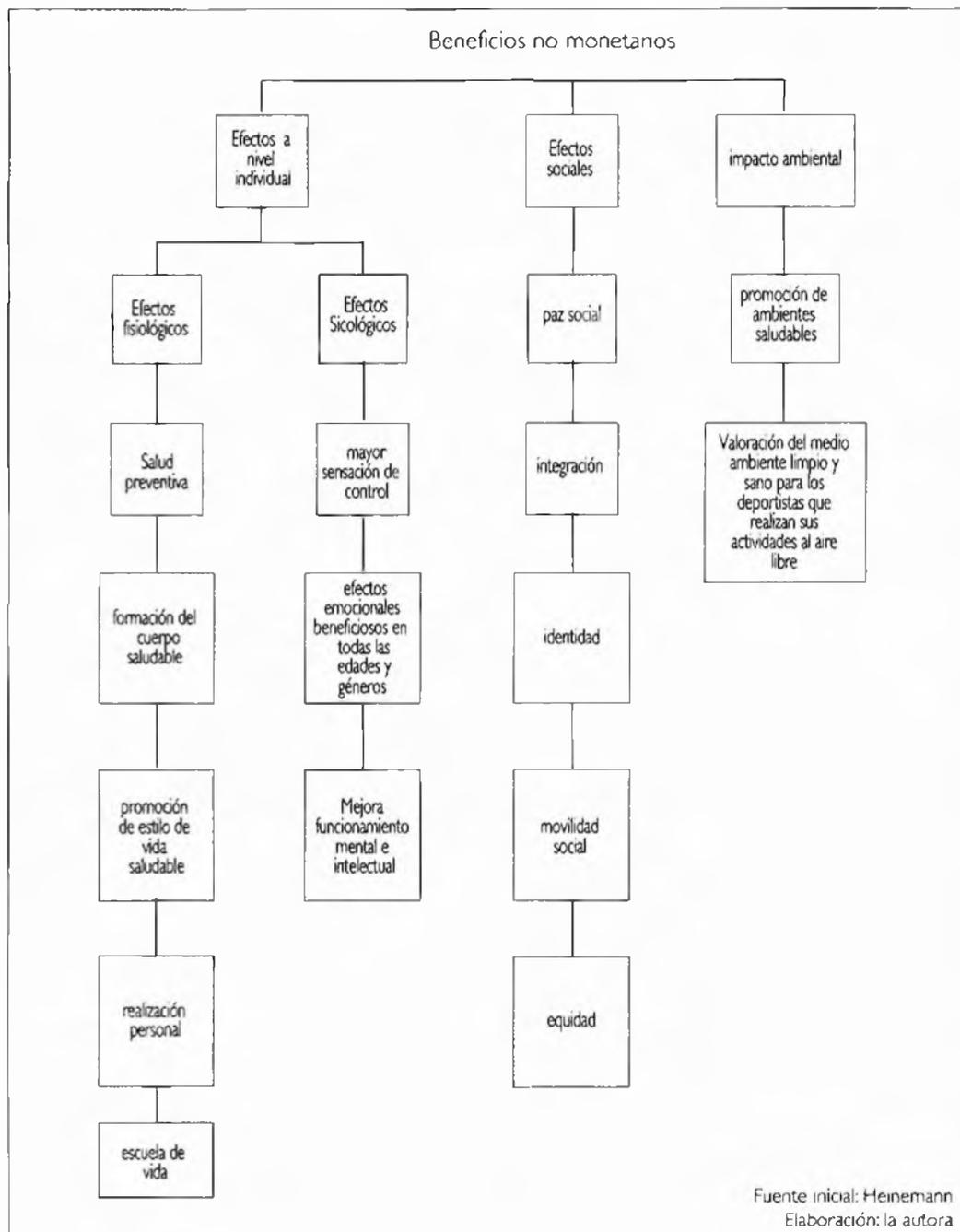
Beneficios no monetarios

Los beneficios no monetarios generados por el deporte tienen impacto directo a nivel individual y social. Si bien éstos son difícilmente evaluables a precios de mercado, son importantes. En el gráfico de la página siguiente podemos observar los principales beneficios no monetarios generados por el deporte.

El deporte genera importantes efectos a nivel individual, tanto desde una perspectiva fisiológica como psicológica. En cuanto al efecto fisiológico el deporte contribuye a la prevención y prolongación de la salud. La salud se define de acuerdo al Congreso Constituyente de la OMS en 1948 como el “estado completo de bienestar físico, mental y social, y no la mera ausencia de la enfermedad” (Heinemann 1998:116)

Más allá del efecto fisiológico positivo, el deporte contribuye al bienestar de los individuos pues tiene también un impacto psicológico positivo. Dos hipótesis básicas han sustentado esta teoría. Por un lado, la hipótesis de la distracción que consiste en que es salir de eventos o situaciones estresantes, más que la propia actividad, lo que explica la mejora de sensaciones relacionadas con el ejercicio

10 Víctor Aguilar y Kevin Jiménez proveen información sobre este tema para Cuenca y Loja, en otros de los artículos presentados en este volumen.



Fuente inicial: Heinemann
Elaboración: la autora

físico. Y, por otro lado, la hipótesis de las endorfinas que es la explicación de base fisiológica más popular sobre las ventajas derivadas del ejercicio físico a nivel psicológico y emocional; como se dice desde la Grecia Antigua “Mens sana in corpore sano”.

Varios estudios muestran la relación directa entre la actividad deportiva y la sensación de bienestar psicológico, mental y emocional. Se ha probado que genera una mayor sensación de control, además tiene efectos emocionales beneficiosos para todas las edades y géneros, contribuye a la mejora del funcionamiento mental e intelectual incentivando capacidades como la concentración y la memoria. Contribuye a la realización personal al incentivar el deseo de superación y generar madurez. Además se ha constituido en una verdadera escuela de vida, que contribuye a la adquisición de virtudes, hábitos y valores. Como diría Albert Camus, “todo lo que se puede aprender de la vida se puede aprender en un partido de fútbol” (Heinemann 1998: 117).

- Efectos sociales

Paz social

La práctica deportiva genera en la población una sensación de satisfacción y de bienestar general. Además ocupa el ocio de los jóvenes, lo que induce a una reducción de los niveles de delincuencia; de hecho existen varios programas a ni-

vel internacional de deporte para jóvenes con el fin de alejarlos de la calle y la violencia. Además genera confianza social, sentido de integración e identidad que promueven la confianza; en nuestro país esto se vivió en el 2001 y 2002 con la clasificación de la selección al mundial y la consigna de “¡Sí se puede!” interiorizada por gran parte de la población. Además “pasó de ser un grito de superación, a constituir un grito combativo de identidad. Y como el fútbol es una expresión total, hoy ese grito empieza a transferirse a otros ámbitos de la sociedad” (Diario Hoy – Blanco y Negro-2001). Actualmente se está usando este potencial del fútbol para generar una cultura de paz en proyectos con poblaciones vulnerables. Así por ejemplo, en Colombia se está realizando con el apoyo de las Naciones Unidas el Proyecto “Colombia: un gol por la Paz” para alejar a los niños de la violencia.¹¹

Integración

El deporte es el elemento más importante de socialización natural, y al que sólo se antepone otros como la familia y la escuela. Deporte significa vivir en sociedad, promueve el trabajo en equipo y la sociabilidad. Es una fiesta social, un espacio para recuperar la originalidad, un espacio de encuentro. El espectáculo deportivo cumple un doble rol: paradójica-

¹¹ www.un.org

mente integra y divide. Vincula con un renovado sentido de pertenencia a personas de las más diversas condiciones económicas, culturales, sociales, intelectuales y raciales. El individuo al pertenecer a un mismo grupo de seguidores renueva su condición de ser social y asimila su individualidad al ser colectivo. El triunfo de la selección nacional es ocasión para afirmar este sentido de pertenencia. Es un vehículo de socialización, un sistema que con sus símbolos permite la comunicación y la vivencia de valores colectivos, es una actividad que suministra una forma colectiva de identidad.

Los partidos de fútbol son en el Ecuador un espacio central de integración, como lo dice Galeano:

“Una vez por semana, el hincha huye de su casa y acude al estadio (...) agita el pañuelo, traga saliva, glup, traga veneno, se come la gorra, susurra ple-garias y maldiciones y de pronto se rompe la garganta en una ovación y salta como pulga abrazando al desconocido que grita el gol a su lado. Mientras dura la misa pagana, el hincha es muchos. Con miles de devotos comparte la certeza de que somos los mejores, todos los árbitros están vendidos, todos los rivales son tramposos. Rara vez el hincha dice “hoy juega mi club”. Más bien dice “hoy jugamos nosotros”. Bien sabe este jugador número doce que es él quien sopla los vientos de fervor que empujan la pelota cuando ella se duerme, como bien saben los otros once jugadores

que jugar sin hinchada es como bailar sin música” (1995: 7).

Identidad

La identidad ha sido promovida a través de la selección de fútbol, en el Ecuador esto empezó con el Gobierno de Duran Ballén, quien difundió la idea de “la selección de fútbol como patria de todos”; luego vino en las eliminatorias de 2002 el slogan: “todos somos la selección”. En una encuesta realizada el 61,56% de los entrevistados considera que “la clasificación del Ecuador al Mundial es la base sobre la que hay que edificar nuestra identidad nacional” (Villena 2001). La “tribuna es un lugar de construcción de identidades y comunidad” (Villena 2001: 88). Como menciona Ladrón de Guevara, “es evidente que alrededor del fútbol se gestan identidades y sentimientos de comunidad” (1998:77).

“Un vacío asombroso: la historia oficial ignora al fútbol. Las textos de historia contemporánea no lo mencionan, ni de paso, en países donde el fútbol ha sido y sigue siendo un signo primordial de identidad colectiva. Juego luego soy: el estilo de juego es un modo de ser, que revela el perfil propio de cada comunidad y afirma su derecho a la diferencia...” (Galeano 1998: 110).

El deporte se ha convertido en uno de los principales espacios de celebración

del nacionalismo en las sociedades contemporáneas, básicamente por el hecho de existir torneos en los que “las justas deportivas se conviertan, también, en una forma de competencia entre naciones” (Villena 1998: 90).

El deporte ha sido utilizado como representante de los países y de sus diversos sistemas, ya que las competencias mundiales se han convertido en verdaderos espacios de comparaciones entre los Estados. Como dice Albert Canius, “Patria es la selección nacional de fútbol”, (citado en Villena: 2000) o de acuerdo con Jacques Paúl Ramírez, “El fútbol no es la patria, pero se le parece”. El deporte ha jugado un rol importante como mecanismo de legitimación del Estado, a través de la promoción del nacionalismo. “Mojar la camiseta” se ha convertido en uno de los sustitutos de “morir por la patria”: el sudor reemplaza a la sangre en el cáliz de la comunión nacionalista. Quienes se entregan por la patria, aunque pierdan, pasan a ocupar un lugar en el “centro ejemplar” de su sociedad” (Villena 1998: 97).

Es muy interesante la posibilidad que ofrece el deporte de competir en situaciones de “igualdad” entre países pobres versus grandes potencias y, a veces, ganar. No debe subestimarse en el recuento de las razones que hicieron que los sudamericanos se conviertan masivamente en fanáticos del fútbol, que Brasil, Argentina y Uruguay, constituidos por la afición en representantes del fútbol “latino”, hayan

conquistado más títulos que los europeos (Ruso 1998:33). Todo acontecimiento deportivo de carácter universal desencadena una especie de identidad que va más allá de las fronteras nacionales de cada país, hasta llegar a una hermandad latinoamericana, no solamente representan a sus respectivos países, sino que representan también, y sobre todo, a un continente entero que se afirma y se define en contraste con y en contra de los demás y, en especial, de Europa.

El espacio deportivo permite alcanzar a otro nivel aquella común integración que no se da a nivel cotidiano. “Uno de los pocos rasgos compartidos entre Argentina y México es no querer ser latinoamericanos (...) la condición actual de América Latina desborda su territorio (...) nos globalizamos como productores culturales, como emigrantes y como deudores” (García 2002:16).

En el mundo del capitalismo actual y de las grandes multinacionales, para el desarrollo de sus grandes marcas internacionales el sector deportivo se ha basado en el marketing de la identidad, un claro ejemplo es Nike, quien aprovechando la relación entre identidad y deporte cambió el sentido de vender nacionalismo dentro de los deportes y se empezó a vender deporte a través de la identidad.

Mecanismo de movilidad social

Al volverse el fútbol una industria se convirtió en un importante, aunque no masivo, canal de movilidad social. Este canal es más meritocrático que la mayoría de otros canales disponibles, pues a diferencia de las profesiones sus practicantes requieren menos recursos para su formación y depende menos de contactos para llegar a la cima.

“Y un buen día la diosa del viento besa el pie del hombre, el maltratado, el despreciado pie, y de ese beso nace el ídolo del fútbol. Nace en cuna de paja y choza de lata y viene al mundo abrazado de una pelota” (Galcano 1995: 217).

Y es que América Latina ha permitido observar varios casos de astros que han surgido de los suburbios y favelas más pobres del globo, los ejemplos a citar son varios: Pelé, Maradona, Romario, y, en nuestro país, la gran mayoría de los integrantes de la Selección Nacional del fútbol.

“En la Provincia verde surgen los talentos futbolísticos en medio de limitaciones de todo tipo. Seis seleccionados son el referente. No importa de donde salen, de Viche, de San Lorenzo, Quinindé, Limones, Tambillo, de la capital provincial, etc, todos tienen un sueño y se quedan en los grandes clubes. La mayoría se crió

en barrios polvorientos y jugaron descalzos y en canchas de tierra. “Yo jugaba en lodo y a pata limpia”, corrobora el lateral de Liga de Quito, Néicer Reasco” (El Comercio, Especial E12, 2005).

Los ejemplos de superación, fama y éxito tienen un gran impacto a nivel social, sobre todo para las clases populares que ven un ejemplo real de superación.

“Que sus principales astros sean de origen “popular” convierte al fútbol no sólo en un canal de integración funcional de sectores tradicionalmente marginados de la sociedad, como algunas minorías étnicas, sino que, mediante complejos procesos de identificación y representación, lo convierte en un importante productor de modelos sociales (aunque sean del tipo que Eco denomina “elites irresponsables”). Así, el fútbol es popular no sólo porque, de una u otra, lo pueden practicar o seguir casi todos, sino porque genera la impresión de que, con suerte, cualquiera podría llegar a ser una estrella” (Ladrón de Guevara 1998: 65).

El mecanismo de movilidad social se ha basado en la capacidad que ha generado el mundo deportivo de producir reconocimiento social por parte de la población en general, y en especial de los sectores deprimidos. Y es que, los deportistas de elite han abierto un espacio en el “corazón del pueblo” en los que pue-

den ingresar como nuevos héroes nacionales. Además, no son sólo héroes de superación, pero recuerdan la visión griega del deporte y se los admira por sus valores, su fuerza, y es que la admiración supera el simple hecho del éxito económico y se convierten en modelos de vida.

“Corre, jadeando, por la orilla. A un lado lo esperan los cielos de gloria; al otro, los abismos de la ruina. El barrio lo envidia; el jugador profesional se ha salvado de la fábrica o de la oficina, le pagan por divertirse, se sacó la lotería. Y aunque tenga que sudar como re-gadera, sin derecho a cansarse ni a equivocarse, él sale en los diarios y en la tele, las radios dicen su nombre, las mujeres suspiran por él y los niños quieren imitarlo. Pero él, que había empezado jugando por el placer de jugar, en las calles de tierra de los suburbios, ahora juega en los estadios por el deber de trabajar y tiene la obligación de ganar o ganar...” (Galeano 1995:3).

El fútbol ha impulsado desde la perspectiva de Rawls, un real desarrollo de la sociedad al beneficiar a los más desfavorecidos de la misma. Además ha sido capaz de generar nuevas expectativas y sueños, esto, según Rawls es lo que define el nivel de bienestar que alcanzarán los individuos en su vida, he ahí su gran importancia.

Equidad

El deporte nació en las elites, este fenómeno sucedió del mismo modo en nuestro país. Se democratizó con el paso del tiempo, su práctica rápidamente permeó a todos los estratos de la sociedad hasta adquirir el carácter actual de un deporte multclasista y multiracial. Éstos se han convertido en grandes logros de fines del siglo XX desde la perspectiva de la equidad, pues son éstos fenómenos sociales que han contribuido a modificar las estructuras sociales.

“En 1916, el primer campeonato Sudamericano, Uruguay goleó a Chile 4 a 0. Al día siguiente, la delegación chilena exigió la anulación del partido, ‘porque Uruguay alineó dos africanos’. Eran los jugadores Isabelino Gradín y Juan Delgado (...) bisnietos de esclavos nacidos en Uruguay” (Galeano 1995: 42).

Más de 60 años después, las cosas cambiaron en Latinoamérica, y el deporte fiel escenario representante de la sociedad, mostraba los logros de la equidad con la admiración al astro del fútbol Pelé.

“Cien canciones lo nombran. A los diecisiete años fue campeón del mundo y rey del fútbol. No había cumplido veinte cuando el gobierno de Brasil lo declaró tesoro nacional y prohibió su exportación. Ganó tres campeonatos mundiales con la selec-

ción brasileña y dos con el club Santos. Después de su gol mil, siguió sumando. Jugó más de mil trescientos partidos, en ochenta países, un partido tras otro a ritmo de paliza, y convirtió acaso mil trescientos goles. Una vez detuvo la guerra; Nigeria y Biafra hicieron una tregua para verlo jugar. (...) Había nacido en casa pobre, en pueblito remoto, y llegó a las cumbres del poder y la fortuna, donde los negros tienen prohibida la entrada (Galeano 1995: 152).

La Selección ecuatoriana de fútbol derribó algunos muros que la sociedad se había negado a destruir. En su interior jamás se habla de blancos y negros, tampoco de regiones o provincias. “Los comentarios racistas y regionalistas pierden peso por la fortaleza que muestra el equipo nacional” (Diario Hoy –Blanco y Negro- 2001). Se habla de una familia, a la que Hernán Darío ‘Bolílo’ Gómez y los propios jugadores defienden, y hasta se evitó integrar a otros futbolistas por temor a una división. El éxito de la Selección nacional, en las eliminatorias al Mundial Corea y Japón 2002 salió de los estadios para instalarse en la dinámica diaria, en el respeto a un libreto rediseñado en el que las minorías ocupan un espacio protagónico y en el que la gente no habla de división regional. “Lo que ha hecho el entrenador Hernán Darío Gómez es mostrar que la unión de varias culturas puede producir un hecho histórico notable” (Diario Hoy –Blanco y Negro- 2001).



En España, el fútbol y su entorno mueven más de 3.000 millones de euros anuales, lo que representa entre el 0,9 y el 1% del PIB. Gregorio Martín

Por otro lado, el deporte ha sido un escenario de lucha por la equidad de género. Los logros en este sentido, al menos en nuestro país, siguen siendo menores en relación a la discriminación racial. Existen grandes dificultades de acceso a las mujeres al deporte profesional al igual que a las dirigencias deportivas¹², los comités de las entidades deportivas ecuatorianas están conformados únicamente por hombres salvo un par de excepciones que han ocurrido por alguna casualidad. El fútbol, principal deporte del Ecuador no ha abierto sus puertas a las mujeres a nivel profesional, principios y valores tradicionalistas machistas siguen dominando la percepción de la mayoría

¹² Al respecto ver el artículo de Isabel Carrera en el volumen V.

de la población. Sin embargo, lo interesante es que el deporte se convierte en un espacio de transformación social que se debe utilizar y potenciar para lograr objetivos de equidad.

Costos indirectos

Si bien el deporte y específicamente el fútbol para el Ecuador y Latinoamérica constituyen una verdadera institución social, los estudios sobre el tema son muy limitados.

“La infravaloración del estudio del deporte como fenómeno social, parte de una concepción de análisis deportivo que va de concebirlo como un hecho social positivo. Es una concepción que considera el deporte como un espacio social neutro, incuestionable, inofensivo, sobre la historia y sin ningún vínculo con los intereses y los conflictos sociales existentes; extranjero a la interferencia del poder político y/o económico, quién se percibe tal como se separa del deporte. Esta perspectiva de análisis condujo a un proceso de mitificación del deporte, hablando sobre él de manera purificada e inocente, su existencia actual aparece como natural y eterna” (Altuve 2002).

Si bien el deporte tiene una relación directa con el bienestar generando amplios efectos económicos y sociales positivos, existen también costos indirectos en

cuanto externalidades, o efectos negativos generados por el fútbol, éstos serán sólo mencionados brevemente en el presente estudio.

El principal efecto negativo observado en nuestro país es que el deporte tanto une y genera identidad de grupo, o de localidad, desune a sus oponentes, se convierte en un medio de expresión dramática de las tensiones entre grupos sociales y regiones. Provoca entonces violencia y vandalismo a causa del fanatismo de las barras. Asistir a un “clásico del Astillero” en Guayaquil entre Emelec y Barcelona es un claro ejemplo de la violencia en las barras, esto se da con más fuerza en este caso. Pero las “barras bravas” en todo el país, en la Liga de Quito se la conoce como la “Muerte Blanca”, en Barcelona “la Sur Oscura”, Emelec “la Boca del Pozo”, tienen actitudes violentas y destructivas. Se han dado varios casos en los que al perder su equipo destruyen las propiedades y vehículos a la salida de los encuentros. “El fútbol, metáfora de la guerra, puede convertirse, a veces, en guerra de verdad” (Galeano 1995: 155).

Otro efecto negativo, que ha sido fuertemente criticado desde los intelectuales es que por el sentido de identidad que genera el deporte, se lo ha utilizado para una manipulación política de las masas. Galeano dice que “Fútbol y patria están siempre atados; y con frecuencia los políticos y dictadores especulan con esos vínculos de identidad” (Galeano 1995:149). Existe una correlación directa

entre directivos deportivos y políticos a nivel nacional, y esto no es sólo actual, quizás ocurra por casualidades de interés, o quizás como mecanismo de llegar a las masas. Algunos nombres de personalidades políticas han tenido roles preponderantes como directivos del deporte nacional, Galo Plaza el ex -presidente del Ecuador fue presidente del COE en dos ocasiones, Rodrigo Paz ex -alcalde de Quito fue fundador del Club Liga y uno de sus principales accionistas. Esto no sólo sucede a nivel local, Silvio Berlusconi, dueño del Milán, ganó las elecciones a la presidencia de Italia, prometiendo salvar al país como al club, con el slogan "Forza Italia" que nació en el Club.

Existen percepciones más extremas que han considerado al deporte y, en especial al fútbol, como el nuevo "opio del pueblo" considerándolo como la actividad que los dominantes utilizan, explotando su carácter de evasión, para alienar a las masas: es el "sustituto funcional del circo". "El desprecio de muchos intelectuales conservadores se funda en la certeza que la idolatría de la pelota es la superstición que el pueblo merece". "Poseída por el fútbol, la plebe piensa con los pies, que es lo suyo, y en ese goce subalterno se realiza. El instinto animal se impone a la razón humana, la ignorancia aplasta a la cultura, y así la chusma tiene lo que quiere." En cambio muchos intelectuales de izquierda descalifican al fútbol porque "castra a las masas y desvía su energía revolucionaria. Pan y circo, circo

sin pan: hipnotizados por la pelota, que ejerce una perversa fascinación, los obreros atrofian su conciencia y se dejan llevar como un rebaño por sus enemigos de clase" (Galeano 1995:38).

Por otro lado, el deporte llevado al extremo genera efectos negativos internos, para sus practicantes puede crear adicción y existen peligros de sobreentrenamiento que terminan comúnmente en graves lesiones físicas. Desde la perspectiva ambiental pueden existir efectos negativos causados por la polución, por las empresas productoras de bienes deportivos, o bien la basura desechada luego de los eventos deportivos, contaminación por ruido, entre otros. Si bien existen efectos negativos, se debe analizar los mecanismos para reducirlos, limitarlos o compensarlos y de ese modo poder maximizar los beneficios del deporte y del fútbol en la sociedad.

Conclusiones

El fútbol en el Ecuador genera bienestar e importantes efectos económicos positivos desde la perspectiva macroeconómica como desde la micro-económica. Es un sector económico creador de empleos directos e indirectos, creador de importantes capitales que contribuyen al crecimiento económico del país. Es, también, un factor de desarrollo individual que mejora la calidad de vida de las personas que lo practican, a la vez que les otorga herramientas

formativas eficientes para un mundo cada vez más competitivo. Incide directamente sobre el desarrollo nacional, pues impulsa la movilidad e integración social, en especial de los sectores más deprimidos de la sociedad, incidiendo así directamente sobre el desarrollo.

El impacto del sector deportivo en nuestro país es profundo, si bien no se refleja totalmente en las cifras macroeconómicas, son las externalidades positivas que genera las de mayor incidencia. En el Ecuador, una de las mayores debilidades existentes es la falta de capital social, es decir de confianza, de identidad, de integración, es justamente en esto en donde el deporte juega un rol central desde los niveles barriales hasta el nivel nacional. La potencialidad del deporte de generar nuevas aspiraciones y expectativas de vida para los sectores más pobres, así como su capacidad de estimular y crear capacidades, son desde las perspectivas de Rawls y Sen, los motivos por los cuales el deporte es un sector con capacidad de generar bienestar y desarrollo para las sociedades.

Si bien el deporte genera importantes efectos positivos sobre el bienestar, al evaluar los resultados del deporte en América Latina en los Juegos Olímpicos modernos (1986, 2004), el único país del tercer mundo que aparece entre los 20 primeros con más medallas ganadas es Cuba y aparece en puesto 19 (Altuve 2002:219), además nuestros países no han logrado incorporar a la mayor parte de la población en la práctica deportiva y, por

último, las cuotas de participación, decisión y de poder en la gran empresa internacional del deporte y del fútbol son muy limitadas.

“Es entonces indispensable reflexionar como insertarse positivamente en la globalización deportiva y pasar de un rol pasivo de subordinados (...) y eternos perdedores, a un rol activo trabajando por construir una relación más igualitaria con los centros de poder mundial y buscando una mejor repartición de los beneficios producidos por la industria del deporte” (Altuve 2002:218).

Por otro lado, si es claro que el deporte no puede hacer todo por América Latina, ni por el Ecuador, debido a las condiciones culturales, la importancia social que tiene, y al hecho de que es una vía integradora de actores heterogéneos, puede ser utilizado como estrategia transversal de desarrollo. Es indispensable que el continente valore las potencialidades del deporte e incentive el estudio de las ciencias sociales sobre este tema para construir un modelo deportivo latinoamericano, específicamente adaptado para las necesidades locales, capaz de permitir el acceso al deporte “para todos” y de convertir al deporte en un eficiente mecanismo para el desarrollo

La economía del deporte es un campo nuevo para nuestro país, así como también para la mayor parte de nuestro continente. Su estudio puede ser el ca-

mino para potenciar los beneficios del deporte. Existen varios temas de investigación que fuera muy importante desarrollar, entre ellos calcular efectivamente la demanda por deporte, tanto a nivel público como privado, y a través de esto definir las estrategias para desarrollar un programa de “deporte para tod@s”, analizar los mecanismos y la eficiencia de la gestión del sector deportivo, analizar la incidencia del deporte barrial o temas ya más específicos como estudiar a profundidad la valoración de alguno de los efectos que genera el deporte, así por ejemplo valorar el impacto del ecua voley en la identidad nacional.

Como podemos ver los temas son múltiples y es un campo que desde la ciencia económica tiene un gran potencial de desarrollo, convirtiéndose en aportes reales al conocimiento y permitiendo desarrollar una gestión y políticas efectivas y con mayores beneficios sociales.

Bibliografía

Textos

- Altuve, Eloy (2002). *Deporte: un modelo perfecto de globalización*. Maracaibo, Venezuela: Universidad de Zulia.
- Galeano, Eduardo (1995). *El fútbol a sol y sombra*. Colombia: Tercer Mundo Editores.
- García Canclini, Néstor (2002.) *Latinoamericanos buscando lugar en este siglo*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Heinemann, Klaus (1998). *Introducción a la Economía del Deporte*. Buenos Aires: Editorial Paidotribo.
- Ladrón de Guevara, Andrés (1998). “El fútbol del mundial: A propósito del mundial de la sociedad y de la vida bajo una mirada caleidoscópica”. *Revista Ecuador Debate*. Quito.
- Pérez, Miguel Ángel Mateo (2001). *Las contribuciones de Amartya Sen al estudio sobre la pobreza*. Siucronía Verano, España: Universidad de Alicante.
- PUCE (2003). *Encuestas del mercado laboral ecuatoriano*, Proyecto de Indicadores de Coyuntura del Mercado Laboral Ecuatoriano.
- Ramírez, Jacques Paul (1998). “Fútbol e identidad regional”, *Revista Ecuador Debate*. Quito.
- Rawls, John (2001). *La Justicia como Equidad*. España: Ediciones Paidós Ibérica.
- Ruso, Enrico (1998). “Tiempo de Mundial”, *Revista Ecuador Debate*. Quito: Centro Andino de Acción Popular, Abril.
- Sen, Amartya (1997). *Bienestar, justicia y mercado*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Villena Sergio (2000). El tercer Milenio: ¿Era del fútbol postnacional?: <http://www.efdeportes.com/efd19/3mil.htm>
- Villena, Sergio (1998). “El fútbol como ritual nacionalista”, *Revista Ecuador Debate*. Quito: Centro Andino de Acción Popular.

Villena Sergio (2001). "Globalización y fútbol postnacional. Esbozo de un programa de investigación", <http://www.riadel.org/publicacionesdetalle.asp?PID=560>

Periódicos

El Comercio, Especial, E11 (2005). "El Boleto para ir a Alemania bordeó los USD 6.000.000", lunes 10 de Octubre.

El Comercio, Deportes, C6 (2005). "Los anónimos mata-hambres de los fanáticos del fútbol", lunes 10 de Octubre.

El Comercio, Especial, E12 (2005). "La caldera esmeraldeña sigue nutriendo de cracks a la tri", lunes 10 de Octubre.

Hoy, Blanco y Negro (2001). "El 'Sí se puede' pasa a otras esferas del país", sábado 6 de octubre.

Hoy, Blanco y Negro (2001). "¡La Tricolor borra las diferencias!", sábado 6 de Octubre.

Hoy (2005). "El fútbol mueve más que el balón en la cancha", lunes 8 de octubre. Hoy. "La 'Tri' es una máquina de hacer millones", lunes 8 de octubre.

Hoy (2005). "Los futbolistas, sin amparo económico ni laboral", febrero 12.

Páginas de Internet

www.deporteynegocios.com

www.essec.fr

www.efdeportes.com

www.inec.gov.ec

www.nosmovemos.com

www.derechoecuador.com

www.nosmovemos.com

www.un.org

www.riadel.org

www.flacso.org.ec



II
Las instituciones
y el fútbol



Eduardo Valenzuela - El Comercio

Juegos cuánticos: su majestad el fútbol, un juego cooperativo correlacionado

Edward Jiménez*

Resumen

El fútbol es un juego de competición, en el que simultáneamente se presentan ambos en cooperación al interior y competición con el equipo oponente. Además, se muestra que la interacción entre dos jugadores de un mismo equipo, está representada por el juego bimatricial¹ del dilema del prisionero, mientras que la interacción en-

tre dos jugadores de distinto equipo, está representada por atrition. A través de los operadores de correlación usados en computación cuántica (*entanglement*), se demuestra, que para lograr un equipo de fútbol cohesionado en objetivos, disciplinado en el respeto a normas internas y cooperativo en las acciones es necesario lograr la correlación matemática de las estrategias (jugadores), como mínimo en grupos exhaustivos y extensivos de dos a dos. Finalmente, el operador de *entanglement* aplicado a un juego simétrico, jamás reduce el valor de la probabilidad de cooperación.

* Físico Nuclear, Escuela Politécnica Nacional; Master Informática, Escuela Politécnica Nacional; Master en Microeconomía, Universidad Saint Etienne - Francia; PhD(c), Microeconomía, Universidad Lumière, Francia; Experimental Economics, Total Services Inc, Miami FL 33126.GATE, UMR 5824 CNRS - France. Unidad de Investigación y Desarrollo Tecnológico de Petroecuador (jimenez@petroecuador.com.ec)

El autor agradece al grupo de investigación del Hidrógeno en Petroecuador y en especial al Doctor Melio Sáenz, por sus ideas clarificadoras. Además, no puede pasar por alto mencionar la colaboración prestada por Ec. Gonzalo Pozo, de Multienlace.

- 1 Cuando intervienen dos jugadores, los resultados de las acciones por ellos asumidas se puede representar gráficamente en una matriz de dos dimensiones (por ejemplo, una 2 por 2)
- 2 El dilema del prisionero es un ejemplo claro pero atípico de un problema de suma no nula. En este problema de teoría de juegos, como en otros muchos, se supone que cada jugador, de modo inde-

pendiente, trata de maximizar su propia ventaja sin importarle el resultado del otro jugador. Las técnicas de análisis de la teoría de juegos estándar, por ejemplo determinar el equilibrio de Nash, pueden llevar a cada jugador a escoger traicionar al otro, pero curiosamente ambos jugadores obtendrían un resultado mejor si colaborasen. Desafortunadamente (para los prisioneros), cada jugador está incentivado individualmente para defraudar al otro, incluso tras prometerle colaborar. Éste es el punto clave del dilema.

- 3 Puede entenderse como desgaste. Un ejemplo de ello es el de un juego en el que se pierde cuando uno de los dos jugadores realiza un movimiento cualquiera; mantenerse inmóvil implica desgaste físico.
- 4 Se puede traducir como entrelazamiento cuántico.

Introducción

La cooperación no es solamente el resultado de la coordinación, también es el resultado de la correlación de acciones o estrategias. Esta correlación de estrategias tiene un nombre en la ciencia de la computación cuántica (*entanglement*). El *entanglement* indica que si dos jugadores tomados dos a dos están correlacionados, entonces sin necesidad de emisión de mensajes o información, la acción del uno determina la acción del otro. Puede existir una correlación de tres o más jugadores.

Aunque, el fútbol es un proceso secuencial, donde un jugador envía la pelota a otro, este a otro y así sucesivamente. El resultado final del *entanglement* puede ser una cadena de acciones, lideradas por un objetivo común invariante durante todo el partido de fútbol, ganar el partido avanzando siempre hacia el lado opuesto. Si los jugadores están correlacionados dos a dos entonces la probabilidad de obtener un resultado cooperativo o de equipo es mayor. El principal teorema de este artículo muestra que jugadores en *entanglement* siempre aumentan la cooperación en un juego dinámico. Vale la pena aclarar, que un juego dinámico, es un juego que evoluciona en el tiempo, por prueba y error, por coordinación de acciones o por correlación indisoluble de estrategias. Un juego cooperativo puede llegar a la consecución del objetivo común.

El Teorema del *entanglement*, no garantiza el triunfo de un equipo que demuestra correlación entre sus jugadores, simplemente dice que la cooperación es mayor y, por lo tanto, los resultados que requieren trabajo en equipo se facilitan o son más probables (ver *entanglement* en Einstein, Podolsky, and Rosen, 1935; Eisert, Wilkens, Lewenstein 1999; y Meyer 1995). La palabra correlacionado en el lenguaje del fútbol significa, equipo cohesionado, donde todos interactúan con todos, conocen sus fortalezas y sus debilidades.

Entendemos por correlación, “correspondencia o relación recíproca entre dos o más elementos o series de elementos,” estos elementos pueden ser jugadores o estrategias. La relación es también una correspondencia entre jugadores o estrategias, pero sin la característica de reciprocidad, que es propia de la cooperación. Algunos autores manifiestan que la cooperación real es sinónimo de reciprocidad. En síntesis, es más enriquecedor en las relaciones humanas lograr correlaciones, que simples relaciones formales por convencionalismo.

Las individualidades:
un subjuego perfecto

Abundan ejemplos en la historia del fútbol donde se demuestra que las grandes capacidades individuales de un jugador particular definen el triunfo de su equi-

po. Como ya manifestamos anteriormente las acciones cooperativas o de equipo al interior de un partido de fútbol deben concluir en el triunfo. De esta manera, un jugador dotado de cualidades únicas, define un subjuego perfecto en el cual debe cumplirse el objetivo del equipo, hacer goles y ganar. Los astros del fútbol mundial, entre ellos Maradona, Pelé, Beckham, Ronaldo, Zidane, Ronaldinho en innumerables ocasiones se han tomado de manera unilateral la responsabilidad del equipo, y lo han llevado al triunfo ¡afortunadamente! Sin embargo, las individualidades por excelentes que parezcan han traído también resultados desastrosos, dando razón a la teoría al afirmar que en un juego cooperativo el apareamiento de individualidades siempre dará resultados inferiores o iguales al juego en equipo (Hammerstein 2003).

Atrition entre oponentes y dilema del prisionero entre compañeros

En un juego de fútbol se manifiestan de manera simultánea dos características indisolubles: cooperación interna y competencia externa. Dicho de otra manera, es la coexistencia de juegos cooperativos y no-cooperativos. Aunque en teoría cada equipo debería exclusivamente cooperar al interior, se presentan ciertas individualidades, no sólo de los jugadores estrellas. Es importante notar, además,

que la interacción entre dos jugadores de un mismo equipo está representada por el juego bimatrixial del dilema del prisionero, mientras que la interacción entre dos jugadores de distinto equipo está representada por atrition. Esta reflexión es válida, pues, las utilidades de atrition llegan a tener valores negativos, algo totalmente congruente con la realidad, debido a que en ciertas ocasiones producto de la interacción entre dos jugadores de distinto equipo se producen lesiones físicas graves (roturas de piernas, cabeza incluso daños en órganos internos). En la interacción de dos jugadores del mismo equipo, modelizada como dilema del prisionero, la interacción estratégica se reduce simplemente a cooperar o no, sin llegar al grado de la agresión que se manifiesta explícitamente en atrition (ver teoría de juegos en Myerson 1991; Bar-Yam 1997; Boccara 2004; Jiménez y Moya 2005).

Para facilidad de comprensión este artículo se ha estructurado de la siguiente manera: la introducción establece de manera cualitativa los aportes teóricos de la correlación cuántica. La sección cuantitativa, presentada a través del operador entanglement, establece los teoremas necesarios de la correlación como elemento fundamental de la cooperación. Las conclusiones y el apéndice dan una estructura integral a este artículo, pues desde la perspectiva práctica, induce una serie de consejos adecuados para entrenadores y estrategias de un equipo de fútbol.

Cooperación y operador entanglement

Para describir un juego entre dos equipos, se usa estrategias dinámicas, las cuales representan un jugador. Cada par de jugadores definen un subjuego simétrico bimatricial. La interacción entre los dos equipos se da bajo el esquema es estratégico tradicional, en tanto que la interacción entre cada par de estrategias se da bajo un esquema de un juego simétrico bimatricial (dilema del prisionero o atrición). Para los jugadores de un mismo equipo la interacción es tipo dilema del prisionero, mientras que la interacción entre jugadores de un equipo contrario es atrición. Los tradicionales juegos de fútbol, baloncesto, voleyball, en los cuales se manifiestan simultáneamente dos características cooperación interna (entre cada jugador del equipo) y competencia externa (entre los equipos oponentes), obedecen a la formalización aquí presentada, la cual es nueva en la ciencia del fútbol por tres características:

1. No existe en la literatura ninguna analogía totalmente fundamentada, respecto al dilema del prisionero y su interconexión con interacciones entre compañeros, como tampoco, ninguna analogía entre atrición e interacción entre jugadores de equipos contrarios.
2. Por otro lado, la introducción de juegos cuánticos en espacios de Hilbert presenta potencialidades interesantes en fútbol y Teoría de Juegos.
3. Desde una perspectiva causalista, resulta interesante que la cooperación interna aparece de manera natural al introducir el entanglement, por lo tanto, los

modelos aquí presentados tienen cierta complejidad matemática la cual no anula la intuición estratégica y macroeconómica.

Sea $\Gamma = (I, S, v)$ un juego finito bajo la representación estratégica, con I el conjunto de equipos de cardinalidad dos, entonces cada equipo es notado $1, 2 \in I$.

El conjunto S_i de cardinalidad m_i , $m_2 \in \mathbb{N}$ es el conjunto de estrategias puras de cada equipo $i \in I$, $(S_{ij})_{j \in J_i} \in S_i$, $J_i = \{1, \dots, m_i\}$, $S = \prod_{i \in I} S_i$ designa el conjunto de perfiles en estrategia pura para el juego. Con $s \in S$ un elemento de este conjunto. La función $v: S \rightarrow \mathbb{R}^n$ asocia a cada perfil $s \in S$ el vector de utilidades $v(s) = (v_1(s), \dots, v_n(s))$, donde $v_i(s)$ designa la utilidad del equipo i ejecutando el perfil s . Si es permitida la composición de estrategias mixtas entonces tenemos:

$$\Delta(S_i) = \left\{ p_i \in \mathbb{R}^{m_i} : \sum_{j \in J_i} p_{ij} = 1 \right\}$$

Es la extensión del juego a una estrategia mixta para cada equipo $i \in I$.

Notaremos $(p_{ij})_{j \in J_i}$. El conjunto de perfiles en estrategia mixta para el poliedro Δ con $\Delta = \prod_{i \in I} \Delta(S_i)$ y $p \in \Delta$ un punto de Δ , donde $p = (p_{1j}, \dots, p_{nj})$ y $p_i = (p_{i1}, p_{i2}, \dots, p_{in_i})$.

La función $u: \Delta(S) \rightarrow \mathbb{R}^n$ asocia a cada perfil en estrategia mixta, $(p \in \Delta)$ el vector de utilidades esperadas $u(p): \Delta(S) \rightarrow \mathbb{R}^n$ tal que entonces esto sea: $u(p) = (u_1(p, (s_{ij})_{j \in J_1}), \dots, (u_1(p, (s_{ij})_{j \in J_1}), \dots, (u_n(p, (s_{ij})_{j \in J_n})))$ donde $J_i =$

$\{1, \dots, m_i\}$ e indica la utilidad esperada para el equipo $i \in I$.

Cada $(u_i, (1, p_{-i}, (s_{ij})_{j \in I}), \dots, u_i(m_i, p_{-i}, (s_{ij})_{j \in I}))$ representa las preferencias de los equipos $i \in I$. La tripleta (I, Δ, \bar{u}) designa la extensión del juego Γ a estrategia mixta.

Si la función de pago o utilidad es definida por $u_i(p) = \sum_{s \in S} p(s) u_i(s)$, donde

$p(s) = \prod_{i \in I} p_i(s_i)$ y si $p = (p_1, \dots, p_n) \in \Delta$, entonces se obtiene el equilibrio de Nash competitivo, si y solamente si, para cada equipo $i \in I$, y para todo $p_i \in \Delta(S_i)$, se mantiene la siguiente desigualdad $\bar{u}(p^*) \geq \bar{u}(p, p_{-i}^*)$, donde p^* es una estrategia óptima.

Un sub juego cuántico de dos jugadores (estrategias) puede representarse como $\Gamma = (H, \rho, S_A, S_B, p_A, p_B)$ donde H es el espacio de Hilbert definido por los dos jugadores, ρ es la matriz de densidad, S_A, S_B los espacios de estrategias accesibles a cada uno de los jugadores y p_A, p_B los funcionales de utilidad respectivos. Una estrategia cuántica es una operación cuántica, Eisert J; M Wilkens and Lewenstein (1999).

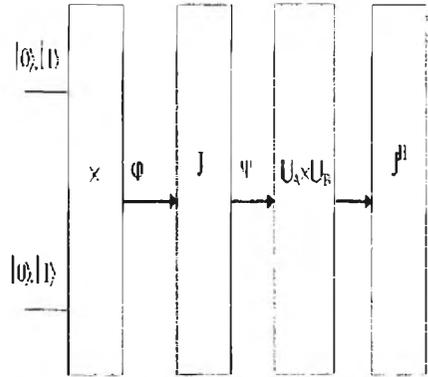


Figura 1. Proceso de Correlación

En la etapa inicial del juego los dos jugadores se encuentran no correlacionados en cualquiera de los cuatro estados iniciales $|00\rangle, |11\rangle, |01\rangle, |10\rangle$. Se aplica el operador de entanglement $J = \exp(i\frac{\gamma}{2} D \otimes D)$ a los dos jugadores.

Este operador correlaciona o pone en entanglement las estrategias de los jugadores, dando como resultado, uno de los cuatros estados de máximo entanglement $|\Psi_{CC}\rangle, |\Psi_{CD}\rangle, |\Psi_{DC}\rangle, |\Psi_{DD}\rangle$.

El máximo entanglement se obtiene para $\gamma = (\pi/2)$, en tanto que no-entanglement es cuando $\gamma = 0$. Al menos desde el punto de vista teórico, existen varias formas de obtener jugadores en entanglement $J = \exp(i\frac{\gamma}{2} U_A \otimes U_B)$, sin perder generalidad y con el objeto de facilitar la explicación hemos seleccionado $U_A \otimes U_B = D \otimes D$, donde la matriz D es un caso particular del operador de evolución

$$D = U(\pi) \begin{pmatrix} 0 & 1 \\ -1 & 0 \end{pmatrix}$$

Definición 1: Estados Iniciales. Estos estados se obtienen como el producto tensorial de los vectores⁵ $|0\rangle$ y $|1\rangle$.

Sea la función de estado inicial construida como la superposición lineal de los estados fundamentales.

$$|\varphi\rangle = \alpha_1|00\rangle + \alpha_2|01\rangle + \alpha_3|10\rangle + \alpha_4|11\rangle \quad (1)$$

Donde la probabilidad de obtener el estado $|00\rangle$ es $|\alpha_1|^2$, de igual manera para los otros estados $|\alpha_2|^2, |\alpha_3|^2, |\alpha_4|^2$.

Definición 2: Operador de Entanglement J. Este operador permite correlacionar o poner en máximo entanglement las estrategias de cada jugador.

$$J = \exp\left(i\frac{\pi}{4}D \otimes D\right)$$

$$J = \frac{1}{\sqrt{2}} \begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 & i \\ 0 & 1 & -i & 0 \\ 0 & -i & 1 & 0 \\ i & 0 & 0 & 1 \end{pmatrix} \quad (2)$$

Si a la función de onda inicial le aplicamos un operador de entanglement tenemos:

$$|\psi\rangle = J|\varphi\rangle$$

$$|\psi\rangle = \alpha_1 J|00\rangle + \alpha_2 J|01\rangle + \alpha_3 J|10\rangle + \alpha_4 J|11\rangle \quad (3)$$

$$|\psi\rangle = \alpha_1 |\psi_{CC}\rangle + \alpha_2 |\psi_{CD}\rangle + \alpha_3 |\psi_{DC}\rangle + \alpha_4 |\psi_{DD}\rangle$$

Definición 3: Sistema de Referencia de Entanglement. Llamaremos sistema de referencia en entanglement al sistema formado por los siguientes vectores.

	C	A
	q	1-q
C	p, $\frac{v}{2}, \frac{v}{2}$	0, v
A	1-p, v, 0	$\frac{v}{2}-c, \frac{v}{2}-c$

Donde V representa beneficio y C representa costos que se distribuyen en un conflicto, quién gana el conflicto es el de mayor relación beneficio /costo. Para el Caso del Dilema del Prisionero $V = 6, C=3$, existe un equilibrio de conflicto en estrategia pura ($p = 0, q = 0$) y no existe un equilibrio en estrategia mixta. Para el caso de Attrition $V=2, C=2$ se tiene dos equilibrios en estrategia pura ($p = 0, q = 1$) ($p = 1, q = 0$) y un equilibrio en estrategia mixta ($p = \frac{1}{2}, q = \frac{1}{2}$).

El teorema sobre el operador entanglement que a continuación se demuestra, es el eje del trabajo desarrollado no solo por presentar una explicación formal de las intuiciones de los estrategas del fútbol (comentadores, entrenadores, jugadores) sino también por hacer evidente la existencia de una nueva característica al interior de un juego de fútbol -la cooperación a través de la potenciación y el uso del entanglement- entendido como la capacidad de diseñar, coordinar y ejecutar jugadas de laboratorio de manera natural.

⁵ Nótese que hemos utilizado

$$|0\rangle = \begin{pmatrix} 0 \\ 1 \end{pmatrix}; |1\rangle = \begin{pmatrix} 1 \\ 0 \end{pmatrix}$$

$$|\alpha\rangle = |0\rangle \otimes |0\rangle = \begin{pmatrix} 1 \\ 0 \end{pmatrix} * \begin{pmatrix} 1 \\ 0 \end{pmatrix}$$

Teorema 1. El operador de entanglement aplicado a un juego simétrico, jamás reduce el valor de la probabilidad de cooperación p .

Prueba. Primero, escribamos las equivalencias entre las probabilidades clásicas y las cuánticas de un juego no-entanglement:

$$\begin{aligned} |\alpha_1|^2 &= p^2, |\alpha_2|^2 = |\alpha_3|^2 = (1-p)p, \\ |\alpha_4|^2 &= (1-p)^2. \end{aligned}$$

La cooperación es factible si y solamente si p aumenta. Para el juego simétrico que estamos analizando $p = q$, tenemos una función de estado en máximo entanglement $|\psi\rangle$ y la otra en no-entanglement $|\varphi\rangle$.

Después de realizar algunas operaciones sobre la función $|\varphi\rangle$ se tiene:

$$|\varphi\rangle = \alpha_1|00\rangle + \alpha_2|01\rangle + \alpha_3|10\rangle + \alpha_4|11\rangle \quad (5)$$

$$|\psi\rangle = \alpha_1J|00\rangle + \alpha_2J|01\rangle + \alpha_3J|10\rangle + \alpha_4J|11\rangle \quad (6)$$

$$\begin{aligned} |\psi\rangle &= \frac{(\alpha_1 + i\alpha_2)}{\sqrt{2}}|00\rangle + \frac{(\alpha_3 + i\alpha_4)}{\sqrt{2}}|01\rangle + \\ &\frac{(\alpha_1 + i\alpha_2)}{\sqrt{2}}|10\rangle + \frac{(\alpha_3 + i\alpha_4)}{\sqrt{2}}|11\rangle \end{aligned} \quad (7)$$

En el caso cooperativo $|00\rangle$, la probabilidad de obtener cooperación para jugadores en entanglement es $\frac{|\alpha_1|^2 + |\alpha_2|^2}{2}$

Observación 1. Aplicando el teorema anterior al juego del Dilema del Prisionero,

se puede observar que el entanglement siempre aumenta la probabilidad de cooperación, que inicialmente era $p=0$ hasta el valor $p = \frac{|\alpha_1|^2 + |\alpha_2|^2}{2} = \frac{1}{2} > 0$. Pues el equilibrio en estrategia pura ($p=0, q=0$) elimina la cooperación y privilegia la competencia.

Observación 2. En el juego de atrition, la probabilidad de cooperación inicial de $p=\frac{1}{2}$ permanece invariante frente al operador de entanglement.

De manera general, luego de aplicar el operador de evolución a la función $|\psi\rangle$ obtenemos $U_A \otimes U_B |\psi\rangle$. Tomemos en consideración que el operador U_A actúa sobre el jugador A mientras el operador U_B sobre el jugador B. Notemos que para un caso particular el operador de evolución $C = U(\theta) = \begin{pmatrix} 1 & 0 \\ 0 & 1 \end{pmatrix}$

$$\text{y } D = U(\pi) = \begin{pmatrix} 0 & 1 \\ -1 & 0 \end{pmatrix}$$

$$\begin{aligned} (U_A \otimes U_B)|\psi\rangle &= \alpha_1(U_A \otimes U_B)J|00\rangle + \\ &\alpha_2(U_A \otimes U_B)J|01\rangle + \alpha_3(U_A \otimes U_B)J|10\rangle + \\ &\alpha_4(U_A \otimes U_B)J|11\rangle \end{aligned} \quad (9)$$

$$\begin{aligned} U(\theta) &= \begin{pmatrix} \cos(\theta/2) & \sin(\theta/2) \\ -\sin(\theta/2) & \cos(\theta/2) \end{pmatrix} \\ U(\varphi) &= \begin{pmatrix} \cos(\varphi/2) & \sin(\varphi/2) \\ -\sin(\varphi/2) & \cos(\varphi/2) \end{pmatrix} \end{aligned}$$

La matriz de densidad general en entanglement se construye de la siguiente forma:

$$\begin{aligned} \rho(t) &= (U_A \otimes U_B) |\psi\rangle\langle\psi| (U_A \otimes U_B)^H \\ &= (U_A \otimes U_B) J |\phi\rangle\langle\phi| J^H (U_A \otimes U_B)^H \end{aligned} \quad (10)$$

Para el caso que los vectores no se encuentren en entanglement

$$U(\varphi) \otimes U(\theta) = \begin{pmatrix} \cos(\varphi/2)\cos(\theta/2) & \sin(\varphi/2)\cos(\theta/2) \\ -\sin(\varphi/2)\cos(\theta/2) & \cos(\varphi/2)\cos(\theta/2) \\ -\cos(\varphi/2)\sin(\theta/2) & -\sin(\varphi/2)\sin(\theta/2) \\ \sin(\varphi/2)\sin(\theta/2) & -\cos(\varphi/2)\sin(\theta/2) \end{pmatrix}$$

$$\begin{pmatrix} \cos(\varphi/2)\sin(\theta/2) & \sin(\varphi/2)\sin(\theta/2) \\ -\sin(\varphi/2)\sin(\theta/2) & \cos(\varphi/2)\sin(\theta/2) \\ \cos(\varphi/2)\cos(\theta/2) & \sin(\varphi/2)\cos(\theta/2) \\ -\sin(\varphi/2)\cos(\theta/2) & \cos(\varphi/2)\cos(\theta/2) \end{pmatrix}$$

$$\rho(t) = (U_A \otimes U_B) |\phi\rangle\langle\phi| (U_A \otimes U_B)^H \quad (11)$$

Valc la pena notar que si las matrices $|\psi\rangle\langle\psi|$ y $|\phi\rangle\langle\phi|$ están relacionados bajo una transformación unitaria J , tal que $J|\phi\rangle\langle\phi|J^H = |\psi\rangle\langle\psi|$ entonces las matrices $|\psi\rangle\langle\psi|$ y $|\phi\rangle\langle\phi|$ tienen los mismos valores propios y la misma ecuación característica, Ben Noble, (1969: 312). Es evidente que la transformación $J = \exp(i\gamma D \otimes D/2)$, es unitaria, además.

$$|\phi\rangle\langle\phi| = J^H |\psi\rangle\langle\psi| J \quad (12)$$

Definición 6 La matriz $J = \exp(i\gamma D \otimes D/2)$ es unitaria, pues es evidente verificar que $J^H J = J J^H = 1$.

Definición 7 Si existe una matriz J tal que $J^H |\psi\rangle\langle\psi| J = |\phi\rangle\langle\phi|$, la matriz $|\phi\rangle\langle\phi|$ está relacionada a la matriz $|\psi\rangle\langle\psi|$ por medio de una transformación unitaria.

La relación existente entre las matrices $|\phi\rangle\langle\phi|$ y $|\psi\rangle\langle\psi|$ no es más que la aplicación de un concepto básico del Álgebra Lineal. Una vez más nos damos cuenta que los fundamentos, son los elementos esenciales de toda teoría

Teorema 2 Si la matriz $|\phi\rangle\langle\phi|$ está relacionada con la matriz $|\psi\rangle\langle\psi|$ por medio de una transformación unitaria entonces $|\psi\rangle\langle\psi|$ y $|\phi\rangle\langle\phi|$ tienen los mismos valores propios y la misma ecuación característica.

Prueba Si J es unitaria, entonces $J^H J = 1$ y $\det J^H \det J = 1$. Si $J^H |\psi\rangle\langle\psi| J = |\phi\rangle\langle\phi|$, entonces:

$$\begin{aligned} \det(|\phi\rangle\langle\phi| - \lambda I) &= \det(J^H |\psi\rangle\langle\psi| J - \lambda I) \\ &= \det J^H \det(|\psi\rangle\langle\psi| - \lambda I) \det J \\ &= \det J^H \det(|\psi\rangle\langle\psi| - \lambda I) \det J \\ &= \det(|\psi\rangle\langle\psi| - \lambda I) \end{aligned} \quad (13)$$

Con lo cual ψ y φ tienen los mismos valores propios y la misma ecuación característica.

Con el teorema anterior estamos en condiciones de realizar todos nuestros análisis en función de la base ortogonal construida por $|00\rangle, |01\rangle, |10\rangle, |11\rangle$.

Es interesante notar que si tomo como punto de partida los jugadores no-entanglement el operador de evolución está dado por $(U_A \otimes U_B)U$, y la base ortogonal por $|00\rangle, |01\rangle, |10\rangle, |11\rangle$, en tanto que si tomo como punto de partida los jugadores entanglement, el operador de evolución es simplemente $(U_A \otimes U_B)$, y la base de vectores es $|\psi_{cc}\rangle, |\psi_{cd}\rangle, |\psi_{dc}\rangle, |\psi_{dd}\rangle$.

La definición del valor esperado del operador entanglement, está totalmente relacionado con la utilidad de Von Neuman, pues las diferentes trazas parciales son equivalentes a las probabilidades a posteriori, noción fundamental del análisis bayesiano en Teoría de Juegos.

Definición 8 El valor esperado de un operador, tal como la utilidad A se obtiene como:

$$\begin{aligned} \langle A \rangle(t) &= T_z \left\{ \sum_{k=1}^4 a_k \Pi_k \rho(t) \right\} \quad (14) \\ &= A_{cc} T_z \{ X \rho(t) \} + A_{cd} T_z \{ Y \rho(t) \} + \\ &A_{dc} T_z \{ Z \rho(t) \} + A_{dd} T_z \{ T \rho(t) \} \end{aligned}$$

Donde los operadores de Krauss $\Pi_n \in \{X, Y, Z, T\}$ están definidos por: $X = |00\rangle\langle 00|$; $Y = |01\rangle\langle 01|$; $Z = |10\rangle\langle 10|$; $T = |11\rangle\langle 11|$ en la base original (no-entanglement) y como $X = |\psi_{cc}\rangle\langle \psi_{cc}|$; $Y = |\psi_{cd}\rangle\langle \psi_{cd}|$; $Z = |\psi_{dc}\rangle\langle \psi_{dc}|$; $T = |\psi_{dd}\rangle\langle \psi_{dd}|$, en la base de máximo entanglement.

El símbolo $T_z \{ X \rho(t) \}$, se lee como traza de la matriz $X \rho(t)$.

Sean las siguientes funciones de onda para un juego equiprobable:

$$\begin{aligned} |\phi\rangle &= \frac{1}{4} (|00\rangle + |01\rangle + |10\rangle + |11\rangle) \\ |\phi\rangle &= \frac{1+i}{4\sqrt{2}} |00\rangle + \frac{1-i}{4\sqrt{2}} |01\rangle + \\ &\frac{1-i}{4\sqrt{2}} |10\rangle + \frac{1+i}{4\sqrt{2}} |11\rangle \end{aligned} \quad (15)$$

Solo a manera de ejercicio es útil verificar que las matrices ψ y φ

$$\begin{aligned} |\phi\rangle\langle \phi| &= \frac{1}{16} \begin{pmatrix} 1 & 1 & 1 & 1 \\ 1 & 1 & 1 & 1 \\ 1 & 1 & 1 & 1 \\ 1 & 1 & 1 & 1 \end{pmatrix} \\ |\phi\rangle\langle \phi| &= \frac{1}{16} \begin{pmatrix} 1 & i & i & 1 \\ -i & 1 & 1 & -i \\ -i & 1 & 1 & -i \\ 1 & i & i & 1 \end{pmatrix} \end{aligned}$$

φ φ tienen la misma ecuación característica ($\lambda^4 - 4\lambda^2 = 0$) y por lo tanto los mismos valores propios .

Es importante notar que con las dos bases de vectores podemos encontrar los valores esperados de utilidad. En especial, miremos la simetría existente entre las trazas parciales del operador densidad. Nótese que para facilidad de cálculo

$$U = U_A \otimes U_B \text{ y } V = U^H .$$

Utilizando los proyectores $X = |00\rangle\langle 00|$; $Y = |01\rangle\langle 01|$; $Z = |10\rangle\langle 10|$; $T = |11\rangle\langle 11|$ las trazas parciales para las matrices $|\psi\rangle\langle\psi|$ y φ φ son:

$$T_z\{XU|\psi\rangle\langle\psi|V\} = \frac{1}{4}\sin\frac{1}{2}\psi\cos\frac{1}{2}\theta\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{16}$$

$$T_z\{YU|\psi\rangle\langle\psi|V\} = -\frac{1}{4}\sin\frac{1}{2}\psi\cos\frac{1}{2}\theta\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{16}$$

$$T_z\{ZU|\psi\rangle\langle\psi|V\} = -\frac{1}{4}\sin\frac{1}{2}\psi\cos\frac{1}{2}\theta\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{16}$$

$$T_z\{TU|\psi\rangle\langle\psi|V\} = \frac{1}{4}\sin\frac{1}{2}\psi\cos\frac{1}{2}\theta\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{16}$$

$$T_z\{XU|\psi\rangle\langle\psi|V\} = \frac{1}{4}\sin\frac{1}{2}\psi\cos\frac{1}{2}\theta\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{8}\cos\frac{1}{2}\theta\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{8}\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{16}$$

$$T_z\{YU|\psi\rangle\langle\psi|V\} = \frac{1}{8}\cos\frac{1}{2}\theta\sin\frac{1}{2}\theta - \frac{1}{8}\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\psi - \frac{1}{4}\sin\frac{1}{2}\psi\cos\frac{1}{2}\theta\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{16}$$

$$T_z\{ZU|\psi\rangle\langle\psi|V\} = -\frac{1}{8}\cos\frac{1}{2}\theta\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{8}\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\psi - \frac{1}{4}\sin\frac{1}{2}\psi\cos\frac{1}{2}\theta\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{16}$$

$$T_z\{TU|\psi\rangle\langle\psi|V\} = -\frac{1}{8}\cos\frac{1}{2}\theta\sin\frac{1}{2}\theta - \frac{1}{8}\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\psi + \frac{1}{4}\sin\frac{1}{2}\psi\cos\frac{1}{2}\theta\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{16}$$

Utilizando los proyectores $X = |\psi_{CC}\rangle\langle\psi_{CC}|$; $Y = |\psi_{CD}\rangle\langle\psi_{CD}|$; $Z = |\psi_{DC}\rangle\langle\psi_{DC}|$; $T = |\psi_{DD}\rangle\langle\psi_{DD}|$, las trazas parciales para las matrices $|\psi\rangle\langle\psi|$ y φ φ son:

$$T_z\{XU|\psi\rangle\langle\psi|V\} = \frac{1}{4}\sin\frac{1}{2}\psi\cos\frac{1}{2}\theta\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{8}\cos\frac{1}{2}\theta\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{8}\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{16}$$

$$T_z\{YU|\psi\rangle\langle\psi|V\} = \frac{1}{8}\cos\frac{1}{2}\theta\sin\frac{1}{2}\theta - \frac{1}{8}\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\psi - \frac{1}{4}\sin\frac{1}{2}\psi\cos\frac{1}{2}\theta\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{16}$$

$$T_z\{ZU|\psi\rangle\langle\psi|V\} = -\frac{1}{8}\cos\frac{1}{2}\theta\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{8}\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\psi - \frac{1}{4}\sin\frac{1}{2}\psi\cos\frac{1}{2}\theta\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{16}$$

$$T_z\{TU|\psi\rangle\langle\psi|V\} = \frac{1}{8}\cos\frac{1}{2}\theta\sin\frac{1}{2}\theta - \frac{1}{8}\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\psi + \frac{1}{4}\sin\frac{1}{2}\psi\cos\frac{1}{2}\theta\cos\frac{1}{2}\psi\sin\frac{1}{2}\theta + \frac{1}{16}$$

$$T_z \{ VL |\psi\rangle\langle\psi| I^z \} = \frac{1}{4} \sin \frac{1}{2} \psi \cos \frac{1}{2} \theta \cos \frac{1}{2} \psi \sin \frac{1}{2} \theta + \frac{1}{16}$$

$$T_z \{ VL |\psi\rangle\langle\psi| I^x \} = -\frac{1}{4} \sin \frac{1}{2} \psi \cos \frac{1}{2} \theta \cos \frac{1}{2} \psi \sin \frac{1}{2} \theta + \frac{1}{16}$$

$$T_z \{ VL |\psi\rangle\langle\psi| I^y \} = -\frac{1}{4} \sin \frac{1}{2} \psi \cos \frac{1}{2} \theta \cos \frac{1}{2} \psi \sin \frac{1}{2} \theta - \frac{1}{16}$$

$$T_z \{ VL |\psi\rangle\langle\psi| I^z \} = \frac{1}{4} \sin \frac{1}{2} \psi \cos \frac{1}{2} \theta \cos \frac{1}{2} \psi \sin \frac{1}{2} \theta + \frac{1}{16}$$

Al obtener la total equivalencia de resultados, al utilizar la descomposición de $|\psi\rangle\langle\psi|$ y $\varphi \varphi$, al encontrar los valores esperados y las trazas parciales de las matrices de las funciones de estado, una vez más se verifica que los conceptos de la Mecánica Cuántica utilizados, son por demás adecuados a la formulación de la correspondencia de estrategias y jugadores.

Apéndice

Se ha demostrado que el fútbol es un deporte donde se manifiestan varias acciones de distinta naturaleza: cooperativas, competitivas y cooperativas /competitivas. Cuando un equipo de fútbol lidera un partido y está en sus pies el balón, entonces las acciones que se dan son cooperación interna para intentar hacer gol y competencia externa para evitar perder el balón. Si un equipo de fútbol no tiene enraizada la cooperación, entonces lograr el objetivo mayor, hacer goles, es improbable.

Es totalmente innovador representar un juego de fútbol utilizando el Instrumental de la teoría de juegos. Sin embar-

go, se introducen elementos nuevos tales como cooperación interna y competencia externa, de manera simultánea. Dicho de otra manera es la coexistencia de juegos cooperativos y no-cooperativos, aunque en teoría, cada equipo solamente manipule uno de ellos en un instante de tiempo.

Es importante notar, además, que la interacción entre dos jugadores de un mismo equipo está representada por el juego bimatrixial del dilema del prisionero, mientras que la interacción entre dos jugadores de distinto equipo está representada por atrition. Esta reflexión es válida, pues, las utilidades de atrition llegan a tener valores negativos, algo totalmente congruente con la realidad, debido a que en ciertas ocasiones producto de la interacción entre dos jugadores de distinto equipo se producen lesiones físicas graves (roturas de piernas, cabeza incluso daños en órganos internos).

En la interacción de dos jugadores del mismo equipo, modelizada como dilema del prisionero, la decisión ejecutada es simplemente cooperar o no, sin llegar al grado de la agresión que se manifiesta explícitamente en atrition.

Apéndice

Bases de Vectores

Sea una base ortogonal construida sin entanglement, de la siguiente forma:

$$\begin{aligned}
 |00\rangle &= |0\rangle \otimes |0\rangle = \begin{pmatrix} 1 \\ 0 \\ 0 \\ 0 \end{pmatrix}; & |01\rangle &= |0\rangle \otimes |1\rangle = \begin{pmatrix} 0 \\ 1 \\ 0 \\ 0 \end{pmatrix}; \\
 |10\rangle &= |1\rangle \otimes |0\rangle = \begin{pmatrix} 0 \\ 0 \\ 1 \\ 0 \end{pmatrix}; & |11\rangle &= |1\rangle \otimes |1\rangle = \begin{pmatrix} 0 \\ 0 \\ 0 \\ 1 \end{pmatrix};
 \end{aligned}$$

Los respectivos operadores de Krauss de la base son:

$$\begin{aligned}
 X &= \begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 \end{pmatrix} = |00\rangle\langle 00| & Y &= \begin{pmatrix} 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 1 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 \end{pmatrix} = |01\rangle\langle 01| \\
 Z &= \begin{pmatrix} 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 1 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 \end{pmatrix} = |10\rangle\langle 10| & I &= \begin{pmatrix} 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 1 \end{pmatrix} = |11\rangle\langle 11|
 \end{aligned}$$

La base construida por los vectores entanglement es:

$$\begin{aligned}
 |\psi_{00}\rangle &= \frac{1}{\sqrt{2}}(|00\rangle + |11\rangle) = \frac{1}{\sqrt{2}} \begin{pmatrix} 1 \\ 0 \\ 0 \\ 1 \end{pmatrix} = |\psi_{00}\rangle \\
 |\psi_{01}\rangle &= \frac{1}{\sqrt{2}}(|01\rangle - i|10\rangle) = \frac{1}{\sqrt{2}} \begin{pmatrix} 0 \\ 1 \\ -i \\ 0 \end{pmatrix}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 |\psi_{00}\rangle &= \frac{1}{\sqrt{2}}(|10\rangle - i|01\rangle) = \frac{1}{\sqrt{2}} \begin{pmatrix} 0 \\ -i \\ 1 \\ 0 \end{pmatrix} = |\psi_{00}\rangle \\
 &= \frac{1}{\sqrt{2}}(|11\rangle + i|00\rangle) = \frac{1}{\sqrt{2}} \begin{pmatrix} 1 \\ 0 \\ 0 \\ i \end{pmatrix}
 \end{aligned}$$

Los operadores de Krauss de la base en entanglement son:

$$\begin{aligned}
 X &= \frac{1}{2} \begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 & -i \\ 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 \\ i & 0 & 0 & 1 \end{pmatrix} = |\psi_{00}\rangle\langle\psi_{00}| \\
 Y &= \frac{1}{2} \begin{pmatrix} 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 1 & i & 0 \\ 0 & -i & 1 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 \end{pmatrix} = |\psi_{01}\rangle\langle\psi_{01}| \\
 Z &= \frac{1}{2} \begin{pmatrix} 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 1 & -i & 0 \\ 0 & i & 1 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 \end{pmatrix} = |\psi_{00}\rangle\langle\psi_{00}| \\
 T &= \frac{1}{2} \begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 & i \\ 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 \\ i & 0 & 0 & 1 \end{pmatrix} = |\psi_{00}\rangle\langle\psi_{00}|
 \end{aligned}$$

Es sumamente fácil verificar que para las dos bases se cumple:

$$\begin{aligned}
 XX^H &\neq 0; \quad YY^H \neq 0, \quad ZZ^H \neq 0, \quad TT^H \neq 0, \\
 XY^H &= XZ^H = XT^H = YZ^H = YT^H = ZT^H = 0
 \end{aligned}$$

Bibliografía citada

- Bar-Yam, Y (1997). *Dynamics of Complex Systems*. Massachusetts: Addison-Wesley, Reading, Massachusetts.
- Boccara, N (2004). *Modeling Complex Systems*. Heidelberg: Springer-Verlag, Heidelberg.
- Einstein, A, Podolsky, B and Rosen, N. (1935). *Phys. Rev.* 47, 777.
- Eisert J; M Wilkens and Lewenstein (1999) *Quantum Games and Quantum Strategies*, *Phys. Rev. Lett.* 83, 307-3080.
- Hammerstein, P, Ed (2003). *Genetic and cultural evolution of cooperation*, MIT Press.
- Jiménez, E and Moya, D (2005.) *Econophysics: from game theory and information theory to quantum mechanics*. *Physica A*, 348C pp 505-543.
- Meyer P.A (1995). *Quantum probability for probabilities*. *Lecture Notes in Mathematics* 1538. Springer-Verlag, Berlin.
- Myerson, R. (1991). *Game theory analysis of conflict*. Massachusetts: Harvard University Press.
- Noble, Ben (1969). *Applied Linear Algebra*. New Jersey: Prentice Hall.

Bibliografía consultada

- Aumann, R. J. (1987). *Correlated Equilibria as an Expression of Bayesian Rationality*. *Econometrica* 55:1-18.
- Bouwmeester, D, Eckert, A and Zeilinger, A (2001). *The Physics of Quantum Information*, Springer-Verlag, London, UK.
- Braunstein, S (1999). *Quantum Computing*, Wiley-Vch, Weinheim, Germany.
- Hirvensalo, M (2001). *Quantum Computing*, Springer-Verlag, Berlin.
- Jara, C. J. (2001). *As Dimensoes Intangíveis do desenvolvimento Sustentável*, IICA, Octubre.
- Jiménez, E.H (2003a). *Quantum Games and Minimum Entropy*. *Lecture Notes in Computer Science* 2669, p 216-225. Springer, Canada.
- Jiménez, E.H (2003b). "Quantum Games: Mixed Strategy Nash's Equilibrium Represents Minimum Entropy", *Journal of Entropy*, Vol 5, Issue 4, 313-347.
- Machiavello, C, Palma, G and Zeilinger, A (2000). *Quantum Computation and Quantum Information Theory*. World Scientific, London, UK.
- Nielsen, M and Chuang, I (2000). *Quantum Computation and Quantum Information*. Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom.
- Palomino, F et al. (2000). *Skill, Strategy, and Passion: an Empirical Analysis of Soccer*. <http://ideas.repec.org/p/ecn/wes2000/1822.html>.



El Comercio

¡O rei futbol!

Un análisis desde la economía institucional

Macarena Bustamante

Introducción

El fútbol es el deporte más popular de nuestro país, y la pasión que genera en el mundo es incomparable con ningún otro deporte. Como bien señala Dávila, sólo el fútbol es capaz de concitar la atención casi total del mundo durante algo más de treinta días, sin importar guerras, desastres, o escándalos. Al mundial no hay evento que le quite su protagonismo. No se le interpone ni lo trascendente, ni lo importante; ni lo absurdo, ni lo nimio; ni los dramas de la realidad: la pobreza, la marginación, la violencia (Dávila 1998: 76-77).

Es curiosa la popularidad alcanzada por el fútbol si consideramos que el número de tantos marcados suele ser bastante más escaso que en otros deportes. Además, el tiempo de contacto de cada jugador con el balón es sorprendentemente corto con relación a la duración total de un partido: en promedio apenas 2 minutos por jugador en un total de 50 contactos (Jaschok y Witt en Bauer 1990: 11). Eso se deriva, a más de la dificultad de dominar el balón con los pies, al hecho de que el campo de acción disponible para cada jugador es muy alta:

324 metros cuadrados, es decir 9 veces mayor que en el básquetbol y 24 más que en el voleibol (Bauer 1990:11).

Muchos aseguran que una de las claves para que el fútbol sea un deporte tan popular es su simple idea de juego: marcar e impedir que se marquen goles sin utilizar las manos. Sin embargo, esta idea simple está regida por un conjunto de normas que limitan las opciones para alcanzar el objetivo. Se requiere de dos equipos con igual número de jugadores, y uno de ellos es el portero. El equipo vencedor es aquel que, pasado el tiempo acordado, consigue colocar el balón en la portería contraria más veces que el adversario. El balón no puede ser jugado con la mano, con excepción del portero dentro del área de penalti. (Bauer 1990:11). Obviamente las reglas han cambiado o han ido introduciéndose otras nuevas. Hoy un equipo se compone por once jugadores en la cancha, en sus inicios en 1846, entre 15 a 20 jugadores podían jugar por cada equipo y no

1 Se realizó una investigación durante partidos de la liga alemana y se determinó que el contacto máximo por un jugador es de apenas de 3:50 min. en 92 contactos, y el mínimo 0:20 min. en 12 contactos.

fue sino hasta 1879 cuando se definieron los once jugadores base.

En sus orígenes más lejanos el fútbol formaba parte del rugby y, es en 1863 cuando ambos deportes se independizan. Progresivamente se fueron incorporando normativas como el saque de esquina y el tiro libre. En 1871 se prohíbe a todos los jugadores parar el balón con la mano, y un año más tarde se le permite exclusivamente al arquero utilizar la mano en toda su mitad de cancha.² Recién en 1877 se estandariza y edita un reglamento y cinco años más tarde se funda la autoridad internacional de asuntos relacionados con el reglamento equivalente a la actual "International Board".

Finalmente en 1885 se permite oficialmente pagar a los jugadores, profesionalizándose el deporte. A partir de allí se creó la Fédération Internationale de Football Association (FIFA) conformada por las federaciones nacionales y se establecieron formalmente las instituciones y organismos del fútbol.

Con la profesionalización del deporte se ha dado pie a que el marco institucional del fútbol supere los límites físicos y temporales de la cancha de juego, y se extiendan hacia los diferentes agentes y estructuras como son los clubes, los jugadores, los socios, auspiciantes, etc. En el

fútbol moderno, de hecho, es fácil encontrar estructuras imperfectas e incluso monopolísticas en ciertos casos, que evitan la presencia de muchos competidores, donde hay barreras para la entrada y salida libre del mercado y existen competidores que controlan precios o volúmenes, en los que se aplican diferentes tipos de arreglos institucionales entre clubes, jugadores y organismos normativos en función de los diferentes objetivos deportivos y extradeportivos que persiguen.

La institucionalidad del fútbol

Las instituciones son las leyes, reglas, hábitos, tradiciones, valores morales o hechos culturales, etc. que gobiernan social, económica y políticamente nuestras vidas (Samuels, 1989). En el lenguaje de los economistas, las instituciones definen y limitan el conjunto de elecciones de los individuos (North 1993: 14). En el fondo las elecciones individuales integran las limitaciones que las instituciones imponen a esa elección. La función principal de las instituciones en la sociedad está ligada a reducir la incertidumbre estableciendo estructuras estables, aunque dinámicas en el tiempo, que guíen la interacción humana.

En la historia del fútbol, la constitución de la International Board Association y posteriormente de la FIFA fueron hitos determinantes para la expansión del deporte a escala mundial.

2 Aunque parece casi un dato anecdótico no es sino hasta 1894, en Alemania, cuando se determina que el campo de juego debe estar libre de árboles y arbustos. Y apenas en 1903 se inventa el área de penalti (Bauer 1990:11).

Esto fue clave en la consolidación de un reglamento que permitiera, posteriormente competir entre ligas y naciones en un marco normativo y organizativo común. Bajo esa base se organizan torneos y campeonato a nivel local, regional y mundial defendiendo derechos y obligaciones por parte de los diferentes clubes participantes. Y es esta institucionalidad la que disminuye la incertidumbre vinculada, tanto a la organización de torneos periódicos y sistemáticos, como a los mecanismos de participación de clubes, selecciones e incluso jugadores.

Las instituciones consisten tanto en normas formales como informales. Las reglas informales son códigos de conducta generalmente no escritos que subyacen y complementan a las reglas formales. Son aquellas que son percibidas como correctas o incorrectas por parte de los individuos y están dadas en gran medida por los valores culturales de la sociedad (North 1993: 14).

En el fútbol se manifiestan muchas de esas situaciones. Así, mientras Maradona fue capaz de convertir con la mano de dios un gol, frente a los ingleses en la Copa Mundo 1986 y celebrarlo con toda su nación, en Alemania el delantero Jenker, en cuanto el árbitro señaló una falta penal que podría haber determinado la derrota de su equipo, se acercó al árbitro a hacerlo ratificar su fallo: el partido terminó empatado. La actitud de Jenker fue felicitada por todo su entorno deportivo y por los medios de comuni-



Cuando se ofreció el primer pago de entrada a personas que querían presenciar un acontecimiento deportivo, nació el profesionalismo.
Meisel, W.

cación. Los valores culturales y personales condicionan la movilidad de los jugadores de un club a otro, pues fruto del fanatismo es absolutamente rechazado por parte de las barras que uno de sus jugadores estrella se vaya al club rival.

Los arreglos institucionales en el fútbol

Las reglas y costumbres que constituyen el marco institucional son básicamente fenómenos no-económicos, pero que influyen sobre los arreglos institucionales. Los arreglos institucionales son acuerdos concertados entre agentes o individuos que interactúan y norman su relación. En el deporte se han promovido diferentes tipos de arreglos institucionales, que

Los arreglos institucionales como objeto de estudio de la economía del deporte

Arreglos Institucionales		
Fórmula organizativa	Mecanismo de coordinación	Estructura de estímulo
Hogares	Mercado	Derechos de propiedad
Clubes	Votación democrática	Sistema impositivo
Ofertantes comerciales	Planificación	Seguridad jurídica
Estado		Política económica

Fuente: Heinemann. 1998.

se relacionan con la fórmula organizativa bajo la cual se oferta y se demanda bienes o servicios. En los mecanismos de coordinación resaltan el mercado, la votación democrática y la planificación y, por último, la estructura de estímulos para el comportamiento económico que influye en las decisiones económicas de los individuos en cuanto a los derechos de propiedad, el sistema impositivo y la seguridad jurídica.

La profesionalización del fútbol transformó sustancialmente las instituciones de este deporte. Los jugadores que antes lo practicaban por pura diversión y gusto, ahora perciben una remuneración. Se entabla otra relación con los clubes, los cuales en un esquema amateur se constituyen como oferta para la práctica deportiva con aportes de socios voluntarios. Ahora esos clubes entablan una relación laboral, asumen obligaciones y exigen resultados por parte de los jugadores y cuerpo técnico. Se crean nuevos arreglos institucionales, adquiriendo mayor importancia el financiamiento por parte de auspiciantes.

Como dice Palomino:

“El hecho de cobrar dinero para jugar rompe inexorablemente la idea del fair play: un jugador que vende sus servicios ingresa en un negocio. Para que exista el fútbol como negocio debe existir un mercado en expansión en el que el jugador pueda vender su servicio. Cuando se institucionaliza el profesionalismo, en realidad se trata de un reconocimiento de una práctica social ya bastante difundida en el período previo. Se profundizan cosas que ya se venían produciendo y se redefinen las relaciones entre los diversos actores del fútbol. Emerge aquí un nuevo sujeto contractual: el jugador profesional es ahora un empleado del club, un empleado muy especial, por cierto. Y con esto surgen un montón de interrogantes: si los contratos son por tiempo indeterminado o no, de qué manera se realiza la venta de jugadores, quién tiene el derecho del pase, cómo se establecen las remuneraciones, qué pasa con las “estrellas” del equipo que parecen dotados de

privilegios especiales respecto del promedio de jugadores, etc.”

(Frydenberg y Di Giano, 2000).

La transformación institucional que se produce en el fútbol se fundamenta en una oportunidad de mercado, basada en la grandísima popularidad de este deporte. En torno a él, hoy se han consolidado negocios multimillonarios, donde medios y auspiciantes se han convertido en parte inseparable de las citas mundialistas, el certamen de mayor alcance deportivo a nivel mundial. En Japón-Corea 2002, las 32 naciones competidoras representaban el 84% del PIB mundial, siendo Canadá el único país del G7 en estar ausente (Financial Times). Razón suficiente para atraer la atención de los principales medios y firmas transnacionales. Adidas presupuestó un gasto de \$35 millones como auspiciante de equipos y promociones directas. Pero también de todos los campeonatos locales y regionales que se celebran. Coca Cola gasta anualmente \$15 millones en publicidad durante un año en Inglaterra. (The Guardian en The Globalist 2002).

Ahora Alemania, en medio del estancamiento económico, espera impaciente la llegada del mundial. Según estimaciones oficiales, se espera que la cita mundialista genere un volumen de negocios de 10 mil millones de euros. A nivel macroeconómico, el Mundial 2006 representaría para la economía alemana el 0,5% del PIB. Alrededor de 6.000 millo-

nes de euros serán invertidos en la modernización y construcción de estadios, ampliación de la infraestructura vial, turística y hotelera. Entre 2.000 y 3.000 millones de euros será el efecto sobre el consumo privado. Durante el evento, se calcula que cada visitante dejará en el país entre 800 y 1.000 euros con una estancia promedio de cinco días, lo cual se traducirá en ingresos de unos 1.000 millones de euros por la afluencia de visitantes extranjeros (Deutsche Welle 2005). El efecto del mundial no sólo se refleja en los beneficios de los países anfitriones sino también a los ganadores del mundial. Según Goldman Sachs, desde 1966 los activos de bolsa (stock markets) de países en vía de desarrollo que ganaron la Copa Mundial presentaron un incremento promedio del 9% en los índices global durante ese año.

Las instituciones y los organismos

En medio de las instituciones se crean y constituyen los organismos. Estos incluyen cuerpos políticos, cuerpos económicos, cuerpos sociales u órganos educativos. Las organizaciones son grupos de individuos enlazados por alguna identidad común hacia ciertos objetivos y son creadas para aprovechar las oportunidades del marco institucional. La forma como los organismos cobran vida y evolucionan, está determinada por las propias instituciones, pero a su vez, éstos son capaces de influenciar en la forma en que



Diego Fullero - El Comercio

Las selecciones nacionales sólo interesan a naciones-mercados de exportación de jugadores de fútbol, porque el equipo patrio se convierte en un catálogo de novedades. *Manuel Vásquez Montalbán*

evoluciona el marco institucional, en una interacción continua. (North 1993: 15). Sin embargo, en las instituciones quienes crean las normas son quienes tienen poder y ello responde a una estructura definida por los intereses particulares.

La FIFA que se constituye en el máximo ente rector del fútbol en la actualidad se fundó en 1904. Se trata de la primera organización en integrar federaciones a nivel internacional en medio del auge de nacionalismo europeo (Villena s/f). La FIFA, como el mayor organismo internacional de fútbol, convoca a un total de 204 países miembros, superando

incluso a las Naciones Unidas. La FIFA, con la misión de organizar torneos y competencias, especialmente de selecciones nacionales, para impulsar el desarrollo del juego, se ha convertido en un organismo poderoso y en un gran negocio.

“Cada cuatro años la FIFA duplica su presupuesto, alcanzando en 2000 un presupuesto de 1.580 millones de francos suizos. Aproximadamente, menos de 1.000 millones de dólares para atención de lo que es su gasto corriente; de ahí unos 500 millones de francos suizos son gastos que se supone la FIFA recicla hacia los países

miembros para que promuevan el desarrollo del deporte”

(La Insignia, 2002).

La FIFA posee el monopolio sobre los derechos de transmisión de todos los campeonatos de selecciones. La venta de los derechos de transmisión y retransmisión representa aproximadamente el 70% del presupuesto de un mundial. En 1996, el grupo mediático alemán Kirch³ pago más de 950 millones de euros (\$890 millones) por los derechos europeos de transmisión por los campeonatos del 2002 y 2006 (Associated Press en *The Globalist* 2002).

Sin embargo, hoy vivimos una confrontación entre dos instancias claves del fútbol: la FIFA y el G14, grupo constituido por los 18 clubes más poderosos de Europa, poniendo en riesgo la institucionalidad internacional del fútbol. El G14 reclama que ellos no pueden disponer de sus jugadores, especialmente aquellos de otros continentes, para presentarse a eventos y partidos organizados por la FIFA, muchos de ellos sin trascendencia deportiva sino con un carácter comercial. Y argumentan que si la FIFA, y las selecciones, quiere disponer de sus jugadores ellos deberían ser indemnizados, ya que en la actualidad los clubes son los que

realizan las inversiones en los jugadores y asumen los riesgos intrínsecos de la competencia, tales como las lesiones.

Una parte muy importante de las relaciones entre agentes están dadas por los costos asociados a desenvolverse dentro del marco institucional, que se vinculan a los procedimientos requeridos para realizar una actividad. Es decir, lo que se conoce como costos de transacción. Desde la visión de Coase (1994:17), los costos de transacción también se relacionan con la regulación de derechos, ya sea otorgándolos o limitándolos, con sus consecuencias sobre los costos de negociación. En el caso de que los derechos para realizar algunas actividades puedan venderse y comprarse, tenderán a adquirirse por aquellos para quienes sean más valiosos (Coase 1994: 17).

Sin embargo, esa estructura estable no asegura que sea eficiente. Muchas veces la acumulación de procedimientos, especialmente los burocráticos, deriva en costos de transacción elevados e ineficientes. Así mismo pueden incorporar normativas que favorezcan e incluso fortalezcan espacios totalitarios o mercados monopólicos. Es posible que una institución ineficiente, en términos de costos de transacción muy altos por ejemplo, sea capaz de perdurar en el tiempo porque las instituciones generan incentivos para su permanencia.

La confrontación entre FIFA y G14 puede explicarse por los altos costos de transacción que significa para los clubes supeditarse a las normas, calendario y

3 Sin embargo, posteriormente Kirch se declaró co la bancarota. Así la empresa de marketing de la FIFA, ISL, alcanzaba pérdidas superiores a \$100 millones. Adicionalmente se desató un escándalo involucrando al presidente Joseph Blatter (*The Globalist*).

obligaciones emanadas de la FIFA. Con el agravante que, mientras la FIFA percibe jugosos ingresos vinculados a la organización de sus eventos, el pautaje publicitario de los clubes no son parte, lo que ha propiciado a la amenaza de crear una liga paralela entre los 18 clubes más fuertes. La FIFA ha respondido que de suceder ello se aplicarán sanciones drásticas contra estos equipos.

Una parte esencial del funcionamiento de las instituciones radica en la capacidad de castigar las normas que han sido violadas. Determinar si las normas se cumplen o no implica un proceso costoso (North 1993: 14) y ello es común a todas las instituciones existentes en los diferentes ámbitos de una sociedad. En este caso, en la medida en que la FIFA pueda efectivamente sancionar a los clubes o jugadores que actúen en dichos clubes, o genere incentivos para que los clubes permanezcan dentro de la actual institucionalidad, podrá impedir un cambio sustancial en el fútbol actual.

La relación entre instituciones y organizaciones crea un escenario propicio para el cambio institucional. North (1993) asegura que la vía para el cambio institucional está conformada ya sea por: el entrelazamiento producto de la relación simbiótica entre instituciones y organizaciones, que se han creado por evolución como consecuencia de la estructura de incentivos que proporcionan esas instituciones; o por el proceso de retroalimentación por medio del cual los hu-

manos percibimos y reaccionamos a los cambios que se dan en el conjunto de oportunidades (North 1993).

En este marco, a pesar de las posiciones polarizadas y agresivas de los dos organismos, lo más probable es que se produzca una negociación que defina un nuevo mecanismo para que clubes y selecciones puedan beneficiarse de los jugadores. Es indudable, que el Mundial es el evento deportivo de mayor impacto económico, tanto para firmas como para revalorizar a los jugadores. Los clubes están interesados en que sus jugadores luzcan y destaquen en ese evento, en tanto y en cuanto no les implique una amenaza a sus propios intereses deportivos y por ende económicos.

Otro elemento clave en el análisis de este conflicto es el cambio progresivo de paradigma en el fútbol, donde el club empresa ha ganado mayor poder económico y alcance mundial. Los clubes, aunque no han dejado de ser símbolos locales, también se han transformado en marcas globales con público internacional. Los flujos crecientes de capitales, información, bienes y personas que se expresan en el fútbol como en tantos otros ámbitos, ha consolidado la posición del G-14. En contra podríamos pensar, como Villena (s/f.) quien señala que:

“... estamos presenciando un debilitamiento de la hasta ahora exitosa articulación entre fútbol y nacionalismo, debido a que los procesos de globalización favorecen una configuración

del campo social del fútbol que se desplazan de los patrones internacionales dominantes hasta ahora, hacia formas que tienen un carácter más nacional”.

En este marco, es interesante analizar la implicación de la sentencia Bosman emitida en 1995. Amparado en el marco de la legislación de la Comunidad Económica Europea se resolvió, que cualquier comunitario que concluya su contrato puede jugar en el club europeo de su elección, sin necesidad de ocupar plaza de extranjero. Ello promueve la libre circulación de deportistas pertenecientes a un país miembro de la UE, eliminando cuotas de jugadores comunitarios y, por último, prohibiendo los *transfers*, o pagos de dinero que percibían los clubes como consecuencia de la contratación de uno de sus trabajadores, aun cuando la relación profesional entre el jugador y el club hubiere finalizado.

“Estas sumas a pagar por un Club a otro, incluso habiendo finalizado la relación contractual del jugador con el primero de ellos, tenían cierta cobertura moral, ya que se pretendía con ello la protección de los Clubes más débiles, respecto de los de mayor poderío económico, y en evitación de que los que cuidaban la cantera de jugadores se vieran expoliados, sin ninguna compensación, de sus mejores atletas. Esto, que puede parecer digno de elogio, ha devenido no obstante,

con el transcurso del tiempo, en una forma de desorbitar la economía futbolística. Así, un jugador fichado de su Club original a los 18 años podía ser sometido, durante su vida profesional, en distintas ocasiones a la figura de la transferencia, con el consiguiente encajecimiento del mercado. De esa guisa, la fórmula proteccionista de los Clubes pequeños devino en una forma de lucrarse por otros, no tan necesitados.”

(<http://www.iusport.es/OPINION/creso96.htm>)

Es conveniente recordar que los jugadores, al igual que cualquier otro profesional, participan dentro de un mercado laboral. En éste, los clubes más poderosos tienen más medios para influenciar sobre los precios. Con la Ley Bosman⁴, se produjo una proliferación de jugadores de otras naciones en la ligas de cada país, perdiendo el aire y las características propias de los equipos. Ello repercute sobre la identidad misma que se juega en torno a los clubes. Y lo que es más interesante, ha propiciado mayores diferencias entre clubes pequeños y grandes ya que éstos últimos con chequeras más gruesas son capaces de adquirir a los mejores jugadores. Así es interesante señalar que las ligas más poderosas se han consolidado, no en lo

4 La movilidad de jugadores esta restringida exclusivamente para los clubes y jugadores de la UE, privando a un gran número de jugadores extracomunitarios de ese beneficio y obligando el pago de la transferencia.



Archivo El Comercio

El jugador está sometido a un rutinario sistema de concentraciones con el club deportivo, convertido casi en un cuartel. *Juan José Sebrelli*

países con un mayor número de jugadores talentosos como Brasil, sino en países europeos con mayor capacidad de pago.

Para la FIFA y la UEFA, la sentencia Bosman ha beneficiado a los mejores jugadores en detrimento de “la estabilidad que necesita el mercado y, sobre todo, los clubes, los jugadores y las organizaciones deportivas para poder garantizar un deporte de calidad”. (<http://www.iusport.es/OPINION/bertabos.htm>). Con el fin de equiparar las diferencias existentes entre las ligas, ahora promueven la iniciativa 6+5 que exija la participación en el campo de al menos 6 jugadores de la cantera. Ello pretende recuperar el espíritu e identidad de clubes locales, pero al mismo tiempo controlar el crecimiento de los clubes con gran poder económico.

El fútbol en el Ecuador

Historia del fútbol ecuatoriano

El fútbol en el Ecuador se remonta a 1899, con la llegada de los hermanos Juan Alfredo y Roberto Wright y un balón en su equipaje. Los primeros en utilizarlo fueron los socios del Club Deportivo Guayaquil, pero rápidamente la gente quiso aprender el deporte en todo el país. El primer partido oficial se celebró en 1900 y dos años más tarde se fundó el Club Deportivo de Ecuador. A partir de allí se creó la Asociación de Fútbol de Ecuador, que se dedicó a organizar competiciones entre diferentes equipos. En 1925, se fundó la Federación Ecuatoriana de Fútbol, aunque no adoptó este nombre sino hasta 1985. “En 1926, la Federación Ecuatoriana entró a formar parte de la FIFA, y se produjo una auténtica explosión de clubes en todo el país. Y en 1957 se organizó una verdadera liga nacional.” (FIFA 2005).

Barcelona y Emelec, ambos de la ciudad de Guayaquil, son los dos equipos más antiguos en la actualidad. El cuadro torero fue fundado en 1925 por una colonia de españoles de Cataluña, razón por la cual adquirieron ese nombre. Emelec debe su existencia a la Empresa Eléctrica, ya que en 1929 fue concebida e impulsada por el gerente de aquella época George Capwell.

En Quito se fundaron varios clubes que hasta hoy persisten. LDU se fundó en torno a jóvenes estudiantes de la Universidad Central del Ecuador.

“Deportivo Quito nace en la tradicional Plaza del Teatro, en el centro de la ciudad de Quito, con el nombre de Sociedad Deportiva Argentina, en el año de 1940. Sin embargo, en 1955 y por disposición de AFNA, que no permitía que sus equipos lleven nombres extranjeros, cambió su denominación a Deportivo Quito.”

(Futbolecuador 2005)

En 1945, funcionarios de la compañía petrolera norteamericana Shell, incluido el gerente Eduardus Hulswit, fundan Sociedad Deportiva Aucas adquiriendo los colores de la empresa. En sus inicios incorporan a jugadores de Titán, equipo quiteño que antes había sido la selección militar. Por último, en medio del fervor nacionalista de los años sesenta y setenta se funda el Club Deportivo El Nacional por parte de las Fuerzas Armadas del Ecuador, el que se compone exclusivamente de jugadores nacionales.

A nivel local las hinchadas eran la expresión de un tipo de identidades en conflicto. En Guayaquil, Barcelona representaba a los plebeyos y Emelec representaba a los añiados. En Quito, LDU que expresaba a las clases medias blancas (como la camiseta) y Aucas que era la representación de los sectores populares. (Ramírez 1998: 71-72). Pero también el fútbol se convirtió en un escenario propicio para la confrontación regional entre los clubes de la sierra y la costa, al existir en sus inicios sólo cuatro asociaciones: Quito, Guayaquil, Ambato y Manta. Cada

una tenía su propio reglamento, pero además de los campeonatos locales, también jugaban campeonatos nacionales.

En 1971 se conforma el Club Deportivo Cuenca liderado por el entonces alcalde de Cuenca, Alejandro Serrano Aguilar.

“El problema era que en esa época el fútbol profesional pertenecía a cuatro provincias: Guayas, Pichincha, Manabí y Tungurahua. Era muy difícil acceder a la que ahora es la Federación Ecuatoriana de Fútbol.”

(Estadio 2004: 12).

Tuvieron que pugnar con la institucionalidad del momento, sin embargo lograron conformar la Asociación de Fútbol del Azuay y ganaron el derecho de ingreso a la liga profesional. Desde ahí el Cuenca se consolidó como referente de la ciudad e integra en su hinchada al 90% de los habitantes del austro sin diferencia entre ricos y pobres. Deportivo Cuenca es el club con mayor número de socios cotizantes del país. La asistencia promedio es de 14.000 espectadores, y en los partidos con mayor expectativa se llena la capacidad del estadio a tope: 20.000 aficionados. La taquilla genera aproximadamente \$65.000 libras de impuestos con lo cual cubre parte del presupuesto que asciende a \$2 millones. (Estadio 2004: 39)⁵.

5 El artículo de Víctor Aguilar en este mismo volumen trata específicamente sobre el Deportivo Cuenca

La profesionalización del fútbol ecuatoriano

En el Ecuador, el marco institucional del fútbol en gran medida replica el modelo que se ha adoptado a nivel internacional; la evolución y expansión del fútbol en nuestro país propició que se conforme un ente regulador y normativo, como la Federación Ecuatoriana de Fútbol. Ello implicó un nivel mínimo de organización que promovió el desarrollo del deporte a un nivel nacional, la proliferación de clubes, y la profesionalización del deporte, que deriva en un cambio de los arreglos institucionales entre los diferentes agentes.

En el deporte amateur, los clubes se consolidan en torno a la participación voluntaria de socios que financian las diferentes actividades a través de aportes propios. Además se trata de una estructura democrática en la toma de decisiones que asegura que el club cumpla con los objetivos definidos por la mayoría de sus miembros. Esa estructura base de socios que comparten algún grado de afinidad en los clubes deportivos ha propiciado que tradicionalmente en el fútbol ecuatoriano exista una "correlación directa entre directivos deportivos y políticos a nivel nacional, y esto no es sólo actual, quizás por casualidades de interés, o quizás como mecanismo de llegar a las masas" (Vela 2004). La intervención de figuras prominentes de la política como Heinze Moeller en Barcelona, Omar Quintana en Emelec, o Rodrigo Paz en

LDU⁶ inmediatamente genera preguntas sobre la finalidad de su participación. ¿Se trata acaso de una casualidad? ¿Se trata de fieles hinchas que intentan apoyar al equipo de sus sueños? ¿O existe un interés más allá del deportivo que les motiva a dirigir a esos clubes?

El fútbol es en esencia un proceso social sobre el que confluyen muchos factores. En este se envuelve una compleja red de relaciones sociales y de intereses "a veces más, a veces menos divergente", pero que sobre todo está dominado por una lógica simbólica que convierte a este deporte, particularmente en medio de expresión de algunos valores de la sociedad (Ramírez 1998: 65). Ese simbolismo, el fanatismo asociado y la masificación del público, hace de los clubes de fútbol en un espacio que goza de atención mediática. Se convierte en lugares claves para mostrarse, hacerse conocer y ganar prestigio público. En el pasado, el fútbol se convirtió en una especie de trampolín político, a través del que dirigentes deportivos consolidaron una activa participación política posteriormente. El éxito de los resultados, evidentemente es una variable clave para erigirse como personalidad representativa. Y además su liderazgo coincidió también

6 A ellos se puede añadir nombres que con menos éxito también han pretendido integrarse a la política: Ramiro Montenegro dirigente de S. D. Aucas, el actual presidente de la FEF Luis Chiriboga, quien tuvo un recorrido fugaz con el partido socialcristiano, y numerosos técnicos, jugadores y periodistas deportivos.

con obras de infraestructura significativas para el club.

El cambio del paradigma entre la práctica amateur y el profesionalismo demanda, por otro lado, de un nuevo tipo de arreglo institucional basado en un modelo empresarial. El fútbol moderno se asocia a una gestión eficiente de los recursos que procuren generar la máxima rentabilidad en el aspecto deportivo. Para ello es necesario diseñar un producto y determinar el precio y canales de comercialización ideales que puedan posicionarlo en el mercado. Es decir, trabajar en el marketing deportivo del equipo para procurar maximizar también los ingresos del club. En este marco, se abre una puerta para la participación y liderazgo de *buenos empresarios* que realicen una administración eficiente, rentable y exitosa en los clubes.

Otro tema clave en la gestión moderna de los clubes es el financiamiento por parte de terceros, es decir, de firmas que buscan a través del patrocinio deportivo posicionar sus marcas en segmentos definidos de la población. Esta estrategia de financiamiento disminuye el control por parte de los socios sobre las decisiones del club y genera una relación de dependencia con los auspiciantes. Además, está directamente relacionado con la exposición a los medios y la compra de derechos de transmisión, ya que ello multiplica el número de potenciales clientes a los cuales puede llegar el pautaaje publicitario.



No ha habido ninguna gran manifestación deportiva de la humanidad que no haya tenido su aprovechamiento político. *Julián García Candau*

En la actualidad, el campeonato nacional es televisado por varias cadenas con cobertura nacional y se ha convertido en un espacio privilegiado. No sólo se transmiten los partidos de la Primera A, sino también de la Primera B. En ese contexto mediático, en el campeonato nacional se ha producido una campaña muy agresiva por parte de dos marcas: Movistar y Pilsener. La situación de Movistar es interesante porque apenas ingresó al mercado en 2005, pero es auspiciante oficial de equipos, estratégicamente ubicados, desde el punto de vista geográfico y densidad poblacional: LDU, Barcelona y Deportivo Cuenca. Pero el caso más sobresaliente es Pilsener, que es el auspiciante oficial del torneo por lo que se llama Copa Pilsener, y auspician-

te de ocho de los diez equipos de la primera A. También es el auspiciante oficial de la selección con un monto superior a USD 2 millones, lo que representa el 40,6% del presupuesto. Se trata de una inversión millonaria para mantenerse en el consciente colectivo como la cerveza del Ecuador, mientras enfrenta la competencia de nuevas marcas que amenazan su liderazgo local.

Indudablemente en el fútbol también existen nichos locales, donde la necesidad de ingresos económicos, por parte de los clubes, y el potencial consumidor de la masa cautiva que representan sus fanáticos, da espacio para que marcas y grupos de poder locales se posicionen. Por ejemplo, durante nueve años licor Cristal ha sido el auspiciante del Deportivo Cuenca. Es decir, más de la mitad de años desde que el equipo ha recibido auspicio, el grupo Eljuri ha figurado en la camiseta oficial del equipo.

Al analizar el fútbol ecuatoriano, no podemos dejar de lado los equipos pertenecientes a instituciones del Estado, como son la Policía y las Fuerzas Armadas, que tienen equipos en la serie A. El Nacional, que por estatutos ha determinado que las tres ramas de las Fuerzas Armadas del Ecuador (Marina, Fuerza Aérea y Ejército) tendrán la posibilidad de hacerse cargo del plantel en un período y turnándose anualmente, ha consolidado un equipo sobre las bases del nacionalismo de los años 70. Fiel a ello, es el único equipo que no contrata

jugadores extranjeros en sus filas. Sin embargo, la existencia de clubes como El Nacional y Espoli en el fútbol profesional ecuatoriano muestra la participación directa en los ámbitos de la sociedad civil de estos entes del Estado.

Conclusiones

En principio, el fútbol podría representarse como metáfora de la libre competencia, donde dos equipos sin importar mucho su procedencia, trayectoria o extravagancias se enfrentan en el marco de unas normas definidas y acordadas, dentro de una cancha de juego y durante un periodo definido. Durante ese periodo, se supone que cualquiera es capaz de ganar, ya sea sacando provecho de sus propias condiciones, presionando al rival para aprovechar sus errores o especulando con planteamientos tácticos muy defensivos. Allí se construye un verdadero escenario competitivo en su sentido más amplio, donde la ganancia es aquel bien escaso que ambos persiguen.

Sin embargo, este marco competitivo se transforma con el profesionalismo y requiere de un marco institucional como pieza fundamental para eliminar la incertidumbre al normar y regular la expansión del deporte. En base a la masificación del deporte, el fútbol deja de ser un simple juego dentro de la cancha y se convierte simultáneamente en la representación de valores sociales, en un es-

pectáculo y en un gigantesco mercado.

El boom económico del fútbol lo convierte en un nuevo escenario para los negocios, donde el capital es atraído por las múltiples dimensiones del fútbol: la propietaria/administrativa, la publicitaria/consumo, y la mediática ofreciendo variadas oportunidades de maximizar las ganancias.

Tanto la masificación como la profesionalización del fútbol, han influenciado sobre los arreglos institucionales que se producen entre los diferentes agentes. Es así que el modelo actual, que incluye la libre movilidad de jugadores de las principales ligas europeas, requiere de un gran flujo de ingresos que se derivan de la venta de derechos de transmisión e imagen de los clubes. Ello implica una gestión deportiva de los clubes orientada hacia la empresa y un nuevo tipo de arreglo institucional con un enfoque de mercado, muy diferente a aquel de los clubes amateur.

A pesar del gran volumen de dinero que fluye en torno al fútbol, en la actualidad no hay que olvidar que éste se trata de un proceso social. El fútbol es espejo de la sociedad y de las relaciones existentes entre diferentes actores. Muchas veces, la carga simbólica del fútbol tiende a opacar el juego de poder interno dentro de las organizaciones y sus reglas de funcionamiento y/o administración.

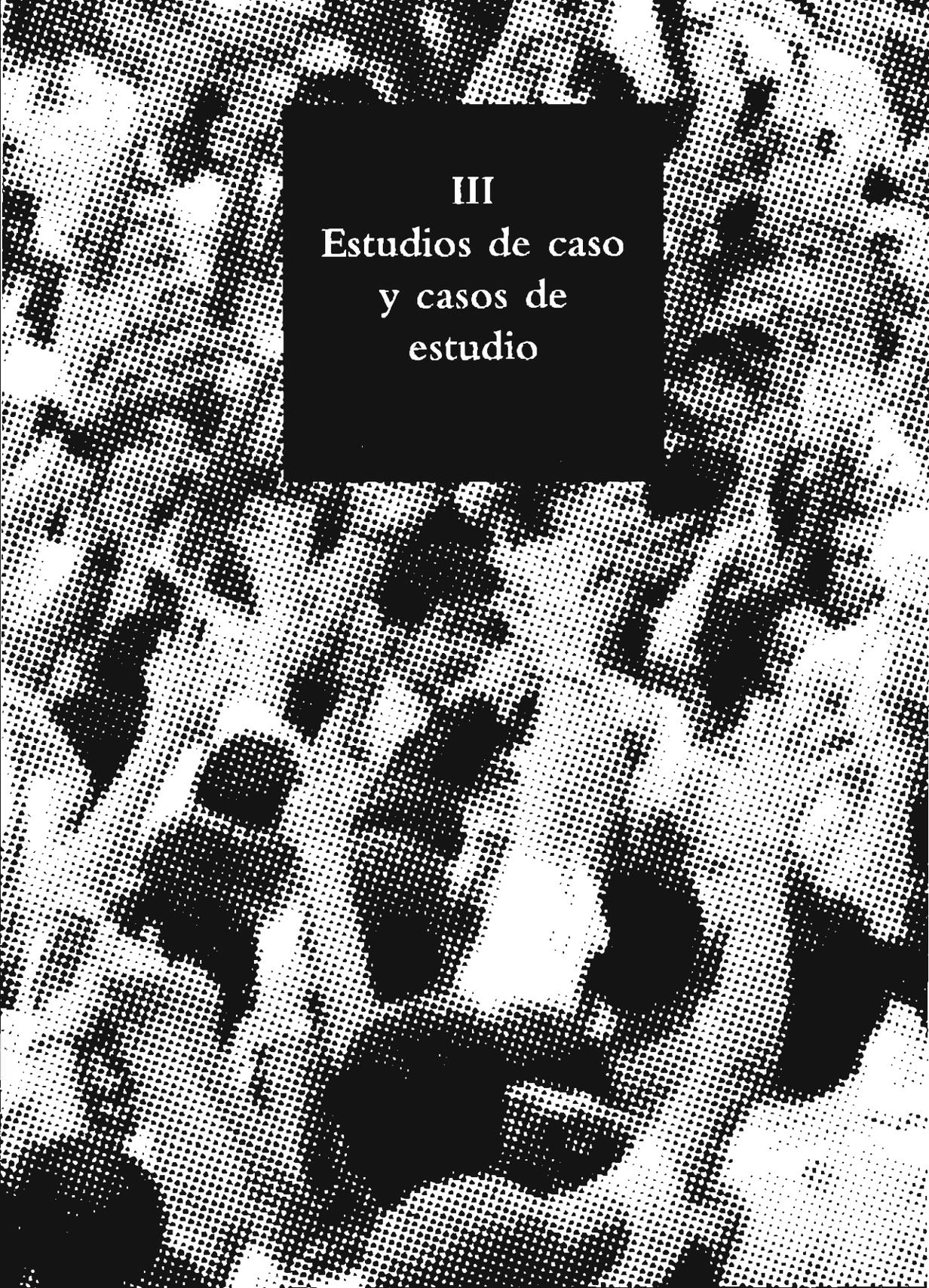
En Ecuador, la institucionalidad del fútbol evidencia unas estructuras con gran concentración de poder político,

económico y social en relación a otros ámbitos de la sociedad. La masificación del deporte y la carga simbólica han propiciado que el fútbol se convierta en un mecanismo para legitimar el poder detentado por diferentes grupos, ya sea en el ámbito político, económico, empresarial e incluso estatal.

Bibliografía

- Bauer, Gerhard (1990). *El fútbol entrenamiento de la técnica, la táctica y la condición física*. España: Editorial Hispano-europa .
- Coase, R. (1994). *La empresa, el mercado y la ley*. Madrid: Alianza Editorial.
- Crespo, J. (1996). *El caso Bosman y sus consecuencias*.
<http://www.iusport.es/OPINION/crespo96.htm>.
- Dávila, A. (1998). "El fútbol del milenio: a propósito del mundial, de la sociedad y de la vida bajo una mirada caleidoscópica", *Ecuador Debate* 43. Quito: CAAP.
- Deutsche Welle (2005). *Mundial 2006: el balón de la abundancia*. DW World de Abril 5.
<http://www.dw-world.de/dw/article/0,1564,1543427,00.html>.
- El País Digital (1999). *La UE teme que la Ley Bosman ha desestabilizado el fútbol*, Marzo 3.
<http://www.iusport.es/OPINION/bertabos.htm>

- Estadio (2004). *Edición Especial Deportivo Cuenca*. Guayaquil.
- FIFA (2005). Ecuador. Febrero 5. <http://2002.fifaworldcup.yahoo.com/02/es/t/t/h/ecu.html>
- Futbolecuador (2005). Historia del club Deportivo Quito, Ecuador http://www.futbolecuador.com/modules.php?name=Historias&op=ShowHistory&id_history=3
- Frydenberg, J. y R. Di Giano (2000). "El fútbol de la Argentina. Aproximaciones desde las ciencias sociales" (V). Entrevista a Héctor Palomino, *Revista Digital*, Año 5 - N° 25. Argentina. <http://www.efdeportes.com/>
- La Insignia (2002). *El fútbol como fenómeno social, debate entre Jaime Litvak, R. Martínez Escarmilla y Manuel Quijano Torres*, Junio 17.
- North, D. (1993). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. México, DF: Fondo de Cultura Económica.
- Heinemann, K. (1998). *Introducción a la economía del deporte*. España: Ed. Del Monte.
- Ramírez, J. (1998). "Fútbol e identidad regional", *Ecuador Debate* 43. Quito: CAAP.
- Samuels, W. (1989). *The legal-economic nexus. Essays on the economic role of government*. New York University Press.
- The Globalist (2002). *The global economics of sport*, Junio 9.
- Vela, S. (2004). *Cuando el deporte se hace economía: la economía del deporte en el Ecuador desde la perspectiva del sector público*. Quito: PUCE.
- Villena, S. (s.f.). *Globalización y fútbol post-nacional. Esbozo de un programa de investigación*. Quito: FLACSO.



III
Estudios de caso
y casos de
estudio



Xavier Carreras - El Comercio

El impacto del fútbol en la ciudad de Loja¹

Kevin Jiménez

Loja es reconocida por su riqueza cultural en muchos ámbitos, es cuna de un sinnúmero de personajes ilustres en la pintura, literatura, música, escultura, etc. Su devoción y veneración a la Virgen del Cisne, el “valle de los longevos”, sus hermosas mujeres, la hospitalidad de su gente, su manejo ecológico del entorno, la participación ciudadana y, desde noviembre de 2004, también por el ascenso a la serie “A” de la Liga Deportiva Universitaria de Loja.

Pero, ¿qué implicaciones tiene la identificación de la hinchada de un equipo como la Liga de Loja (el debutante del campeonato) o del Barcelona (el equipo más popular y que ha ganado más campeonatos)? La respuesta puede enfocarse desde distintas perspectivas: antropológica, social, cultural, política, regional, económica, etc.

El presente artículo trata de dar una respuesta a la pregunta planteada desde una perspectiva económica analizando el efecto del fútbol en la economía de la ciudad de Loja. Un aspecto relevante que se presenta, corresponde a las fuentes de financiamiento de la actividad futbolística, la identificación de varios de los actores involucrados con el deporte y sus interrelaciones, para lo cual se evalúa la importancia de la demanda de servicios característicos (entradas) como fuente de financiamiento del presupuesto de LDU-L.

Por otro lado, se analiza parcialmente la demanda de servicios conexos (ya que no se conoce la participación porcentual de este gasto en el total) valorando los gastos de prensa y alojamiento. Así mismo, se efectúa una aproximación de los potenciales efectos indirectos en el sector informal.

¹ Un agradecimiento especial a la dirigencia de Liga Deportiva Universitaria de Loja por la facilitación de información y las entrevistas, a Carlos Gonzaga, Diego Naranjo y Marianita de Jiménez por el apoyo brindado en la realización de este documento.

Antecedentes

La ciudad de Loja celebró en diciembre pasado su 457 aniversario de fundación

Tabla 1: Variables analizadas

VARIABLES	Azuay	Guayas	Loja	Pichincha	Prom. Nac.
Ingreso (1)	190.4	252.7	155.1	376.4	184.9
%PEA	5.1%	26.5%	3.0%	21.7%	6.3%
Educación media (2)	1.4%	1.3%	1.8%	1.8%	1.3%
Profundización financiera (3)	0.9%	6.6%	0.3%	8.3%	1.2%
Beneficiarios BDH	48.228	350.707	54.073	183.621	83.668
Pobreza (%)	53.2%	61.3%	68.2%	40.6%	65.2%
IDH	68.0%	72.0%	66.0%	75.0%	66.3%
Déficit Serv. básicos y vivienda	50.5%	69.0%	64.4%	37.6%	66.1%

(1) Promedio mensual en dólares.

(2) Como % del total de la provincia.

(3) (Colocaciones+Captaciones)/PIB de la economía 2004.

Fuente: INEC, SBS, elaboración propia

española, se encuentra a 2,100 metros sobre el nivel del mar. Dos universidades han estado vinculadas estrechamente con su historia, estas son: Universidad Nacional de Loja (UNL) y la Universidad Técnica Particular de Loja.

La extensión del cantón Loja es de 1 883 kilómetros cuadrados aproximadamente, que representa menos del 20% de la provincia, pero se constituye en el mayor de los 16 cantones. Se encuentra dividido en 4 parroquias urbanas y 12 rurales.

Economía Local

Como se puede observar en la Tabla No 1, el ingreso promedio mensual en la provincia de Loja es menor que el promedio nacional, (alrededor del 84%). Los ingresos percibidos en Pichincha, Guayas y Azuay, representan entre 1,23 y 2,43 veces lo registrado en la provincia.

En Loja se concentra alrededor del 3% de la Población económicamente activa. Las otras tres provincias aglutinan el 53% de la PEA.

La población de Loja con educación media, medida como porcentaje del total de la provincia, es superior al promedio nacional y al resto de provincias analizadas.

Teóricamente existe una correlación positiva entre la profundización financie-

ra y el crecimiento económico, esta variable es significativamente menor en Loja. De acuerdo al Banco Central del Ecuador², la provincia de Loja aporta con el 1,46% de la producción nacional (actividad ejercida bajo el control, responsabilidad y gestión de una unidad institucional que combina los recursos para fabricar bienes o proporcionar servicios), el 1,2% del consumo intermedio (valor de los bienes y servicios consumidos como insumos en el proceso productivo) y el 1,7% del valor agregado total (diferencia entre el valor de la producción y aquel de los consumos intermedios necesarios para obtener esta producción) de la economía nacional.

El valor agregado mencionado se concentra en los siguientes sectores: comercio al por mayor y menor (19,56%), administración pública y defensa y planes de seguridad social de afiliación obligatoria (13,11%), construcción (13,06%), otros servicios³ (10,49%), transporte y almacenamiento (7,81%), alquiler de vivienda (7,04%) y cría de animales (6,12%). Es importante mencionar que la actividad comercial se dinamiza en septiembre por la Feria Internacional que se efectúa cada año.

Entre los principales productos agrícolas que se cultivan en la provincia destacan: maíz, fréjol, café, caña de azúcar,

maní y arroz. Así mismo, dadas las características geográficas la crianza de ganado vacuno es bastante importante. La producción se destina básicamente al mercado local, con excepción de café que se exporta a Europa y Estados Unidos, y se caracteriza por una baja productividad. El Consejo Provincial y la UNL, han determinado que el rendimiento medio (kg/ha) es de 340 para el café, 54.730 para la caña, 1.255 para maíz seco, 1.425 para maíz fresco, 330 para fréjol seco, 500 para fréjol fresco, 4.545 para arroz, 620 para maní y 12.597 para tomate.

Según el Municipio, la economía se sustenta básicamente en el comercio y las transferencias del Gobierno central, lo que se confirma con las cifras presentadas en los párrafos anteriores. Entre los principales usos del suelo en la provincia, como porcentaje del total de hectáreas, podemos mencionar: 34% montes y bosques, 33% pastos naturales, 14% pastos cultivados, el 8% cultivos transitorios y barbecho, 4% cultivos permanentes y 3% páramos. Adicionalmente, según el último censo agropecuario, alrededor del 81% de los productores son hombres, cerca del 79% tienen aprobada la primaria, el 79% de los ingresos provienen de actividades agropecuarias.

De acuerdo al censo de 2001, la población del cantón Loja es 175 mil habitantes^{4,5} (cerca del 41% del total de la

2 Cuentas Nacionales Provinciales, 2001.

3 Corresponde a servicios de alquiler de vivienda, servicio doméstico, servicios prestados a las empresas, servicios para la comunidad.

4 El 47,47% corresponde a hombres.

5 El 66% tienen edades entre 0 y 17 años.

provincia), 68% ubicados en el área urbana. La tasa de analfabetismo es de 4,8%⁶. Los años de escolaridad promedio son 9⁷. El 29,6% de la población tiene instrucción superior.

El Municipio de la ciudad estima que la pobreza en el sector urbano oscila entre el 30% y 60% y en el sector rural entre el 75% y 95%. De acuerdo al INEC, la pobreza en el cantón alcanza el 49,4%. El 19% de la Población Económica Activa se dedica a la agricultura y ganadería, el 17% al comercio y el 17% a la enseñanza.

El proceso migratorio⁸

El proceso migratorio en Loja se origina mucho antes que el fenómeno experimentado a nivel nacional, debido a las sequías de la provincia en los años setenta. De acuerdo a estudios efectuados, entre 1962 y 1982, alrededor de 150 mil personas migraron, el flujo se dio en una primera etapa del sector rural al urbano y luego hacia el exterior. Para 1990, se estima que entre 33% y 47% de la población ha dejado la provincia. Según el INEC, en 2001 Loja contaba con 405 mil habitantes, lo que implica un crecimiento únicamente del 5,23% con relación a 1990.

Entre las principales razones de la migración del campo a la ciudad, se pueden mencionar las oportunidades laborales y la educación.

El principal destino lo constituye España (86%) y Estados Unidos (6%). La emigración se desarrolla durante los años noventa, se potencia a partir del año 1999⁹ y se frena en 2002, probablemente por un exceso de oferta de mano de obra en España. Alrededor del 59% de los emigrantes son hombres (41% mujeres), el 83% tienen edades comprendidas entre 18 y 37 años. Así mismo, cerca del 50% tienen educación secundaria¹⁰.

La mayor parte ocupa segmentos laborales “inferiores” (agricultura, servicio doméstico y construcción). “Debe destacarse que apenas el 7% de los lojanos estaría compitiendo con la mano de obra española, en la categoría de empleados...¹¹”.

De acuerdo al ILDIS, el 62% de las remesas se envían una vez por mes, entre el 20% y el 23% corresponden a montos entre 100 y 300 dólares. El promedio de las remesas enviadas es de 230 dólares. Estos recursos se destinan principalmente a gastos diarios (53%), pago de deuda (21%) e inversiones (15%).

6 Superior en el caso de las mujeres.

7 Inferior para las mujeres.

8 Tomado de “Cartillas sobre Migración”, ILDIS, junio de 2004. Ver Ramalhosa (2001).

9 Los datos de la provincia, de acuerdo al estudio no incluyen información del catón.

10 Cerca del 38% se encuentran como irregulares.

11 Ver cartillas de desempleo, ILDIS.

El fútbol y su vinculación con la economía

En la antigua Roma, uno de los propósitos de las contiendas de los gladiadores en el coliseo era divertir a la "plebe". Para algunos autores, en las sociedades modernas el deporte, en este caso el fútbol, sirve para "consolar a las masas". Al respecto, Eduardo Galeano manifiesta en su libro "El fútbol a sol y sombra" que "... si el fútbol no existiera, seguramente los pobres harían la revolución social y todos los analfabetos serían doctores". Sin embargo, para otros autores, esta visión resta el valor cultural y social que tiene el deporte y su importancia para reducir las tensiones. Las implicaciones del fútbol en la sociedad, desde esta perspectiva, trascienden el análisis del presente documento pero sería importante reflexionar acerca de ¿cómo hubiese afectado la estabilidad política del país si la selección nacional no clasificaba al mundial?¹²

Desde una perspectiva económica, el impacto del fútbol no es sencillo de cuantificar, debido a múltiples factores que se señalan más adelante. El mundial de fútbol, el mayor referente en este deporte, en 2006 se efectuará en Alemania.

El mundial generaría un volumen de negocio del orden de los 10 mil millones



La masa financiera drenada por el fútbol en el conjunto del planeta está estimada en 1,5 billones de francos, equivalente al presupuesto de Francia. Jean-François Nyr

de euros. Alrededor de 6.000 millones de euros se invertirán en la modernización y construcción de estadios, ampliación de la infraestructura vial, turística y hotelera. Esto tiene un efecto multiplicador en la economía entre los 2.000 y 3.000 millones de euros. A nivel macroeconómico, el impulso económico generado sería equivalente al 0,5% del Producto Interno Bruto, cifra importante para una economía que crece al 1% anual. Adicionalmente, se calcula que se crearán más de 30.000 puestos de trabajo¹³.

De acuerdo a varias estimaciones, con una estancia media de cinco días, cada visitante dejará en Alemania entre 800 y

12 Para algunas personas, entre las que me incluyo, el mejor Ministro de Gobierno durante la presidencia de Gustavo Noboa fue el Bolillo Gómez. Por algo se denomina al fútbol como "el Opio de los pueblos".

13 www.dw-world.de

1.000 euros. Esto genera ingresos cercanos a los 1.000 millones de euros. Alrededor de un millón de turistas extranjeros y dos millones de alemanes asistirán a los partidos produciendo un gasto adicional cercano a los 4.000 millones de euros¹⁴.

Saavedra y Paredes, quienes estudian el impacto económico del fútbol en España, determinaron que durante la temporada 1998-1999 de la Liga española, el gasto en taquilla, socios y abonados alcanzó los 238 millones de euros, en artículos deportivos fue de 118 millones de euros, el de revistas deportivas y prensa general llegó a 219 millones de euros y los de televisión fueron de 600 mil euros.

Para analizar el impacto económico es necesario previamente definir la actividad. El fútbol es una práctica social de identificación colectiva que no se circunscribe a su origen como actividad de ocio y se convierte en una actividad global (Carrión, 2005). Esa identificación se basa en una condición de pertenencia a un territorio, género, clase, etc., y una cualidad funcional asumida desde un rol específico como jugador, dirigente, hinchas, empresario, etc. (Giménez, en Carrión 2005). En nuestro país, en el fútbol se manifiestan fenómenos sociales (violencia, racismo, machismo, pandillerismo o regionalismo) que constituyen expresiones de la cotidianidad (Ramírez en Varios Autores 2003).

14 Así mismo, otro ejemplo de la importancia económica del fútbol es Brasil ya que cada temporada moviliza alrededor de 5.000 millones de dólares.

Teóricamente hay tres tipos de actividades deportivas con implicaciones económicas importantes. La primera consiste en la práctica deportiva, la segunda relacionada con los eventos deportivos y la tercera se refiere a la mejora o construcción de infraestructura. Este sector económico emplea a una cantidad importante de mano de obra vinculada a colegios, instituciones públicas, empresas proveedoras de materiales deportivos, etc.

Dentro de este contexto, se pueden distinguir dos tipos de efectos: macroeconómicos y microeconómicos. Los primeros se refieren a las implicaciones en variables como demanda agregada, impuestos, niveles de precios, intereses, empleo y el sector externo.

Aquellos microeconómicos pueden ser directos o indirectos, los directos son generados tanto por los clubes de fútbol como por otros actores relacionados con la actividad deportiva (medios de comunicación, hoteles y transporte, etc.), los indirectos tienen que ver con externalidades positivas o negativas que no necesariamente pueden ser monetarias, debido al efecto multiplicador por la interacción entre distintos actores involucrados en la actividad y a la posibilidad que se transfieran de un mercado a otro. (Espejo y Algarra, 2005)¹⁵.

Dichos efectos se pueden medir de tres formas: a nivel macro (analiza la importancia del deporte en la economía),

15 Autores citados en Saavedra y Paredes (2003).

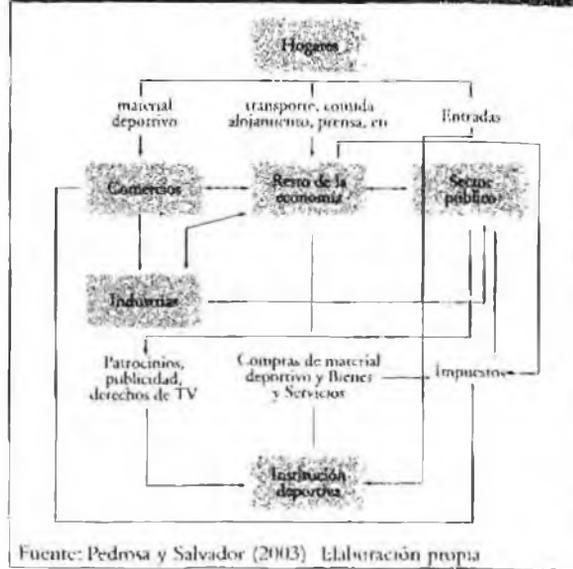
mico (estudia el comportamiento de firmas, decisiones individuales y sus interrelaciones) y mesoeconómico (cadenas de producción) (Gouguet, 1993 y Heinemann, 1998)¹⁶.

Un análisis del lado de la oferta permitiría estudiar el efecto sobre la producción y otras variables económicas como el empleo. Sin embargo, no sería posible determinar que porcentaje de la producción deportiva se destina al consumo de los hogares, de los no residentes, sector público y otros sectores y cuanto a la formación bruta de capital fijo.

En el gráfico se presentan las interacciones existentes entre los distintos agentes económicos. En realidad estas relaciones no son tan simples, por ejemplo, no se considera la relación entre los jugadores de un equipo, los distintos sectores de la economía tanto interna como externa o la vinculación entre el gasto en diversión y las actividades deportivas. Tampoco se analiza la relación con el sector informal.

Los hogares demandan productos y servicios "característicos" (material deportivo, entradas) y "conexos" (ropa deportiva, materiales, transporte, alojamiento, prensa o literatura deportiva, gasto en televisión) provistos por una diversidad de agentes económicos (empresas, clubes, etc.). El resto de la economía oferta bienes y servicios a los comercios e industrias de material deportivo (materias

Gráfico 1: Flujos generados por actividades deportivas



primas, energía, alquileres). Existe una retroalimentación, ya que éstos últimos aportan recursos a la industria deportiva a través del pago de publicidad y auspicios. Así mismo, el sector público recibe recursos por concepto de recaudación de tributos, subvenciona determinadas actividades deportivas y efectúa inversiones en infraestructura física (Isla, Otero y Fernández 2002).

Medir dicho impacto no es fácil debido a información insuficiente. Otra dificultad inherente se debe a la complejidad de flujos de recursos que genera la actividad y a la gran cantidad de actores que intervienen. Por otro lado, resulta difícil clasificar los productos deportivos que no son de uso exclusivo de esta actividad

16. Autores citados en Pedrosa y Salvador (2003).



Foto: Fazio E. Comercio

Si resulta que se puede ganar jugando bien, estoy conforme, pero a los quince días se olvida si el partido ha sido bueno o malo. En la tabla queda el resultado, eso es lo que cuenta. *Helvio Herrera*

y determinar que industrias o comercios pertenecen al sector (Pedrosa y Salvador 2003).

En economías en el que el estudio del impacto del deporte es más extendido, se utilizan 6 instrumentos para analizar sus implicaciones (Pedrosa y Salvador 2003):

- Tabla económica de conjunto.
- Cuentas satélite.
- Tablas input-output.
- Análisis costo-beneficio.
- Análisis sectoriales.
- Análisis regionales.

Los tres primeros, utilizan la metodología de cuentas nacionales, se basan en un análisis ex post, bajo un enfoque macro-económico de conjunto. Las cuentas satélite permiten conocer las interrelaciones de un sector con el resto de la economía en los circuitos de oferta y demanda. Con los análisis costo-beneficio es posible estudiar las repercusiones socio-económicas para analizar la viabilidad de un proyecto. Los análisis sectoriales y regionales proporcionan información cualitativa y cuantitativa de un determinado sector o región que enriquece los análisis anteriores.

Entre las principales limitaciones de los modelos globales, destacan las siguientes: no permiten distinguir entre efectos positivos y negativos, frecuentemente se analizan las relaciones a corto plazo, imposibilidad de evaluar efectos a largo plazo, no consideran intangibles y pueden dar lugar a errores de interpretación.

Las limitaciones del análisis costo-beneficio se refieren a la existencia de problemas en los precios a utilizar, las tasas de descuento, identificación exacta de los costes y la determinación del período de vida útil del proyecto. Por otra parte, la principal falencia de los análisis sectoriales y regionales es que no se los vincula con el resto de sectores económicos.

Liga Deportiva Universitaria de Loja (LDU-L)

El Directorio del Club 2004-2006, está conformado por las siguientes personas:

- Presidente: Dr. Max González Merizalde
- Vicepresidente: Ing. Ramiro Palacios Álvarez
- Secretario Gerente: Lic. Diego Falconí Espinosa
- Tesorero: Lic. Jorge Jaramillo Reyes.

Adicionalmente, se encuentran conformadas 4 comisiones: económica, de fútbol, de fortalecimiento institucional y re-

laciones públicas. El Club cuenta con 348 socios, las barras más populares son “La garra del oso” y “La 12 del sur”.

Liga Deportiva Universitaria de Loja (LDU-L) se fundó en 1979. En 1988 clasificó por primera vez al Campeonato Provincial de segunda categoría, en 1989 llega por primera vez a la serie “B”.

El equipo participó en un cuadrangular final junto a la Liga de Portoviejo, Imbabura y el Deportivo Tungurahua en el que se coronó campeón, lo que le permitió regresar a la serie “B” en 2003. Para financiar la campaña se creó la Casa de Liga, donde se pueden adquirir entradas y varios artículos deportivos.

El 7 de noviembre de 2004, fecha histórica para el fútbol lojano, LDU-L consigue por primera vez ascender a la serie “A” del fútbol profesional ecuatoriano, luego de golear a Liga de Portoviejo, 4-1. Los goles de la Liga fueron obra de: Wilson Segura en dos ocasiones, Rafael Alberto Capurro y del brasileño André.

Un diario de la localidad destaca: “El estadio Federativo de Loja se llenó ‘hasta la bandera’ para alentar a los jugadores universitarios. Aproximadamente 16 mil personas fueron testigos de la máxima gloria del fútbol lojano, ya que es la primera vez que militarán en la serie de privilegio”. En días previos al partido, las entradas no se agotaron, pero el día del partido en “la reventa los boletos subieron de 7 a 12 dólares”. El mismo día en que se jugaba el partido que definía el ascenso a la serie “A” se efectuó una mara-

Tabla 2 - Torneo Apertura 2005

Posición	Equipos	PJ	PG	PE	PP	GF	GC	PTS	GD
1	Liga de Quito	18	13	2	3	48	22	41	26
2	El Nacional	18	9	6	3	41	27	33	14
3	Barcelona	18	7	5	6	19	31	26	-12
4	Deportivo Cuenca	18	7	4	7	26	28	25	-1
5	Liga de Loja	18	7	4	7	35	38	25	-3
6	Deportivo Quito	18	7	3	8	36	23	24	13
7	Aucas	18	7	3	8	22	27	24	-5
8	Olimedo	18	6	5	7	22	25	23	-3
9	Emelec	18	5	5	8	24	31	20	-7
10	Deportivo Quevedo	18	2	3	13	22	43	9	-21

Fuente: Prensa Nacional

Elaboración: Propia

tón, según el Diario La Crónica, la recaudación únicamente llegó a 578,62 dólares.

En la serie "A".

En 2005 se estableció una nueva modalidad en el Campeonato Nacional de Fútbol. El que se conforma de dos torneos¹⁷:

- El torneo Apertura consistió en una serie de partidos de todos contra todos, los ocho primeros clasificaron a los *play-offs*. Los cuatro primeros empezaron como visitantes y terminaron como locales. Los dos primeros equipos del sistema de "todos contra to-

dos" iban a la Sudamericana y solo el campeón, luego de *play-offs*, clasificó a la Copa Libertadores como Ecuador 1.

- El torneo Clausura fue similar al de apertura, sin embargo, hubo una liguilla final como la de la temporada 2004 entre los seis primeros equipos. Esos equipos disputaron partidos todos contra todos y el que más puntos obtuvo se coronó como campeón nacional. Para definir el Ecuador 3 en Copa Libertadores se jugaron dos partidos (ida y vuelta) entre el subcampeón del Apertura y el segundo de la liguilla final del Clausura.

Al final de cada torneo descendió un equipo y para el Clausura ascendió un equipo de la serie B. (Tabla 2)

Cuando LDU-L ascendió a la serie A, la dirigencia y muchos aficionados, anhelaban que se mantenga la categoría. Entre la linchada eran comunes comentarios como "justo ahora que estamos en la A, a los 6 meses tiene que descender un equipo". Pese a todo pronóstico, durante el torneo apertura, LDU-L fue el equipo sensación del torneo, en dieciocho encuentros jugados, alcanzó 25 puntos de 54 en disputa, terminó en quinto lugar a un punto de Barceloua. Ganó 7 partidos, perdió igual número y empató

17 Ver: www.futbolecuador.com

Tabla 3 - Torneo Clausura 2005

Posición	Equipos	PJ	PG	PE	PP	GF	GC	PTS	GD
1	El Nacional	18	9	4	5	42	27	31	15
2	Aucas	18	9	2	7	28	21	29	7
3	Olmedo	18	7	6	5	25	23	27	2
4	Deportivo Cuenca	18	6	9	3	19	19	27	-
5	Liga de Quito	18	7	5	6	25	20	26	5
6	Barcelona	18	7	5	6	26	25	26	1
7	Deportivo Quito	18	5	8	5	21	27	23	-6
8	Espoli	18	7	2	9	29	31	23	-2
9	Emelec	18	5	6	7	20	25	21	-5
10	Liga de Loja	18	2	5	11	22	39	11	-17

Fuente: Prensa Nacional

Elaboración: Propia

4. Marcó en promedio 1,9 goles en cada partido, rendimiento únicamente superado por Liga de Quito y Nacional. Sin embargo, recibió 2,1 goles por encuentro¹⁸. Es decir, durante el torneo apertura LDU-L tuvo una de las mejores delanteras y una de las peores defensas. (Tabla 3)

Lamentablemente, en el torneo clausura el desempeño del equipo no fue el esperado y como resultado descendió a la categoría "B" del fútbol nacional. En 18 encuentros obtuvo únicamente 11 puntos de 54 disputados, es decir su efectividad fue de 20%. Anotó 1,2 goles por partido, ligeramente inferior al promedio del torneo (1,4), y recibió 2,17 goles por encuentro (la peor defensa del campeo-

18 Lo que implica que tuvo prácticamente la peor defensa del campeonato. Aunque dicho título honorario se lo lleva el Quevedo con 2,4 goles por partido.

nato clausura). LDU-L ganó únicamente 2 encuentros, empató 5 y perdió 11, lo que determinó que se ubique en el último lugar.

En varias ocasiones, debido a los malos resultados, la dirigencia de LDU-L ha manifestado su inconformidad con el arbitraje. El entonces técnico del equipo, Luis Aranda, señaló en su momento que el equipo no clasificó a las semifinales del torneo apertura por "cuestiones extrafutbolísticas".

Esto hizo eco en la prensa, basta analizar los titulares de la prensa de la localidad "Árbitro perjudicó a Liga" luego de que Liga de Quito alcanzó un empate 2 a 2 en el Federativo. Las razones del mal desempeño, no son motivo de análisis en el presente documento, pero se deben a una variedad de factores, entre ellos, el económico, inexperiencia de la directiva, jugadores y todos aquellos involucrados en el fútbol local, falta de disciplina por parte de los jugadores y falta de transparencia¹⁹.

19 Durante el torneo apertura, se suscitó una polémica entre la dirigencia del equipo y la Federación provincial por la taquilla. LDU-L reclamaba que el dinero recaudado no coincidía con la capacidad del estadio. Se trató de terci-

Fuentes de financiamiento: análisis de oferta

Según un diario manabita²⁰, el presupuesto de la Liga de Loja, para alcanzar el ascenso a la serie "A" fue de 83 mil dólares mensuales, se destinaban 30 mil en sueldos (el gasto de sueldos promedio considerando los 7 integrantes del cuerpo técnico y los 22 jugadores inscritos fue de 1.034 dólares), 30 mil en comida, 14 mil en zapatos, uniformes y gastos de publicidad, 5 mil en movilización y hospedaje, 3 mil en viviendas y arriendos y mil en medicinas y utilería. Al inicio del torneo se consideró un presupuesto anual de 300 mil, sin embargo, hubo la necesidad de ampliarlo a 500 mil. Asumiendo que exclusivamente los gastos en sueldos²¹, comida, vivienda y arriendos²², y de medicinas y utilería se realizan en la localidad, el 77% de los recursos del presupuesto dinamizarían la economía de la ciudad²³.

zar el manejo de la taquilla, pero aparentemente una de las partes interesadas puso obstáculos en el proceso.

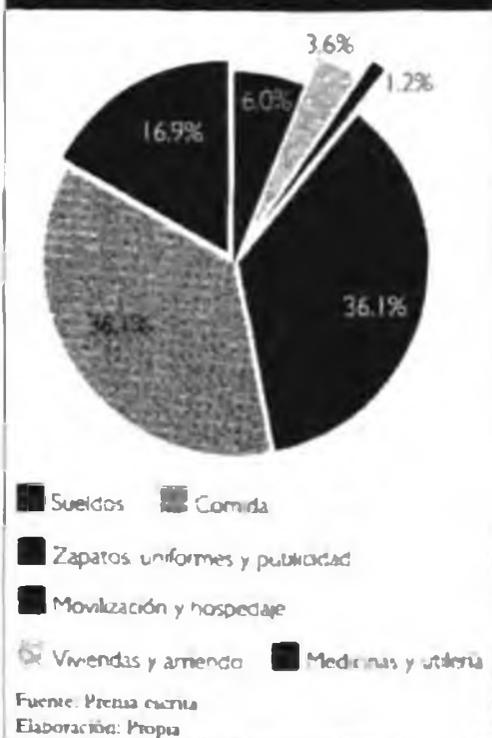
20 Al respecto ver www.eldiario.com.ec

21 No existe salida de recursos, es decir, que se gasta todo el sueldo o se ahorra en la localidad.

22 Un efecto interesante de analizar sería el posible cambio en la aversión a arrendar a jugadores de fútbol, ya que en el pasado era normal el atraso de varios meses en el pago de sueldos a los jugadores.

23 Sin embargo, esto no necesariamente implica la generación de valor agregado, ya que puede ocurrir simplemente en una transferencia de recursos de un sector a otro, pero esto podría tener un impacto redistributivo.

Gráfico 2: Estructura del gasto en el presupuesto (en porcentajes)



Según el Lic. Diego Falconi, gerente del equipo, en 2005 los principales rubros de gasto del equipo, como porcentaje del total del presupuesto ejecutado, son los siguientes: sueldos (62%), déficit del año anterior (8%), movilización y hospedaje (7%), varios (23%).

El presupuesto estimado anual de la Liga de Loja para 2005 fue de 1,8 millones de dólares aproximadamente²⁴, o de 119 mil dólares mensuales²⁵. Con relación al presupuesto requerido en la serie "B" existiría un incremento del 43%. Según una investigación del Diario Hoy, titulada "En el Austro, subieron cotizaciones y sueldos", "En la Liga de Loja, un jugador ganaba, el año anterior alrededor de \$750, ahora, por la clasificación de su equipo, subió a los \$3 500", lo que representa un incremento del 367%.

El presupuesto de la LDU-L es significativamente inferior al de equipos como Liga de Quito, Barcelona y Deportivo Cuenca (5 millones de dólares anuales) y similar al de Emelec, Nacional y Olmedo (2 millones de dólares anuales)^{26,27}. Con excepción de Nacional (en el torneo apertura y clausura), los equipos con menores recursos no han alcanzado las primeras posiciones.

Entre las empresas patrocinadoras del equipo tenemos: Pilsener, Banco de Loja, Pavica, Marathon, Andinonet y Alegro. De acuerdo a un diario de la localidad, el aporte del Banco de Loja fue superior a los cien mil dólares a cambio de que se

24 Según Revista Vistazo.

25 150 mil dólares mensuales si consideramos el presupuesto inicial.

26 Ver: Vito Muñoz, "Presupuesto Anuales", Diario El Universo.

27 Aunque existe mayor diferencia si se considera el presupuesto ejecutado.

Tabla 4: Proforma presupuestaria anual Liga de Loja: 2005 (en miles de dólares)

Presupuesto anual	Inicial	Ejecutado
		1800
taquilla líquida (a)	870	483
convenios	-	313
aporte estudiantil UNL	36	36
aporte docentes UNL	30	30
auspicios confirmados	100	213
abonos	-	142
préstamos	-	120
otros (b)	764	84

(a) Con una taquilla líquida de 70%.

(b) Incluye el auspicio del resto de patrocinadores, aportes de trabajadores, derechos de transmisión y otros.

Fuente: LDL, Prensa escrita.

Elaboración: Propia

coloque el logotipo del Banco en el uniforme y accesorios. Adicionalmente, la institución financiera acordó inscribir socios mediante un débito mensual en cuenta corriente, parte de los abonos se comercializan por intermedio de la tarjeta Visa Banco de Loja²⁸.

Los alumnos de la Universidad Nacional de Loja, alrededor de 12 mil, aportan al equipo con tres dólares cuando se matriculan, lo cual se estableció mediante asambleas estudiantiles hace diez años. Los servidores universitarios

28 "Banco de Loja auspicia a LDU-L", Diario La Crónica, 20 de enero de 2005.

contribuyen con el 1% de su sueldo básico^{29 30}.

Si consideramos, según los datos proporcionados por el club, que en las dos primeras fechas del torneo clausura la taquilla líquida del equipo fue del 57%, de mantenerse este promedio, existiría una disminución en la taquilla 334 mil dólares en el presupuesto anual, por tanto los ingresos por este concepto representarían únicamente el 30% del presupuesto.

De hecho, el presupuesto ejecutado del equipo en 2005³¹ alcanzó 1.422 miles de dólares, que incluye 120 mil dólares por concepto de préstamos. De dicho monto, el 34% corresponde a ingresos por concepto de taquilla, el 22% a convenios con instituciones privadas (donaciones) y públicas (exoneración de impuesto a la renta y otros tributos), el 15% a auspicios y 10% a la venta de abonos.

Debido a los malos resultados del equipo, durante el torneo clausura, la recaudación promedio por partido fue de apenas cuatro mil dólares.

29 "Liga de Loja rumbo al octogonal", Diario La Crónica, 19 de junio de 2005.

30 Según Diario La Hora hay 460 docentes que perciben salarios entre 500 y 600 dólares. Sin embargo, el salario varía de acuerdo a la carga horaria de los profesores y este número sería superior si se consideran aquellos contratados. Según el rector de la UNL, los trabajadores y docentes de la universidad llegan a 800 personas aproximadamente.

31 Información proporcionada por la Gerencia del Club.

Tabla 5: Total taquilla Torneo apertura (en miles de dólares)

Total de la taquilla	625,2
Liga de Loja	435,1
FEF	65,2
FDLP	40,5
AFNAL	16,9
Municipio	15,3
Arbitraje	8,1
Seguridad	6,3
Otros	37,9

Fuente: LDU-L
Elaboración: Propia

De acuerdo al Lic. Fernando Vire, funcionario de la Federación Provincial, "...la asistencia promedio al estadio ha variado entre 12 y 13 mil aficionados con una taquilla aproximada de 70 mil dólares por partido" durante el torneo apertura.

En dicho torneo se recaudó por concepto taquilla 625 mil dólares³², distribuidos de la siguiente forma: Liga de Loja 70%, la Federación Ecuatoriana de Fútbol 10%, Federación Deportiva Provincial de Loja 6%, AFNAL 3%, Municipio de la ciudad 2%, arbitraje y seguridad el 1% para cada rubro.

32 El 33% en generales, 31% en preferencias, 29% en tribunas y 7% en palcos.

Tabla 1. Ingresos por fecha, tiempo apertura
(en dólares, número de asistentes)

VISITANTE	PALCOS		TRIBUNAS		PREFERENCIAS		GENERALES		TOTAL ^(a)	
	Monto	Número	Monto	Número	Monto	Número	Monto	Número	Monto	Número
EMELEC	2.535	169	19.200	2.650	16.072	2.000	20.192	5.048	57.999	10.876
CUENCA	2.685	179	27.120	3.390	19.992	2.499	24.000	6.000	74.249	13.417
LDU-L	6.200	310	28.500	2.850	16.700	3.670	23.000	4.600	94.800	12.787
OLMEDO	2.500	125	22.550	2.255	18.230	1.823	21.970	4.394	65.880	10.000
AUCAS	3.320	166	14.760	1.476	15.230	1.522	23.725	4.745	57.950	9.371
BARCELONA	9.550	478	24.755	2.476	36.805	3.681	26.045	5.209	97.155	13.120
NACIONAL	1.119	221	10.215	1.022	25.070	2.507	26.550	5.310	74.245	12.348
QUEVEDO	660	33	3.985	399	3.255	326	5.590	1.118	13.490	3.152
DE QUITO	1.388	69	5.848	585	7.512	751	11.386	2.277	26.134	4.960
TOTALES (b)	33.248	1.749	164.933	17.901	178.856	18.787	182.458	38.701	561.902	90.050
Media	3.694	194	18.326	1.989	19.873	2.007	20.273	4.300	62.434	10.006
Aforo	12.920	646	37.950	3.795	45.650	4.565	29.370	5.874	125.890	14.880
Diferencia (c)	9.226	452	19.624	1.806	25.777	2.478	9.097	1.574	83.457	4.874

(a) En los asistentes se consideran los abonos.

(b) Se excluye el partido de play-off.

(c) Diferencia entre la capacidad del estadio y la recaudación potencial y el promedio de asistencia y recaudación por encuentro.

Fuente: LDU-L

Elaboración: Propia

Demanda de servicios característicos

Según la AFNAL el estadio tiene una capacidad para 12.440 personas, según LDU-L alcanza las 14.880 personas³³, lo que representa aproximadamente el 8,5% de la población total del cantón Loja. La tasa media de ocupación del estadio fue del 80%³⁴, en los partidos frente al Deportivo Cuenca, Liga de Quito y Barcelona esta tasa fue de 105%, frente al Nacional el estadio estuvo prácticamente lleno (99%). En el partido frente al Quevedo se dio la menor asistencia 25%.

33 Palcos 646, tribuna 3.795, preferencia 4.565 y generales 5.874.

34 Considerando 12.440 como la capacidad del estadio.

El precio de las entradas al iniciar el campeonato apertura era el siguiente: palco 15 dólares, tribuna y preferencia 8 dólares y general 4 dólares. Para la tercera fecha del torneo, el precio de palco se incrementó en 33% y el resto de localidades en un 25%. Tanto para el torneo apertura, como para el clausura se vendieron abonos con un descuento del 20% en los precios.

Utilizando completamente la capacidad del estadio (14.480 personas) durante cada programación, asumiendo los precios establecidos a partir de la tercera fecha, la recaudación total por partido alcanzaría cerca de 126 mil dólares (ver monto total de aforo). La recaudación potencial en el torneo apertura habría

Tabla 4. Noticias relacionadas con LDU-L - Septiembre 2005
 (en mil palabras por página)

Fecha	Título	Página
01/09/2005	A doble jornada entrena Liga	1/4
08/09/2005	Liga viajó a Otavalo y el sábado juega en Cayambe	1/2
10/09/2005	Espoli va por sepultar a Liga de Loja	1/4
10/09/2005	A Liga sólo le sirve el triunfo ante Espoli	1/2
11/09/2005	Espoli hundió más a Liga de Loja	1/4
13/09/2005	Aranda dijo adiós a Liga y Buele es el Director Técnico interino	1
14/09/2005	Liga tiene un objetivo: derrotar a los toreros	1
15/09/2005	Seguimos en el sótano	1/4
18/09/2005	La mala campaña de Liga es motivo de preocupación	1/2
18/09/2005	Liga de Loja visita al Olmedo en Riobamba	1/4
19/09/2005	La Liga se aferra al último lugar del torneo	1/2
20/09/2005	Paraguay Brizuela se integró a Liga de Loja	1/4
20/09/2005	Nelson Brizuela vamos a mantener la categoría	1/2
22/09/2005	Liga entrenó ayer en el Estadio Federativo	1/4
23/09/2005	Entradas para Liga-Olmedo	1/8
24/09/2005	Brizuela debuta en Liga de Loja	1/2
25/09/2005	Liga de Loja, rumbo a la serie B	1/4
27/09/2005	Liga de Loja jugará con Barcelona en Machala	1/8
28/09/2005	Barcelona recibe hoy a Liga en el Monumental	1/2
29/09/2005	Barcelona ganó, Liga de Loja naufraga	1/8

Fuente: Prensa escrita
 Elaboración: Propia

sido de 1.133 mil dólares, es decir, cerca de 500 mil dólares más que lo recaudado efectivamente.

Demanda de servicios conexos

- Prensa: una valoración indirecta

El fútbol tiene una cobertura importante por parte de los medios de comunicación televisivos, radiales y escritos.

Adicionalmente, las empresas anuncian sus bienes y servicios en los distintos medios de acuerdo al *target* de mercado.

Para la valoración, se determinó la participación de noticias relacionadas con LDU-L como porcentaje de cada página de un diario de la localidad, durante todo el mes de septiembre de 2005 y su costo de oportunidad³⁵. Si conside-

³⁵ Constituye el mejor uso alternativo de los recursos.

ramos que en vez de publicar esas noticias el diario vendería dichos espacios³⁶ a un precio entre 55 y 60 dólares por cada ² de página, es posible estimar de forma indirecta el costo que implican las noticias relacionadas con LDU-L³⁷.

Lo anterior representa un monto anual entre 20,7 mil y 22,7 mil dólares, que constituye el ingreso que dejaría de percibir el diario por mantener informados a sus lectores.

- Alojamiento

Cada equipo de fútbol destina parte de su presupuesto en movilización y alojamiento³⁸.



El fútbol se nos presenta así como una rica variable de la fortuna. *Christian Bromberger*

Tabla 8: Precio de habitación individual en hoteles de la ciudad de Loja (en % de cada página)

Establecimiento	Costo (a)	Total
Hotel A	29,28	951,8
Hotel B	50,02	1625,7
Hotel C	59,54	1934,9
Hotel D	50,61	1644,7

(a) incluye impuestos y servicio
Fuente: Hoteles consultados
Elaboración: Propia.

Para establecer el gasto que efectúan los equipos visitantes en la ciudad se investigó el precio de las habitaciones individuales en los hoteles más visitados. Las delegaciones de cada equipo se componen de 25 a 40 personas. El gasto por concepto alojamiento estaría entre 952 dólares y 1.935 dólares. De acuerdo al calendario nacional de fútbol, Liga de Loja disputa 18 partidos de local (9 en el torneo apertura e igual número en el clausura), es decir, que los ingresos para el sector hotelero se estimarían entre 17 mil y 35 mil dólares en 2005.

Efectos indirectos sobre el sector informal

Los eventos deportivos tienen un alto poder de convocatoria y por tanto resultan bastante atractivos para los vendedo-

36 Asumiendo que hay demanda para los mismos.
37 Este tipo de valoración es muy utilizada para cuantificar los servicios ambientales.
38 Como ya se mencionó, en el caso de la Liga de Loja el gasto mensual era de 5 mil dólares en 2004.

**Tabla 9: Efecto en el sector informal
(en dólares y porcentajes)**

Número	Descripción	Edad (años)	Género	Ingresos diarios	Dependientes	Ingreso por persona	Ingresos durante partidos	Variación (días de trabajo)
1	Tienda de barrio	48	F	10 a 20	6	2,14	13 a 26	1,30
2	Tienda de barrio	40	F	12 a 15	3	3,38	15 a 19	1,30
3	Tienda de barrio	32	F	15 a 20	4	3,50	40 a 60	2,85
4	Tienda de barrio	44	F	5 a 7	4	1,20	10 a 12	1,83
5	Tienda de barrio	47	F	nr	6	na	nr	1,20
6	Tienda de barrio	nr	F	nr	3	na	nr	1,50
7	Vendedor	45	M	20 a 25	nr	na	60 a 70	2,89
8	Vendedor	70	M	10 a 15	6	1,79	30	2,40
9	Vendedor	35	F	25	8	2,78	70	2,80
10	Vendedor	nr	F	5 a 8	4	1,00	30	4,62
11	Vendedor	32	F	5	4	1,00	20	4,00
12	Vendedor	35	M	3 a 5	6	0,57	3 a 5	1,00
13	Vendedor	17	F	15	3	3,75	20 a 30	1,67
14	Vendedor	32	F	20	4	4,00	60	3,00
15	Vendedor	19	M	10	3	2,50	30	3,00
16	Vendedor	20	F	30	1	15,00	40	1,33
17	Vendedor	35	M	15	3	3,75	30 a 35	2,17

Nota: nr = no responde; na = no aplica

Fuente: Entrevistas efectuadas

Elaboración: Propia

res informales de una amplia variedad de productos. Dada la capacidad del estadio con relación a la población total del cantón, se podría afirmar que comparativamente es más importante, en este aspecto, un partido de fútbol en Loja que en Guayaquil o Quito.

Dentro del estadio o fuera de él, probablemente a pocas personas les importe pagar el doble por una cerveza o por un paquete de cigarrillos, pero la gran mayoría habrá notado el incremento en los precios de muchos de los productos que se expenden. Esto genera un impacto debido al dinamismo excepcional en las ventas y constituye parte de la incidencia económica que tiene el fútbol.

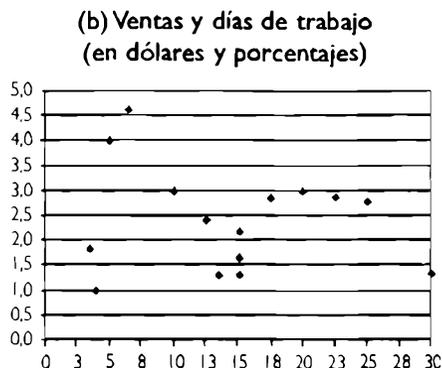
Para Julio Ochoa, de 45 años de edad, heladero, sus ventas alcanzan entre 60 y 70 dólares cuando juega la Liga (normal-

mente vende entre 20 y 25 dólares diarios). Pertenece a una Asociación de 20 integrantes, para lo que necesita de dos identificaciones: un carné de salud, que lo proporciona el Municipio, que no tiene costo pero requiere de un certificado médico (cuyo costo aproximado es de 5 dólares); y una credencial de AFNAL (cuyo costo mensual es de 10 dólares), de forma adicional debe cancelar 5 dólares al Municipio por concepto de rodaje de su triciclo³⁹.

Según Paulina Mera, madre de 4 hijos, que habitualmente se desempeña como lavandera (gana entre 5 y 8 dólares diarios) la venta de pinchos durante los partidos de fútbol le permite obtener ingresos de 30 dólares.

³⁹ Otro entrevistado indicó que no existen rebajas para las personas de la tercera edad.

Cuadro 3: Relación entre variables analizadas



Fuente: Entrevistas realizadas

Elaboración: Propia

De acuerdo a James Puchaicela de 35 años y su esposa Irma Miles de 33 años, padres de 5 hijos, como vendedores ambulantes obtienen ingresos entre 3 y 5 dólares diarios, para lo cual recurren a financiamiento “informal” para adquirir frutas. Durante los partidos vendiendo cerveza ganan entre 3 y 5 dólares, sin necesidad de invertir dinero ya que trabajaban eventualmente para un distribuidor. En otras palabras, su beneficio consiste en que no arriesgan dinero y tampoco pagan intereses a los chulqueros.

Efectos como los mencionados no son sencillos de cuantificar de forma global, pero es factible hacerlo de forma individual (análisis micro). Para analizar la incidencia de los partidos de fútbol en las ventas del sector informal, entre el 10 y 15 de octubre de 2005 se realizaron 17 entrevistas⁴⁰ a vendedores ambulantes y a

propietarios de tiendas de barrio.

En promedio hay 4 dependientes por cada entrevistado. El ingreso diario por persona para las tiendas de barrio varía entre 1,2 dólares y 3,5 dólares y para los vendedores ambulantes entre 0,57 dólares y 15 dólares.

De acuerdo a las entrevistas efectuadas, las ventas que se realizan los días de los partidos de fútbol equivalen entre 1,2

40 No se realizaron encuestas debido a la imposibilidad de determinar el tamaño de la muestra. Hay alrededor de 150 vendedores informales y tiendas de barrio pequeñas cercanas al estadio, algunos de los cuales conforman asociaciones, sin embargo, muchos son ocasionales y normalmente desempeñan otras actividades. Por tanto, por facilidad se efectuaron entrevistas semiestructuradas, las preguntas seleccionadas fueron: nombre, edad, número de personas dependientes, ingreso promedio diario e ingreso promedio en los días en los que la Liga juega como local.

y 2,86 días de trabajo para el caso de las tiendas de barrio, y entre 1 y 4,62 días de trabajo para los vendedores ambulantes. Así mismo, es importante señalar que el 71% son mujeres, quienes frecuentemente sufren mayor discriminación en el mercado laboral.

En la parte (a) del Gráfico No. 3, en el eje "x" se presenta el ingreso por persona y en el de la "y" los días de trabajo ganados⁴¹ en la (b) como diferencia se presenta en el eje "x" las ventas diarias. De existir una relación inversa entre el ingreso y/o las ventas y los días de trabajo ganados podría afirmarse que los más pobres tendrían mayor ganancia en términos de días de trabajo.

Mediante este método, no es posible establecer una relación clara entre las variables analizadas, aquellos con un ingreso por persona o ventas menores no necesariamente alcanzan menores ganancias y viceversa. El coeficiente de correlación⁴², que es de -0,12 en el primer caso y de -0,16 en el segundo, confirma que las variables no están asociadas linealmente. Sin embargo, sería necesario

ampliar el número de entrevistados para obtener un mejor resultado.

Otros efectos que no se valoraron

Existen otras implicaciones que involucra esta actividad deportiva, relacionados directamente con la asistencia de los hinchas al estadio. En otras palabras, para ir al estadio cada individuo cambia de actividad o deja de efectuar aquellas que normalmente realiza.

De acuerdo con información de la prensa local, al menos en tres ocasiones, los empleados públicos trabajaron una sola jornada para asistir al estadio. De contar con el salario promedio diario y el número de trabajadores se podría cuantificar cuanto, en términos de sus salarios, implica su asistencia al estadio.

Conclusiones

Dentro de su funcionalidad para la sociedad, el fútbol tiene efectos económicos y para su análisis es necesario contar con información y estudios que determinen la cantidad de dinero que gastan los ecuatorianos en servicios característicos y conexos, el empleo que genera la actividad, su vinculación con otros sectores y su efecto sobre la producción.

El fútbol es una actividad en la que confluyen intereses de distintos sectores debido a los recursos económicos que genera. Esta interacción es bastante com-

41 Se excluyó a aquellos que no contestaron y quienes tienen un ingreso diario de 15 dólares para evitar un sesgo en el análisis.

42 El coeficiente puede tener signo positivo o negativo y su valor se encuentra entre -1 y 1. Una correlación igual a cero no necesariamente implica independencia entre las variables analizadas. Es una medida de asociación lineal y su uso en relaciones no lineales no tiene significado. Adicionalmente no implica una relación causa efecto.

pleja, prueba de ello es la disputa que se dio entre la directiva de LDU-L y la Federación Provincial por la capacidad del estadio y la taquilla, la inconformidad manifestada por los equipos grandes de desplazarse a la ciudad de Loja y la resistencia por parte de ciertos organismos a proporcionar información. Así mismo, en ocasiones se puede observar cierta convergencia, como por ejemplo, cuando los empleados públicos de la ciudad de Loja trabajaron una sola jornada para “apoyar” al equipo durante el torneo apertura.

La economía de la ciudad de Loja se fundamenta en el comercio y las transferencias del Gobierno central. De acuerdo al censo de 2001, la población del cantón Loja es de 175 mil habitantes. El estadio de la ciudad tiene una capacidad para albergar a cerca del 8,5% de la población del cantón. Por lo que se podría afirmar que, comparativamente, la dinamización de las ventas del sector informal es más importante que en otros lugares.

El ascenso a la serie “A” del fútbol profesional de la Liga de Loja implicó un incremento del presupuesto mensual del equipo cercano al 43%. Pese a lo anotado, uno de los factores que influyeron en el desempeño del equipo fue el económico. Con excepción de El Nacional, los equipos con menores recursos no han alcanzado las primeras posiciones en los dos torneos jugados en 2005.

Del análisis del presupuesto de LDU-L se puede afirmar que el financiamiento del equipo depende directamente de los resultados obtenidos, en varias ocasiones la directiva manifestó que el principal financista del equipo era la hinchada. Es así como el gasto efectuado por los hinchas (entradas en el torneo apertura) fue de 625 mil dólares, alrededor del 70% se destinó al club, sin embargo, debido a los malos resultados obtenidos en la torneo clausura, estos recursos representaron únicamente el 34% de lo presupuestado. La recaudación potencial por concepto de taquilla en el torneo apertura fue de 1,1 millones de dólares anuales.

La demanda de servicios conexos (prensa y alojamiento) generó en Loja entre 37,7 mil y 57,7 mil dólares durante 2005.

De acuerdo al análisis realizado, el impacto en el sector informal es bastante interesante, entre 1,2 y 2,86 días de trabajo para el caso de las tiendas de barrio y entre 1 y 4,62 días de trabajo para los vendedores ambulantes. Cada programación deportiva beneficiaría a cerca de 600 personas. Por lo que el efecto indirecto del fútbol en la ciudad de Loja tiene implicaciones bastante interesantes a nivel microeconómico, más aun si consideramos que gran parte de los vendedores informales son mujeres.

Bibliografía

- Carrión, Fernando (2005), *El fútbol como práctica de identificación colectiva*. FLACSO, julio.
- Espejo-Saavedra, José Luis y Algarra Antonio (2005). “Elaboración de un modelo de impacto del fútbol profesional sobre la economía española”. Consultado en: www.gratisweb.com/shaioweb/ioj1/PAP/IOJ1/esiC/ceu/espe/alga/pdf.
- Galeano, Eduardo, “El fútbol a sol y sombra y otros escritos”, versión disponible para Internet, <http://ar.groups.yahoo.com/group/paraleer>
- Isla, Otero y Fernández (2002), “La incidencia económica del deporte en Andalucía”, Departamento de Estadística y Econometría, Universidad de Málaga http://www.uida.es/economia/cdrom/documentos/Espanol/isla.htm#_ftn1
- Pedrosa y Salvador (2003) “El impacto del deporte en la economía: problemas de medición”, *Revista Asturiana de Economía*, No 26.
- Ramalhosa y Minkel (2001) *Características de la migración en la provincia de Loja, Ecuador*, Universidad de Tennessee.
- Saavedra y Paredes (2000), “Elaboración de un modelo de impacto del fútbol profesional sobre la economía española”, www.eae.es/AEmpresas/Ponencias/Espejo Saavedra.PDF
- Jokisch, Brad (2004) “El proceso emigratorio en la provincia de Loja” *Cartillas sobre migración*, ILDIS, junio.
- Varios Autores (2003) *Futbologías: Fútbol, identidad y violencia en América Latina*, CLACSO, abril.
- Diario El Comercio, varias ediciones.
- Diario La Hora, varias ediciones.
- Diario Crónica de la Tarde, varias ediciones.
- Revista Vistazo. www.dw-world.de
- www.futbolecuador.com
- www.eldiario.com.ec
- www.lojanos.com

La economía en el fútbol

Jaime Naranjo Rodríguez

A mediados de 1939, el recordado equipo Gimnástico de Quito emprendió una gira por Colombia. Actuó en Cali, en el estadio del barrio San Fernando frente al Boca Juniors, club que había sido fundado el 1 de mayo de ese año, y perdió 3 por 1. La Federación Deportiva Nacional del Ecuador prohibió al conjunto capitalino proseguir su desplazamiento. De regreso, Gimnástico jugó y empató sin goles en Pasto con la selección del departamento de Nariño. Recibió \$100 como honorarios. ¡Cien pesos colombianos por su actuación!

Antes, en 1935, la escuadra del Panamá de Guayaquil había realizado similar desplazamiento al vecino país. Eran giras que duraban un mes o más y los equipos actuaban en varias ciudades. Los "panamitos" (como se les conocía cariñosamente) jugaron en Cali, Medellín, Bogotá y Barranquilla. Cobraban por cada partido algo más de \$ 1.200 pesos, que para la época era una buena suma. Dos jugadores del Panamá, Ernesto "Cuchucho" Cevallos y Marino Alcívar, reforzaron al "Motorista" de Cali. Uno de los mejores resultados que alcanzó

nuestro equipo fue la victoria de 4 a 0 frente a la selección de Barranquilla.

En marzo de 1943, otro representativo guayaquileño, el Nueve de Octubre, también efectuó una larga temporada en Colombia. Debutó el 15 de marzo de ese año en Cali frente al Independiente de Palmira y ganó 5 a 4. Recordamos en el equipo ecuatoriano al arquero Napoleón Medina, al defensa central Jorge Lourido Tolozano, al centro medio Enrique "Moscovita" Álvarez, al "maestro" Raymondí, delantero, inclusive a los panameños José Luis y José Antonio Mendoza. Junto a la delegación iban tres artistas quiteños: los cantantes Carlota Jaramillo y Luis Alberto "Potolo" Valencia y el guitarrista Bolívar "el pollo" Ortiz. Se presentaron en el teatro Bolívar de Cali. Los empresarios pagaban la actuación del equipo con la recaudación de cada cotejo: ¿serían \$ 1.500 pesos acaso?

Un récord en El Ejido

Tenemos un registro del pasado: el domingo 27 de octubre de 1946 debutó en



Mano Fautos - El Comercio

A pesar de la temporada sin títulos 2004-2005, el Real Madrid tiene una cifra de negocio de 275,7 millones de euros, aumentando el 17 por ciento en un año. *Jean-François Nys*

Quito, en el estadio de El Ejido (con cancha de tierra), el club Millonarios de Bogotá, dirigido por el uruguayo Héctor Scarone, campeón mundial de 1930. El conjunto colombiano venció al Aucas 4 a 3. Hubo una recaudación récord para la capital: 12.100 aficionados pagaron \$ 63.500 sucres¹. En Aucas, que había sido

fundado un año antes, en 1945, actuaban grandes valores de nuestro fútbol. Después de algunos años volvía a nuestra ciudad un equipo de Colombia: antes, en abril de 1940, vino el Boca Juniors de Cali, que ganó por 1 a 0 al Gimnástico en su debut, el 7 de ese mes, pero luego perdió frente al Gladiador 4 a 3, a semana seguida, y finalmente el domingo 21 cayó ante la Selección Militar 2 por 1.

En la inauguración del estadio Olímpico de El Batán, de Quito, com-

¹ Esta suma equivale a 4.704 dólares de la época y a 48.303 dólares de 2006, una vez corregidos por la inflación en los EE.UU. Para las transformaciones se empleó el tipo de cambio publicado por el BCE en el libro "65 años de Información Estadística" y para establecer el valor de compra actual de esa cantidad se empleó el "Inflation Calculator" del Buro of Labor-

Statistics del Gobierno de EE.UU. Así mismo, el precio promedio de la entrada equivale a 4 dólares de 2006.

pletamente lleno, el 25 de noviembre de 1951, la taquilla ascendió a \$ 331.579 sucres². Cúcuta Deportivo, de Colombia, ganó al Río Guayas 4 a 3 y empataron, 2 a 2, la selección de Pichincha y otro conjunto colombiano, el Boca Juniors, de Cali.

¿Cuándo actuó el Real Madrid?

Tiempo al tiempo. El 12 de julio de 1959 se presentó en el primer escenario deportivo de la capital, el estadio Olímpico, el famoso Real Madrid de España.

El equipo europeo había actuado una semana antes en el estadio Nemesio Camacho (El Campín), de Bogotá. El alto costo para la venida de este equipo, hizo que un grupo de arriesgados aficionados (Rodrigo Paz, Gerinán Dávila Leoro entre ellos), asumiera la responsabilidad económica, para que la afición quiteña pudiera ver en acción a una verdadera constelación de *cracks*.

Estos fueron los precios de las localidades: entrada a tribuna \$ 40 sucres, media tribuna 20, general 15 y media general 8. "Las damas y los niños pagarán media entrada. Suspendidos todos los pases de favor", señalaba un aviso publicitario de la época. Y otro aviso señalaba: "Si usted va a ver a Real Madrid el domingo,

podrá contarles después de muchos años a sus nietos que vio al mejor equipo del mundo. Sí... porque Real Madrid es el mejor equipo del mundo... Di Stéfano, Puskas, Gento, Santamaría, Domínguez, Rial y otros maestros del fútbol mundial jugarán el domingo en el Estadio Olímpico".

El Real Madrid superó a la Selección de Pichincha 5 por 1. Hubo el registro de \$ 600.124 sucres pagados por 36.904 espectadores³. La escuadra europea cobró por su actuación \$ 20.000 dólares (poco menos que una fortuna hace 47 años), al cambio de 17,60 sucres por dólar hizo un total de \$ 352.000 sucres. A esto hay que agregar pasajes aéreos y estadía del equipo, para un total aproximado de \$ 400.000 sucres.

"Esto quiere decir que por cada minuto de juego, el Real Madrid cobró 4.444 sucres...", señalaba una nota periodística.

El mismo Real Madrid jugó y venció a Barcelona, en el estadio Modelo de Guayaquil el 13 de agosto de 1961, con pizarra de 3 a 1. Hubo una recaudación récord para el Ecuador: \$ 1'429.800 sucres⁴.

El equipo capitaneado por Alfredo Di Stéfano cobró \$ 33.000 dólares (a \$ 23

2 Equivale a 21.886 dólares de 1951 y a 167.290 dólares en 2006.

3 La cifra equivale a 34.309 dólares de ese año y a 234.270 para 2006. El valor promedio de la entrada en 2006 sería de 6,3 dólares.

4 Equivale a una recaudación de 471 mil dólares en 2006, siendo el precio promedio por entrada de 9,1 dólares.

sucres el cambio, hizo un total de \$ 759.000 sucres). Empresario fue el presidente del Nueve de Octubre, Gustavo Matheus. Viajamos desde la capital para ver ese partido. Hubo un hecho para el recuerdo: salieron a la venta las localidades, que se agotaron de inmediato. Ante el éxito de la venta de boletos, salió a la circulación un nuevo taquillaje, que adquirió el público desde luego. ¡Se había duplicado el número de entradas! Hubo más boletos que espectadores. En esas circunstancias, era curioso ver —mientras caminábamos hacia el estadio Modelo— que los revendedores ofrecían las localidades a menor precio: “¡A 10 sucres la general!”, era el anuncio... Más adelante: “¡A 5 sucres la general y a 30 la tribuna!”... Y en las cercanías del escenario... “¡A 2 sucres la general y a 10 la tribuna!”... Ese domingo, “se cayeron” los revendedores porteños...

Este fue el registro económico del encuentro internacional:

Localidad/ Precio	Recaudación (sucres)
800 palcos a \$ 120	96.000
10.496 tribunas a \$ 50	524.800
40.450 generales a \$ 20	809.000
51.746 personas	1.429.800

Las eliminatorias y el Santos

Poco antes, con motivo del debut de la Selección del Ecuador en una eliminatoria Mundialista, el 4 de diciembre de 1960, en el estadio Modelo de Guayaquil frente a su similar de Argentina, con escenario totalmente copado, se informó que se recaudaron \$ 1'090.000 sucres⁵.

Al debut del Santos de Pelé en Quito, el domingo 20 de marzo de 1960, sólo acudieron 16.658 aficionados. Es que la víspera hubo serios incidentes a la llegada del candidato a la presidencia de la República, doctor José María Velasco Ibarra, con saldo de un par de muertos y varios heridos...

En esas elecciones, Velasco Ibarra alcanzó 373.377 votos para la primera magistratura, de acuerdo con los resultados totales obtenidos después de haber escrutado las actas de las Juntas Electorales instaladas en todo el país. Galo Plaza Laso logró 175.000 votos, el doctor Gonzalo Cordero Crespo 172.000 y el doctor Antonio Parra Velasco 44.401.

Volvamos al fútbol. La escuadra san-tista goleó 6 por 2 al Aucas.

La segunda presentación del Santos, esta vez frente a LDU el 14 de enero de 1962, se contó con la asistencia de 35.708 espectadores que abonaron \$ 567.514 sucres⁶. Santos ganó 6 a 3 y Pelé

5 Equivalen a aproximadamente 62 mil dólares de ese año y a 410 mil dólares de 2006.

6 25 mil dólares en 1962, lo que equivale a 165 mil dólares de 2006. En promedio cada entrada costó 4,6 dólares.

anotó tres goles al arquero José Bordón, refuerzo del América de Quito para el equipo universitario.

Los pases de Alberto Spencer y Jaime Iván Kaviedes

Juancito López, entrenador uruguayo del seleccionado de fútbol del Ecuador para las eliminatorias del Mundial Chile 1962, fue quien recomendó al presidente de Peñarol, Gastón Güelfi, la contratación del centro delantero Alberto Spencer Herrera, jugador de Everest de Guayaquil.

Llegó el titular peñarolense al Ecuador y se produjo el acuerdo final para la transferencia de “cabeza mágica” el conjunto de los “mirasoles”: Everest recibiría 10.000 dólares⁷ con porcentajes, de acuerdo al reglamento de pases internacionales, para la Federación Deportiva Nacional del Ecuador y para la Federación Deportiva del Guayas. El jugador, por su parte, percibiría una suma que sobrepasaba los 100.000 sucres⁸.

El 29 de mayo de 1966, luego del triunfo de Peñarol frente a River Plate de Argentina, en Santiago de Chile, en la final de la Copa Libertadores de América, se daba cuenta del interés que tenía el Real Madrid, de España, de in-

corporar a sus filas a Alberto Spencer. Peñarol le había puesto precio y las cifras llegaban al equivalente de cuatro millones de sucres⁹ como mínimo, y acaso más...

En el campeonato ecuatoriano de fútbol de 1998 se dio un hecho muy especial: el delantero Jaime Iván Kaviedes, de Emelec, anotó 43 goles, récord vigente en el balompié de nuestro país. Esta cifra fue reconocida oficialmente por la IFFHS (Federación Internacional de Historia y Estadísticas del Fútbol). Kaviedes fue vendido a principios de 1999 al Perugia de Italia en 5 millones de dólares¹⁰, la transferencia más alta en el fútbol ecuatoriano.

Luego del Perugia comenzó el interminable paso de este jugador por diferentes equipos del mundo: Celta de Vigo y Real Valladolid (España); Puebla (México); Porto (Portugal); Crystal Palace (Inglaterra); Argentinos Juniors (Argentina); y los clubes nacionales Barcelona y Deportivo Quito, a parte de la Selección del Ecuador.

Registros superiores

Los dirigentes de un equipo “chico”, el América de Quito, con Galo Viteri a la cabeza, tuvieron el orgullo de registrar

7 Eso quiere decir que el pase solamente costó 66 mil dólares en valores de 2006.

8 Lo que equivale a 29 mil dólares en la actualidad.

9 El valor correspondiente para 2006 es de 1.232.680.

10 En 2006 el precio equivalente es de 6,1 millones de dólares.

un récord de asistencia al estadio Olímpico Atahualpa. El 5 de mayo de 1972, en cotejo por la Copa Libertadores de América frente al Barcelona, de Guayaquil, se contabilizó la concurrencia de 43.811 personas que pagaron \$ 802.779,80 sucres¹¹. Hubo empate sin goles entre los dos equipos ecuatorianos.

Éstas fueron las cantidades de entonces:

Localidad/ Precio	Recaudación (sucres)
100 palcos a \$ 100	10.000,00
3.700 tribunas a \$ 50	185.000,00
1.500 medias tribunas a \$ 25	37.500,00
34.124 generales a \$ 15	511.000,00
4.387 medias generales a \$ 8	35.096,00
43.811 personas	779.456,00
En ánforas	23.323,80
TOTAL	802.779,80

LDU (Quito) alcanzó, el 5 de marzo de 1975, una cifra cercana a la anterior: 43.800 aficionados vieron el empate de los universitarios 1 a 1 frente al Portuguesa, de Venezuela, por el torneo de los Libertadores. Se recaudaron \$ 1'354.000 sucres¹². Cuatro días después, el 9 de marzo, Liga y El Nacional igualaron 2 a 2 por el mismo certamen, ante 44.000 hin-

11 Este valor equivale a 146 mil dólares en la actualidad, a un promedio de 3,3 dólares la entrada.

12 197 mil dólares acumulando la inflación hasta 2006. La asistencia a ese partido habría tenido un costo de 4,5 dólares por entrada.

chas que dejaron en taquillas \$ 1'368.000 sucres¹³.

LDU pasó a la segunda etapa del torneo surcontinental de clubes y, el 4 de mayo de 1975, empató con Universitario de Deportes de Lima. Entonces, 45.000 espectadores coparon el escenario de El Batán con estas cantidades:

Localidad/ Precio	Recaudación (sucres)
200 palcos a \$150	30.000
5.000 tribunas a \$80	400.000
1.000 medias tribunas a \$40	40.000
5.800 preferencias a \$40	232.000
1.000 medias prefer. a \$20	20.000
28.000 generales a \$ 30	840.000
4.000 medias generales a \$15	60.000
45.000 personas	1.622.000 ¹⁴

Un "doblete" sensacional, El Nacional contra Banik Ostrava, de Checoslovaquia (empate sin goles), y la victoria de la Selección del Ecuador contra su similar de Colombia, el 26 de enero de 1977, en las Bodas de Plata del estadio del Batán, marcó la presencia de 45.039 personas y \$ 1.847.075 sucres de recaudación¹⁵.

Por las eliminatorias para el Campeonato Mundial de 1978 en Argentina, el

13 Aproximadamente 200 mil dólares de 2006, siendo de 4,5 dólares el valor promedio por boleto.

14 236 mil dólares actuales. El valor promedio por entrada es de 5,2 dólares.

15 El valor equivalente en 2006 es de 228 mil dólares, por lo que el valor promedio de cada boleto fue de 5,1 dólares.

20 de febrero de 1977, igualaron 1 a 1 los representativos de Ecuador y Perú en el escenario quiteño de El Batán. Asistieron 44.140 personas y pagaron \$ 2'650.500 sucres¹⁶.

Una semana después en Guayaquil, el 27 de febrero, se midieron por la misma eliminatoria Chile y Ecuador. Ganó el conjunto visitante 1 a 0 ante 48.872 asistentes que entregaron la suma de \$ 3'362.000 sucres¹⁷.

Universidad Católica de Quito tuvo exitosa participación en la Copa Libertadores de América 1980. El 24 de febrero superó al América de Cali 4 a 2, en condición de local, con la presencia de 44.272 personas y la recaudación de \$ 3'401.193,32 sucres¹⁸. Una semana después, el 23 de marzo, derrotó al Emelec, de Guayaquil, también en Quito, 5 a 0, y 38.571 hinchas vieron esa victoria con recaudación de 2'955.903,32 sucres¹⁹. Y el 26 de marzo, contra el Independiente Santa Fe, de Bogotá, la victoria fue de 1 a 0, con recaudación de \$ 3'401.193,32 sucres²⁰ pagados por 47.037 aficionados.

16 327 mil dólares, valor promedio de la entrada de 7,4 dólares.

17 414 mil dólares, con un costo promedio por boleto de 8,5 dólares

18 293 mil dólares en la actualidad; equivale a un costo promedio por entrada de 6,6 dólares.

19 255 mil dólares en la actualidad; se mantiene el costo promedio por entrada de 6,6 dólares.

20 293 mil dólares en la actualidad con un precio promedio por entrada de 6,2 dólares.



El planeta no es más que un único estadio, y la aldea global no es más que un único público que puede asistir a los mismos partidos al mismo tiempo. *Brochand*

Otros cotejos con altas cifras

Con miras al Mundial España 1982, el 17 de mayo de 1981 se enfrentaron en Guayaquil los seleccionados de Ecuador y Paraguay. Ganó la "Tricolor" 1 a 0 ante 49.022 personas que dejaron la cantidad de \$ 6'335.090 sucres²¹.

Luego de una semana, el 24 de mayo, por la misma competencia, se registró el empate sin anotaciones entre Ecuador y Chile. Concurrieron 51.511 personas y abonaron \$ 6'606.190 sucres²².

21 Cifra igual a 443 mil dólares en la actualidad que representa un promedio de 9 dólares por entrada.

22 La recaudación en dólares de 2006 fue de 462 mil, con un promedio por entrada de 9 dólares.

La presencia de Argentina en Quito, por la Copa América 1983, el 10 de agosto, marcó todo un récord de recaudación en el Ecuador: \$ 8'358.000 sucres, abonados por 43.805 concurrentes. Argentina y Ecuador igualaron finalmente 2 por 2. Idénticas cifras se dieron a conocer, el 17 de agosto, luego del triunfo de la Selección de Brasil contra la de Ecuador 1 a 0, por el mismo certamen.

50 años de fútbol profesional

El primer partido de los campeonatos nacionales profesionales se jugó el domingo 10 de noviembre de 1957 en el estadio de El Ejido, de Quito. Deportivo Quito venció a Barcelona 2 por 1, ante 6.838 espectadores que pagaron \$ 50.787,30 sucres²³. Al cotejo entre Aucas y Emelec, el 17 de noviembre en el mismo escenario deportivo, acudieron 7.605 personas que abonaron \$55.569,15²⁴. Venció el equipo porteño 4 por 3 a la escuadra capitalina.

Deportivo Quito ganó como local a Emelec 1 a 0, el 24 de noviembre, ante 10.151 aficionados que coparon el estadio de El Arbolito y la taquilla fue de \$76.747,60²⁵. Y el 1 de diciembre, también en la capital, concurren 5.361 hinchas

para ver el accidentado encuentro entre Aucas y Barcelona, los ídolos de Quito y Guayaquil, y pagaron \$40.411,10 sucres²⁶.

El rubro total de este campeonato en Quito fue de \$223.514,35.²⁷ (¿Por qué constan los centavos? Porque cuando los aficionados acudían con algún atraso y se habían cerrado las boleterías, para entrar al estadio depositaban algún dinero en las ánforas a las que ingresaban los boletos de entrada). La recaudación para los dos cotejos del Deportivo Quito fue de \$127.534,60²⁸ y para el Aucas, \$95.980,25.²⁹

Han transcurrido casi 50 años. El año próximo se cumplirán las Bodas de Oro de los torneos del balompié rentado en el Ecuador.

El primer torneo contó con la participación de los campeones y subcampeones de Guayas (Emelec y Barcelona) y de Pichincha (Deportivo Quito y Aucas), que jugaron con la modalidad de enfrentar al rival de la otra Asociación en partidos de ida y vuelta, pero no se midieron entre sí los conjuntos de la misma ciudad. Los estadios de El Ejido, en la capital, y George Capwell, en el Puerto principal, fueron los escenarios del certamen.

En el lapso de medio siglo, los sistemas de la competencia han variado muchas veces. Se llegó al certamen de 2000

23 Se recaudaron 20 mil dólares a un promedio por boleto de 3 dólares.

24 En dólares de 2006 se recaudaron 22 mil dólares a un promedio por entrada de 3.2 dólares.

25 Cerca de 31 mil dólares con un promedio por entrada de 3 dólares.

26 Aproximadamente 16 mil dólares a un promedio por entrada también de 3 dólares.

27 Equivale a 89 mil dólares de 2006.

28 Aproximadamente 51 mil dólares.

29 Alrededor de 38 mil dólares.

con la modalidad de 10 equipos que jugaron una primera etapa de todos contra todos en choques de ida y vuelta. Los tres primeros clasificaron a la fase final con bonificación de 3, 2 y 1 puntos. Hubo una segunda fase, idéntica. En la liguilla final se definió el título. El sistema se mantuvo hasta el 2004, para dar paso en 2005 a la disputa de dos competencias, Apertura y Clausura, con un equipo campeón en cada torneo. En el presente año se volvió al anterior sistema.

Cifras comparativas

Veamos, comparativamente, algunas cifras de asistencia y de recaudación para establecer un paralelo entre los torneos de 2003 y de 2005.

Los mayores registros se establecieron en el estadio Atahualpa, de Quito, reducto de El Nacional y Deportivo Quito, con \$2'204.245 en 48 partidos. LDU (Quito), en la Casa Blanca, obtuvo \$1'677.663. Deportivo Cuenca, en el Alejandro Serrano Aguilar, \$1'007.767. Barcelona, en el Monumental de Guayaquil, \$708.372 y Emelec, en el Capwell, 488.364.

El encuentro que marcó el récord de la temporada fue el que disputaron Deportivo Quito y LDU (Quito), el 6 de agosto en el estadio Atahualpa, con presencia de 37.655 aficionados. La mayor recaudación, sin embargo, se produjo el 26 de octubre en el mismo escenario, \$ 226.084 en el partido Deportivo Quito frente a Emelec.

Campeonato de 2003

Asistencia	Recaudación	Entrada promedio
Primera etapa		
586.751 personas	\$ 2'731.509	4,7 dólares
Segunda fase		
531.286 personas	\$ 2'421.458.	4,6 dólares

El hexagonal final, la etapa más atractiva, decisiva del torneo, tuvo estas cifras:

Asistencia	Recaudación	Entrada promedio
363.767 aficionados	\$ 1'986.799	5,5 dólares

El gran total para el Campeonato Nacional 2003 fue:

Asistencia	Recaudación	Entrada promedio
1'481.804 personas	\$ 7'139.766	4,8 dólares

Campeonatos de 2005

Asistencia	Recaudación	Entrada promedio
Torneo apertura		
798.744 personas	\$ 4'779.687,90	6,0 dólares
Torneo clausura		
654.299 personas	\$ 3'620.027,65	5,5 dólares

Se trata de dos campeonatos, por primera vez en el Ecuador, en un año. Dos torneos diferentes. Pero con miras a establecer cantidades comparativas, diremos que:

- En el primer torneo 171.660 aficionados acudieron al estadio Atahualpa y pagaron 1'068.441. Le siguió en importancia el estadio de Liga, con 143.115 personas y \$932.888. Luego estuvo Barcelona, en su reducto del Monumental guayaquileño, con 128.212 espectadores y \$638.451. Deportivo Cuenca tuvo el respaldo de 100.782 hinchas y la recaudación de \$628.291,90.
- Para el segundo campeonato, denominado Clausura, se establece que 415.034 personas concurren a los partidos de la fase de todos contra todos, y la recaudación sumó 2'244.842,90. La "liguilla" o hexagonal final, la fase decisiva del certamen, tuvo 239.265 aficionados en los graderíos de los diferentes estadios y en taquillas, \$1'375.181,75.

El gran total para la temporada 2005 fue:

Asistencia	Recaudación	Entrada promedio
1'453.043 personas	\$ 8'399.712,55	5,8 dólares

Ecuador en dos mundiales

La Selección de Fútbol del Ecuador, categoría mayores, alcanzó, luego de diez Eliminatorias sudamericanas, la clasificación a un Campeonato Mundial, el de Corea del Sur-Japón en 2002.

Bien vale señalar que Ecuador fue invitado para tomar parte en el Cuarto Torneo Mundial, que se efectuó en 1950 en Brasil. Inclusive fue convocada una preselección, que se concentró en Guayaquil, y estuvo integrada por 36 futbolistas. Contaba con cuatro arqueros: Félix "Tarzán" Torres, de Guayaquil, Alfredo Carrillo, de Ambato, Jorge Cobo y Gonzalo "Patallucha" Cevallos, de Quito. No se hizo realidad la presencia ecuatoriana en ese torneo, por falta de fondos. Así se hizo conocer a los jugadores, que debieron retornar a sus ciudades de origen una vez disuelto el combinado.

El 4 de diciembre de 1960, en el estadio Modelo de Guayaquil, Ecuador perdió 6 por 3 frente a Argentina en su primera aparición en una eliminatoria. Se se-

ñaló que 65.000 aficionados pagaron \$1'090.000 sucres³⁰.

El partido entre los seleccionados de Ecuador y Uruguay, el 7 de julio de 1969 en el estadio Modelo de Guayaquil, por el grupo 2 de las eliminatorias para el Mundial de México 1970 (que integraba además Chile), marcó un récord en nuestro país. Uruguay venció por 2 a 0. Este fue el informe:

Localidad/ Precio	Recaudación (sucres)
40.000 generales a \$ 25	1.000.000
12.000 tribunas a \$ 50	600.000
3.000 tribunas lat. a \$ 40	120.000
783 palcos a \$ 120	93.960
55.783 asistentes	1.813.960 ³¹

El 1 de julio de 1973, en el estadio Olímpico Atahualpa, se midieron los representativos de Ecuador y Uruguay por las eliminatorias del grupo 1, en el que también estaba Colombia, para buscar un cupo al Mundial de Alemania 1974. Ganó Uruguay por 2 a 1 ante 43.075 espectadores, que pagaron \$ 1'315.000³². Fueron vendidas 75 entradas a la localidad de palco, 5.000 a tribuna y 38.000 a general.

30 El valor equivale a 415 mil dólares de 2006 y se cobró por entrada 6,4 dólares en promedio.

31 Esa recaudación expresada en dólares de 2006 fue de 415.520, correspondiendo un promedio de 7,2 dólares por boleto.

Comparativamente

Vale recordar los registros numéricos de hace seis años, para establecer un parangón con lo que ocurrió posteriormente, en la eliminatoria para el Mundial de Alemania 2006. Los partidos eliminatorios se efectuaron en Quito.

Para el Mundial 2002, el primer cotejo, frente a Venezuela, se disputó en la Casa Blanca, los demás en el estadio Olímpico Atahualpa. (Ver tabla en la siguiente página).

Para el Mundial 2006, todos los encuentros se realizaron en el estadio Olímpico Atahualpa de la capital ecuatoriana. El orden de los partidos es el mismo, porque la competencia se efectuó con igual calendario del anterior, con la modalidad de todos contra todos. (Ver tabla en siguiente página)

32 Se recaudaron 236 mil dólares. Los aficionados pagaron un promedio de 5,5 dólares por entrada.

Fecha	Rival	Asistencia (personas)	Recaudación (dólares)	Entrada promedio (dólares)
29 marzo 2000	Venezuela	37.247	116.900	3,14
29 junio 2000	Perú	40.167	281.871	7,02
25 julio 2000	Colombia	37.345	325.921	8,73
16 agosto 2000	Bolivia	21.526	127.429	5,92
8 octubre 2000	Chile	28.556	180.401	6,32
28 marzo 2001	Brasil	36.368	608.774	16,74
24 abril 2001	Paraguay	30.145	488.094	16,19
15 agosto 2001	Argentina	38.566	827.195	21,45
7 noviembre 2001	Uruguay	38.448	1'217.095	31,66
Total		308.368	4'173.680	13,53

Fecha	Rival	Asistencia (personas)	Recaudación (dólares)	Entrada promedio (dólares)
6 septiembre 2003	Venezuela	14.967	360.640,00	24,10
19 noviembre 2003	Perú	34.361	764.692,50	22,25
2 junio 2004	Colombia	31.484	586.002,50	18,61
5 junio 2004	Bolivia	30.020	512.540,00	17,07
10 octubre 2004	Chile	27.956	433.180,00	15,50
17 noviembre 2004	Brasil	38.308	851.365,00	22,22
27 marzo 2005	Paraguay	32.449	529.752,50	16,33
4 junio 2005	Argentina	37.583	775.947,50	20,65
8 octubre 2005	Uruguay	37.271	1'019.872,50	27,36
Total		284.399	5'833.992,50	20,51

La publicidad

En la época del fútbol aficionado, los jugadores vestían el uniforme de su equipo con los colores tradicionales en camiseta, pantaloneta y medias. Posteriormente, y para identificar al deportista, se idearon los números en la espalda de cada blusa: el 1 para el arquero, 2 y 3 para los defensas, 4, 5 y 6 para los integrantes del medio campo, y del 7 al 11 para los delanteros. Antes de cada partido, el vocal de turno daba a conocer por los altavoces número y nombre de cada jugador, y pedía que cada uno levantara su brazo derecho para que lo identificara el público.

La situación ha variado. Las diferentes firmas comerciales anuncian sus productos con su logotipo de identificación en el uniforme del futbolista. En la parte frontal de la camiseta del Deportivo Cuenca, para citar un ejemplo actual, constan Zhumir, Canal 1 TV y Maratón Sports; en la parte posterior, Banco del Austro y Burbuja Express; en las mangas, Las Fragancias, Movistar y Embutidos La Italiana. En la pantaloneta constan Fundación de Turismo de Cuenca y Etapa. La publicidad, \$ 700.000, abarca el 60% del presupuesto anual. Las firmas pagan al club "colorado" de contado. El resto del presupuesto del equipo se espera cubrir con el producto de la taquilla de cada partido, en el estadio Alejandro Serrano Aguilar.

Por la mención en el pecho de la camiseta una firma comercial abona a

LDU (Quito), Barcelona, Emelec, o El Nacional entre 500 mil y 750 mil dólares. Aucas, Olmedo, Deportivo Cuenca, Macará, Espoli y Deportivo Quito, perciben sumas entre 80 mil y 200 mil dólares. La publicidad en la espalda de la casaca igualmente tiene un precio que varía de la misma forma entre los dos grupos si el anuncio se coloca en la parte inferior o superior. Lo propio sucede con las mangas de las camisetas. En la pantaloneta la cantidad pagada por los anunciantes está entre 80 y 100 mil dólares por la temporada.

La multinacional McDonald's eligió al lateral izquierdo de Liga Deportiva Universitaria de Quito, Paúl Ambrossi, el jugador para que sea la imagen ecuatoriana en el Mundial de Alemania 2006. La cadena de comida rápida, auspiciante de la Copa del Mundo, designa a un futbolista de cada selección clasificada para que la represente en una campaña que se extiende por todo el orbe. Y la del hombre-gol de la "Tricolor", Agustín Delgado, no se queda atrás en este aspecto.

Todavía se recuerda que para el Mundial de 2002, en Corea del Sur -- Japón, las imágenes del jugador Alex Darío Aguinaga y del director técnico Hernán Darío "el Bolillo" Gómez, fueron las más promocionadas.

Para las eliminatorias previas al Campeonato Mundial de 2002, las cifras por los derechos de televisión fueron altas, porque hubo el respaldo económico de la firma ISL. Y eso benefició a la

Federación Ecuatoriana de Fútbol. Esa empresa quebró y las cantidades bajaron a sus escalas si se quiere normales: Argentina, lo señalemos, recibió \$5'000.000 de dólares por derechos televisivos. Ecuador percibió \$4'500.000. "Manejamos la situación y no hicimos un mal negocio", expresó el titular de la Ecuafútbol, Luis Chiriboga Acosta.

En febrero pasado se informó que la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA) entregó a la Ecuatoriana de Fútbol \$770.000 dólares, para ser invertidos en la preparación del equipo para el Mundial de Alemania. Y, aparte del respaldo económico de Pilsener, en la caniseta de la "Tricolor" están las de otras importantes firmas comerciales: Maratón Sports, TAME y Coca Cola.

En 1993, la Compañía de Cervezas Nacionales apareció en el balompié de nuestro país en condición de auspiciante de la Selección del Ecuador y de tres clubes: Aucas de Quito, Técnico Universitario de Ambato y Valdez Sporting Club del Guayas. Ese apoyo se ha mantenido. Igual recibió, en reciprocidad, la concesión de la venta de bebidas en los distintos estadios. Más para el presente Campeonato Ecuatoriano de Fútbol, Cerveza Pilsener, que antes copó espacio en nueve de diez equipos de la Serie "A", sólo aparece como patrocinador de cuatro conjuntos: El Nacional, Olmedo, Barcelona, Aucas y Emelec. ¿La causa? El grupo empresarial Bavaria, una de las diez cerveceras más grandes del orbe, ac-

cionista mayoritaria de Cervezas Nacionales, vendió más del 70% de sus acciones a SAP, compañía cervecera sudafricana, en un rubro millonario, con muchos ceros a la derecha...

Y Bavaria, ahora, debe consultar para los auspicios a los personeros sudafricanos. Ha graduado sus recursos para este año. La Compañía de Cervezas Nacionales decidió que, con la presencia de la Selección del Ecuador en el Mundial alemán del presente año, va a invertir más en nuestro representativo. Con esta determinación, los clubes del país quedaron en un segundo o tercer plano.

El equipo de la Escuela de Policía (Espoli), que desde hace diez años contó con el principal respaldo de esta entidad cervecera, cuenta hoy con un apoyo menos significativo.

Otro rubro importante para la economía de los diferentes equipos, son las vallas publicitarias ubicadas junto a la cancha en los distintos escenarios deportivos. En el estadio Olímpico Atahualpa, de la capital, este ingreso es propiedad exclusiva —desde hace mucho tiempo, cuando presidía el Deportivo Quito el ingeniero Ney Mancheno Velasco— de este club que lleva el nombre de la ciudad.

Los dirigentes de los distintos equipos decidieron entonces buscar nuevos respaldos económicos, para cubrir presupuestos que en muchos casos se financian en un 50% con el importante apoyo empresarial. El conjunto azul-grana con Coca Cola, Banco Solidario,

Creditácil, Portacelular. Espoli encontró eco con Agroprotección, firma que labora en la agricultura y sus insumos, gracias a que el conjunto tiene como sede Cayambe, cuyo cantón es conocido en la nación por su labor en la floricultura.

Personeros del Macará de Ambato, que en 2006 volvió a la primera división del balompié del Ecuador, habían definido el presupuesto de \$1.500.000 para su intervención en el campeonato. De esta suma, \$600.000, deben financiarse con la publicidad. Dos firmas fueron las primeras en unirse al respaldo popular para el equipo: Movistar y Makrotubo.

Pero la firma cervecera ahora colombiano-sudafricana no es la única. Nuevos respaldos comerciales han surgido. Movistar, proveedor celular, es la firma española que tuvo a Liga Deportiva Universitaria de Quito como su primer beneficiado. Por segundo año consecutivo la letra "M" azul está en el uniforme del club que cuenta con una de las mayores hinchadas de la nación. Y Movistar también apoya, con leyenda en mangas y dorsos de las camisetas de Emelec, Barceloua, Espoli, Macará y Deportivo Cuenca.

¿Y qué aconteció con la otra compañía fabricante de cerveza, Ambev Ecuador y su producto Brahma? En

2004 apoyó al club Barcelona y al Deportivo Quevedo en 2005. La directiva del equipo guayaquileño rescindió un contrato firmado y se fue con Pilsener. Brahma decidió no aparecer este año. Es posible que esta firma, que cuenta con capital brasileño, retorne al balompié el año próximo. Al parecer se planifican estrategias en este aspecto.

Con motivo del Mundial de Alemania, 3 canales de TV se unieron para lo que ellos consideran el evento publicitario del año: Ecuavisa, Red Telesistema y Teleamazonas, que adquirieron los derechos de transmisión del Mundial a un costo aproximado de 5 millones de dólares. Esta asociación de canales se denomina "La Tri". Además para la transmisión de los partidos amistosos de la selección esos derechos se elevan a 1 millón de dólares más. El costo global asciende a 8,5 millones de dólares, considerando los rubros de imprevistos, uso del satélite y presencia de tres periodistas en Alemania. Se considera que cada empresa auspiciante de estas transmisiones, para promocionar su marca, deberá pagar 800 mil dólares.

Por otro lado, varias emisoras de radio también realizan asociaciones para reducir los costos y así cubrir las transmisiones del mundial.



Archivo El Comercio

El Club Deportivo Cuenca y la economía local

Víctor Aguilar*

Juan Sarmiento**

Introducción

Apacible, serena, conventual, conservadora a ultranza Cuenca en la primera mitad del siglo XX era una ciudad dedicada, de manera fundamental, a lo que se solía llamar las faenas del espíritu, es decir, arte, religiosidad y poesía. De allí, incluso, que a alguien se le ocurrió el ruidoso cognomento de Atenas del Ecuador. Era difícil que se concediera cabida a epítetos actuales como los de capital deportiva del país o aquel ingenuo, por grandilocuente y exorbitante, de la Olimpia americana.

Esto ni remotamente quiere decir que en la Cuenca de la primera mitad del siglo XX no se hiciera deporte. Lo que pasa es que era una actividad más bien recreativa, sin afanes de competencia y, normalmente, en los certámenes interprovinciales cuando el triunfo o la derrota ya tenían un valor agregado — Juegos Nacionales, por ejemplo — la pro-

vincia del Azuay ocupaba, en el balance final, muy modestos lugares.

En cuanto al deporte pasión y lamentablemente, deporte lucro, deporte industria — el fútbol, su práctica inicial, a comienzos de la década de los veinte se hacía en canchas precarias, la menos mala de las cuales era la de la tercera Zona Militar. En esos encuentros de hacha y tiza, de pundonor y bizarría auténticas, y, obviamente, de paupérrimo nivel técnico, destacó un equipo, el legendario Chile. Recién en 1945, con bombo, platillo y alharaca que rompe la placidez de la vida de la pequeña urbe, se inaugura el Estadio Municipal con motivo de la realización del Quinto Campeonato Nacional de Fútbol Aficionado, aunque ya se empleaba el anglicismo amateur.

La decorosa actuación de la selección provincial dejó como secuela un equipo que será el ídolo de la ciudad durante dos décadas: el *Acción* que patentará un clásico regional en sus enfrentamientos con el club representante del más populoso y popular de los barrios cuencanos: La Cruz del Vado. Precisamente, serán los barrios los que organizarán sus equipos — el

* Docente de la Facultad de Economía de la Universidad de Cuenca.

** Docente de la Facultad de Economía de la Universidad de Cuenca.



Con la televisión de los partidos las barras también tienen sus sponsors. *Juan José Sebrelli*

Peñarol de San Sebastián, el Unión de El Vecino, el Santos Club de Todos los Santos, el Volante de San Francisco formado, en su mayoría, por conductores de taxis – para participar en un campeonato que rara vez concluía por una serie de razones: reglamentación que se aprobaba sobre la marcha, disolución de los equipos por problemas internos, ausencia de una organización arbitral, penuria económica por escasa asistencia del público, etc.

Luego de la crisis terminal del Acción, a comienzos de los años sesenta, se optó por una propuesta sui generis: la única posibilidad de que subsistiese el fútbol como espectáculo era formar una selección de la ciudad para que se enfrentara con los equipos de Quito y Guayaquil, urbes que ya tenían fútbol profesional y ya exhibían algunos hitos:

el campeonato invicto alcanzado por el Río Guayas formado exclusivamente por jugadores extranjeros, el triunfo del Barcelona frente al Millonarios con jugadores de leyenda como Pedernera y Di Stéfano, la victoria de la selección de Pichincha frente a la selección de Argentina que asistiría en 1962 al campeonato mundial de Chile y, sobre todo, la presencia de Alberto Spencer y sus goles en el Peñarol de Montevideo.

Esa selección que tenía los jugadores de mayor capacidad técnica y experiencia, tomó un nombre curioso, se llamó Juvenil y cumplía religiosamente su cometido: reunir a los aficionados para que, cada quince días, aplaudan su habitual empate en los encuentros amistosos frente a los equipos profesionales que tenían fecha libre en sus campeonatos.

Estas circunstancias, público siempre escaso que permitía afirmar que el Estadio Municipal era el más grande del mundo pues nunca se llenaba, falta de un ente que planifique y organice campeonatos coherentes, preferencia por otros deportes colectivos como el baloncesto colegial, por ejemplo, no permitían suponer, ni de lejos, que en Cuenca iba a cuajar, tan espectacularmente, el fútbol profesional. Pero, lo hizo y, como dice el lugar común, superó todas las expectativas y la imaginación más delirante.

A inicios de los años setenta, en 1971 para ser exactos, una curiosa amalgama de jugadores más o menos veteranos de los

equipos profesionales con una que otra potencial figura cuencana, empezó a cumplir encuentros de fogueo y preparación ya que, según un rumor, la Federación Ecuatoriana de Fútbol iba a ampliar el número de equipos. Y el rumor fue cierto. Sin mayores discusiones, se aprobaron los estatutos de las Federaciones Profesionales de Fútbol y se aceptó que las provincias de Manabí, Tungurahua, Chimborazo y Azuay tengan sendos equipos de fútbol¹. Había nacido el equipo profesional de fútbol, destinado a ser el Expreso Austral, el de las Camisetas Coloradas, o simplemente el Cuenquita para el hincha paciente y sufridor.

No hay en el idioma, la palabra lo suficientemente hiperbólica para calificar lo que significó el fútbol profesional para la vida de la ciudad. Quizás el lenguaje cotidiano ayude: “toda ponderación es nada”. La colisión fútbol-ciudad fue tremenda. El impacto brutal. No se exagera cuando se afirma que significó, en la vida de la ciudad, una cesura profunda, casi abismal. Fue algo similar a lo que sucedió cuando Macondo conoció el hielo,

es decir, un hito definitivo, y, por lo tanto, es lícito afirmar que la historia de la ciudad se divide en antes y después del Cuenquita. No puede discutirse la verdad de estas aseveraciones si es que tomamos en cuenta que en una urbe, cuya población recién superaba los 100 mil habitantes, semanalmente 10 mil personas madrugaban para llenar “las aposentaduras del Alejandro Serrano” como se bautizó el Estadio en honor al Alcalde pero, más importante que eso, el mentalizador del fútbol profesional y presidente fundador del Club. Muy pronto el local parecía diminuto, hubo necesidad urgente de ampliarlo y duplicar su capacidad pero, igual, la gente luchaba con fervor por un lugar².

Es decir, hubo cambios muy claros y significativos. El fervor religioso de una de las ciudades más católicas del país cedió paso al fanatismo deportivo: la gente

1 El equipo de la ciudad se llamó, sin más Deportivo Cuenca, pero los otros ratificaron nombres curiosos, Macará, un cantón lejano es el nombre del equipo ídolo de Ambato. José Joaquín de Olmedo, el vate guayaquileño, presta su nombre para uno de los clubes de fútbol más antiguos del país, el Olmedo de Riobamba y, durante mucho tiempo, el Club profesional de Manabí fue el Juventud Italiana. Es más, Machala tuvo durante algunos años el equipo Carmelo Mora de Encalada.

2 Sucédían hechos risueños, el primer triunfo cuencano en la ciudad de Quito enloqueció a las multitudes que invadieron el terminal aéreo e impidieron el aterrizaje del avión que trasladaba a los ídolos; ante dificultades en el transporte del equipo visitante, un encuentro programado para las 9 de la mañana se realizó recién a las 4 de la tarde, el público esperó con paciencia maudita aunque al momento del partido estaba obnubilado y embrutecido, ya sea por el cansancio o por el alcohol que circuló con cuencana generosidad; un encuentro extra por el campeonato nacional publicitado como el partido del siglo entre El Nacional y Barcelona hizo que se formen gigantescas hileras a partir de las 3 de la madrugada. A la hora programada, 11 y 30 un público apático, cansado, adormilado, ni siquiera se enteró del triunfo de El Nacional.

ya no madrugaba a misa ni a los rosarios de la aurora o vestía sus mejores galas para la retreta de los domingos, sino que se agenciaba su gorro, su transistor, su larga vista, su caminera, para concurrir a un nuevo templo donde nuevos dioses reclamaban su veneración.

No es por lo tanto una exageración afirmar que un 80% de la población alteró su existencia. En la mayoría de los casos, para bien. Sobre todo desde la perspectiva económica. Los periodistas deportivos surgieron por generación espontánea y su reproducción fue incontrolable. La mayoría de ellos hacían gala de una ignorancia espectacular y masacraban al idioma, pero igual, se ubicaban en sitios preferentes de la escala económica. Surgieron nuevas profesiones: vendedores de boletos, pasabolas, supervisores, controladores, encuestadores, gerentes, auditores, promotores, representantes, publicistas y unos especímenes completamente extraños, los veedores.

Proliferaron los negocios. Formales e informales. Tres cuadras antes de la puerta de ingreso, asomaban los primeros: los revendedores. Y, luego, lleve viseras para el sol, plásticos para la lluvia, paraguas, cojines, "La Cancha" para que lea en el entretiempo, pilas para su radio, "El Mercurio", "El Tiempo", "Estadio" con la foto de Caicedo, escarapelas, gorros chéveres, sombreros, banderines, un póster de Bareño, un autógrafo de Piazza, el cassette con el último gol de Liciardi, hornado con pocas moscas, boletos falsetes a mitad

de precio, rimas para hacer barra, camisetas, estampitas. Adentro, "el caos se organizaba", uniformes identificaban a los informales autorizados para vender los alimentos y las bebidas, guatitas y cerveza eran los productos más socorridos, pero también, sobre todo en las noches, se colaban los vendedores de alcohol con alguna clave para que el cliente los identifique y engañar a los controladores pues, supuestamente, era una actividad prohibida. Pero, con frecuencia, el Estadio se convertía en una inmensa cantina.

En fin, si en los dorados años 60 Cuenca se modernizó con los electrodomésticos, con el auto, el cine, la TV, la discoteca, el vestuario informal y cómodo, el rock, la afluencia a la playa, el turismo interno, si se vivió alegremente a ritmo de frenesí y se caminó en pos de las utopías, el advenimiento de los años 70 no significó, al menos para los cuencanos, un desencanto, una pesadilla, una frustración. Hubo un antídoto. O, por lo menos, una evasión. La Cuenca ultra católica se futbolizó y encontró un refugio y un espacio para la euforia, pero también nuevos derroteros y nuevas propuestas de vida.

Es cierto que el impacto inicial se ha ido atenuando y el fanatismo ha encontrado remansos. Es más, en los años 80, el fútbol pasó a un modesto segundo plano porque la villa grande pasaba ya a ser una ciudad pequeña y llegaban nuevos conflictos que afrontar, nuevas metas que alcanzar, nuevas necesidades que atender, pero, también es verdad que el fútbol es

un elemento fundamental de la existencia cotidiana y mantiene su peso y su presencia. Más todavía si en el año 2004 se alcanzó el Campeonato Nacional. Quedan pues, nuevos lugares: casas deportivas, museos, complejos deportivos, canchas, profesiones vinculadas exclusivamente al espectáculo deportivo de cada domingo, estadísticas que marcan sus momentos de gloria, 4 copas Libertadores de América, tres vicecampeonatos, un campeonato, un record goleador que duró 23 años y posibilidades de trabajo para un sinnúmero de personas cuya vida digna depende de las derrotas y los triunfos. Esos informales del fútbol, que posiblemente si no tuvieran estos aside-ros que les liga al país, serían ya serios candidatos al naufragio en pos del sueño americano.

La estructura del comercio informal alrededor del Deportivo Cuenca

Algunos elementos de juicio sobre el sector informal

El fenómeno de la informalidad no es nuevo en América Latina, ni en el Ecuador. Sin embargo, estudios recientes indican que el sector informal parece haberse incrementado en el país en los últimos años, especialmente a partir de la crisis económico-financiera de los años 1999 y 2000. Por ejemplo, el Banco Central del Ecuador afirma que la infor-

malidad casi se duplicó en el Ecuador entre 2002 y 2004, pasando de un 34% de la PEA a fines de 2002 a cerca del 60% a fines de 2004.

La informalidad en Cuenca y probablemente en todo el país, plantea un rasgo común que los distingue, tal como ocurre con la informalidad a nivel mundial. "La economía informal, no es una condición individual sino un proceso de actividad generadora de ingresos caracterizada por un hecho principal: no está regulado por las instituciones de la sociedad en un medio social y legal en el que se reglamentan actividades similares" (Portes, et. al. 1990)

La evidencia parece confirmar las sospechas: a pesar de que el desempleo en Cuenca es uno de los menores del país, la tasa de migración y la informalidad se han incrementado en los últimos años (Diario Mercurio: "Mercado laboral en Cuenca" marzo de 2003). Por supuesto los datos no son en lo absoluto concluyentes al respecto. Sin embargo, algo sí está claro: en una sociedad que difícilmente garantiza el cumplimiento de las normas y leyes para todos los participantes de la economía, la informalidad constituye una enorme tentación para gran parte de los elementos de la misma. Muchas personas y organizaciones productivas se pasan fácilmente al lado de la informalidad como un mecanismo de abaratar costos laborales, tributarios y de gestión, principalmente.

La informalidad tiene dos caras que conviven y generan opiniones sobre ella, a veces en franca disputa. ¿Es la informalidad una manifestación de pobreza que compite deslealmente con las llamadas empresas formales de la sociedad y, por ende, hay que eliminarla; o es una respuesta de una parte de la sociedad que busca mitigar los efectos de la exclusión y la marginalización? Dicho de otro modo los informales ¿son el problema o son el mejor atisbo de solución?

Este ensayo no pretende dar una explicación cabal de qué es la informalidad y porqué se produce, y menos pretende dar un juicio de valor sobre ella. Solamente buscamos entender mejor cómo este fenómeno tan amplio, que muchas veces surge en base al sacrificio, a la creatividad y que constituye el sustento de muchas familias ecuatorianas, se relaciona con otro fenómeno de las sociedades modernas y se alimenta de él: la pasión por el fútbol.

Quiénes son, y de dónde vienen los vendedores informales, cuya actividad se desarrolla en los alrededores del estadio.

Imagínese un día de fútbol en Cuenca. El Deportivo Cuenca juega con el Barcelona o con la Liga de Quito. Es un domingo en la mañana o un viernes cuando cae la tarde. Tres o cuatro cuerdas antes de llegar al estadio, se le acerca una persona y le ofrece una "general". A medida que usted avanza, el monto, así

como la gama de promesas, aumenta. Camisetas, gorritos, afiches, pulseras aparecen frente a usted, desde todas las direcciones; y si tiene hambre, las promesas de satisfacerla no son pocas: frituras, secos, encebollados o simplemente un confite sirven para satisfacerla.

En realidad, si usted tuviera la paciencia de contarlos, observaría más de 15 puestos de comida fijos, entre veinte y treinta de ropa, y un sinnúmero de ambulantes (por ejemplo; son más de cuarenta personas distintas revendiendo, aproximadamente 37 vendedores de comida ambulante distintos y 17 personas que le ofrecen cuidar su carro, también distintas. Las personas son distintas pero no podemos decir nada acerca de si los negocios son diferentes).³

La mayoría de los que tienen puestos fijos de comida y de ropa se ubican en los predios cercanos a la general. De hecho, el 50% lo hace en las afueras de la general sur y un 30% fuera de la general norte. En Cuenca, las razones no son solamente por la facilidad de ubicación, ya que la explanada en la general sur es más amplia, sino de demanda. Los de general "se pegan" el seco fuera del estadio; los de tribuna lo hacen adentro.

Un sondeo a los informales asentados a las afueras del estadio, mostró que uno de cada cuatro de ellos se dedica a esta actividad desde hace menos de un año.

³ Se debe considerar que muchos de los vendedores informales recorren distintos escenarios del país.

De todas formas más del 60% llevan en esto un período de hasta cinco años. (Ver gráfico No. 1). No podemos dejar de lado el respetable porcentaje de lo que tienen más de diez años en la actividad (21.2%).

¿Qué factores han determinado que muchas personas empiecen a dedicarse a la venta informal en la explanada del estadio Alejandro Serrano Aguilar? En primer lugar, el éxito del club en el 2004, cuando obtuvo el campeonato ecuatoriano; sin lugar a dudas atrajo público, y el público atrae vendedores. Sin embargo sería muy superficial atribuir todo este comportamiento a un único factor. Si observamos desde una perspectiva más amplia, el fenómeno de la compra de camisetas y otros *souvenirs*, se siente con fuerza en el Ecuador desde las eliminatorias al mundial Corea-Japón 2002, y claro, aunque la clasificación fue un triunfo de la selección, los clubes en el país no han sido ajenos a ello.

Un dato interesante es que la mayoría de las personas que tienen menos de un año dedicándose a esto (cerca del 75%), residen habitualmente en otras provincias del país, como Tungurahua y Chimborazo, mientras que más del 85% de quienes tienen más de diez años en la actividad, residen en Cuenca. Por esa razón, podemos inferir que existen grupos más o menos organizados de personas, cuya actividad principal es la venta de ropa, otros artículos deportivos o comida preparada, que recorren los esce-

Gráfico 1: Tiempo que se dedica a la actividad de informalidad



Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Los autores

narios deportivos del país donde se juegan partidos importantes que atraen a una gran cantidad de público. La Tabla No. 1, en la página siguiente, muestra lo que contestaron los informales consultados cuando se les preguntó sobre su lugar de residencia habitual.

De todas maneras, resulta interesante constatar que casi el 40% de estos vendedores dicen dedicarse exclusivamente a la venta de sus productos cuando hay fútbol; un 24% se dedica a esta actividad con o sin fútbol, y el 36% también tiene otra actividad (Ver Tabla No. 2).

Tabla 1: Lugar de residencia habitual

Ciudad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Cuenca	14	42.4	42.4
Riobamba	6	18.2	60.6
Quito	4	12.1	72.7
Ambato	3	9.1	81.8
Esmeraldas	3	9.1	90.9
Otras	3	9.1	100.0
Total	33	100.0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Los autores

Tabla 2: ¿Trabaja en lo mismo cuando no hay fútbol, tiene otra actividad diferente, solo se dedica a ésto cuando hay fútbol?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
A algo diferente	12	36.4	36.4
Exclusiva al fútbol	13	39.4	75.8
A lo mismo, cuando no hay fútbol	8	24.2	100.0
Total	33	100.0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Los autores

El negocio de la informalidad

Del análisis anterior queda claro que el 40% de los encuestados deben el 100% de sus ingresos a esta actividad. Los demás se encuentran en un rango que va desde el 10% al 80%, en lo que podría considerarse una distribución uniforme

(es decir más o menos con la misma frecuencia).

Uno de los objetivos fue estimar la diferencia entre las ventas que se tienen en un día en el que el partido es importante, contra las ventas en un partido de menor relevancia (por la asistencia del público, nada más). Aparentemente la diferencia promedio está entre los \$30 y \$40 entre una jornada concurrida y una que no lo es. El gráfico No. 2 muestra los resultados obtenidos.

La venta de ropa

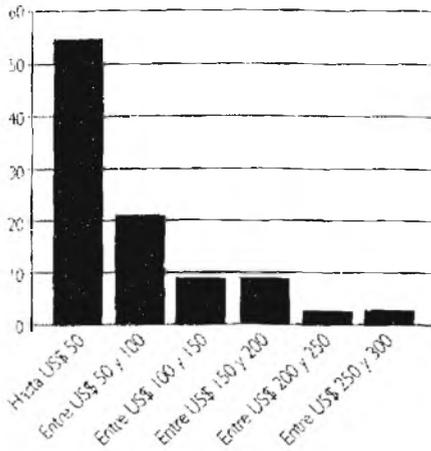
Ahora bien, una camiseta del Deportivo Cuenca⁴ exhibida en un puesto de la calle, y claro está, no oficial, le costaría alrededor de cuatro dólares (depende de pequeñas diferencias en la calidad y de su capacidad de regatear, pero el precio no variará significativamente). Este es el artículo más demandado según los vendedores, aunque también tienen una buena aceptación las gorras y un poco menos las casacas.

La cantidad de camisetas vendidas en promedio por cada jornada fue de aproximadamente 28 artículos, con una desviación estándar de 25.2, mientras que la mediana fue de 20. Esto significaría, que un vendedor informal por ventas de ca-

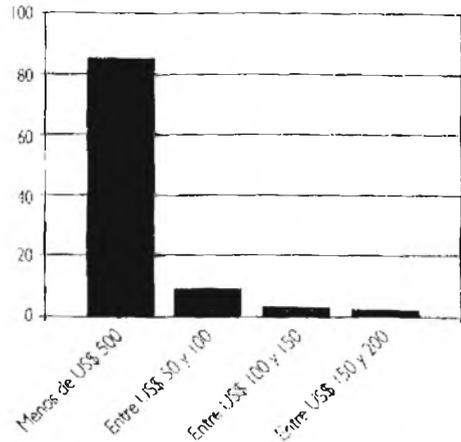
4 En realidad, se pueden encontrar invariablemente, camisetas de la Selección Nacional, de la Liga de Quito y del Barcelona, y a veces, inclusive del rival de turno también.

Gráfico 2

Ventas cuando el partido es importante



Ventas cuando el partido no es importante



Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Los autores

misetas en la ciudad de Cuenca⁵, tendría ingresos de aproximadamente USD 2,000.00 al año (tomando un promedio de 25 partidos al año, la mediana de 20 camisetas por jornada a un precio de \$4,00).

Pero, ¿quién fabrica las prendas que se venden libremente en los predios del estadio? La respuesta parece ser que son los mismos vendedores quienes lo hacen. Como se aprecia en la Tabla No. 3, dos de cada tres vendedores producen los ar-

tículos que ofrecen a la venta, y solamente 1 de cada tres lo adquiere de proveedores.

¿Fabrica usted las prendas que vende?

Sí las fabrica	66.7%
Adquiere de un proveedor	33.3%
Total	100%
Fuente: Investigación de campo Elaboración: Los autores	

5 Se debe considerar que muchos de los vendedores informales recorren distintos escenarios del país.

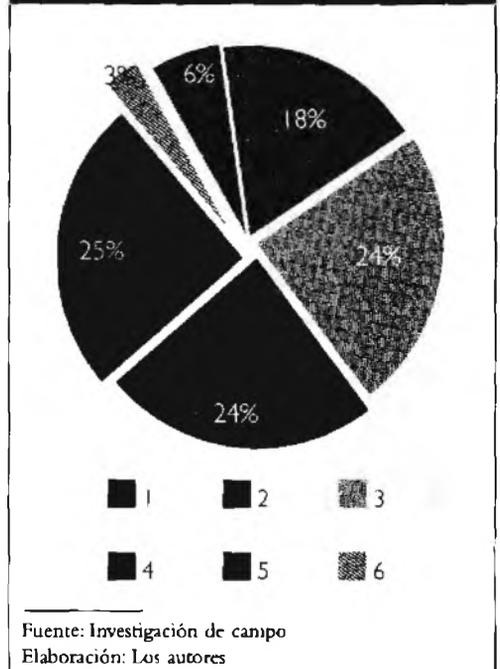
Algunas ideas finales sobre el comercio informal

En la mayoría de los casos, las ventas de los informales ubicados alrededor del estadio son mayores antes del partido que después. Sin embargo, no debemos obviar a los comerciantes que hacen negocio dentro del estadio. Por ejemplo, en un partido con una concurrencia promedio (en Cuenca esa cifra está alrededor de 8.000 personas), se puede observar entre 12 a 15 vendedores, solamente en la Tribuna⁶.

Tampoco podemos olvidar a los revendedores. Éstos, como todos sabemos, varían en número de acuerdo a la percepción que se tenga acerca de la importancia de la fecha a jugarse. La reventa, además promueve un espacio para actividades nada beneficiosas para el club, por ejemplo: ¿Qué circunstancia tendría que darse, para que un revendedor le ofrezca una entrada a un precio menor al oficial, cuando falta todavía un tiempo prudencial para el inicio del partido?, bueno, la única respuesta viene dada porque le está ofertando una entrada que ya fue usada, alguien la recibió en la taquilla y volvió a salir; ésta es la famosa “ruleta”.

Por otro lado, los cuidadores de carros, que suelen disputarse los mejores lugares, tienen costos que no suelen superar los 50 centavos, probablemente de-

Gráfico 3: Número de personas que trabajan en el negocio



bido a que este es el costo mínimo de un parqueadero común. Por último, debemos entender que muchas personas y familias dependen de esta actividad. El Gráfico No. 3 nos indica, en porcentajes, el número de personas que trabajan en cada negocio. Casi en el 75% de los casos, solamente laboran hasta tres personas, con una media de 2.6 trabajadores por local.

6 Los puestos fijos dentro del estadio, los consideramos en este trabajo como negocios formales; y se analizarán posteriormente en este documento.

Los negocios formales y el fútbol

También es comprensible que el fenómeno futbolístico promueva en el sector formal de la economía, en este caso y puntualmente en el comercio local, estímulos para sacar provecho de esta suerte de asociación que ha surgido en el individuo que vincula al fútbol con gasto de dinero.

En la ciudad de Cuenca, el estadio en donde actúa el equipo local se encuentra en un barrio residencial, de acuerdo a los catastros municipales. Pese a esa percepción técnica, alrededor de esa infraestructura deportiva se han instalado a lo largo de los años una serie de negocios que hacen pensar en la necesidad de evaluar la posibilidad de cambiar de parecer. La investigación efectuada encontró la existencia de al menos diecisiete locales comerciales concentrados en las proximidades del estadio⁷, esta referencia se complementa indicando que sólo existen tres residencias familiares en el sector. La variedad de negocios es significativa y aunque haría falta una profunda investigación para determinar si todos ellos surgieron y se mantienen gracias al fútbol, es posible inferir que en algunos de los casos, efectivamente el negocio del fútbol constituye una motivación especial a la hora de la decisión de inversión.

También es cierto sin embargo, como lo vamos a observar más adelante, que existen negocios que ven al espectáculo deportivo como una externalidad negativa.

Pues bien, analicemos a continuación temas importantes sobre este vínculo: negocio formal-fútbol.

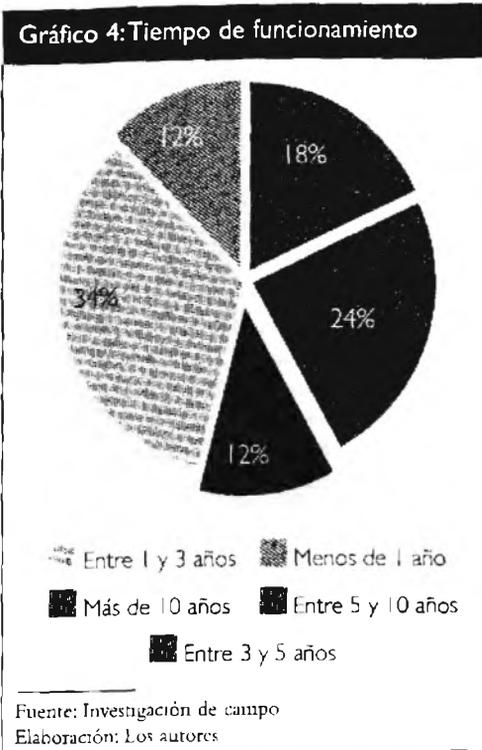
Tipos de negocios

Se conoce que cualquier proyecto empresarial nace con la idea. Esta idea debe crearse tomando en consideración la oportunidad de negocio, la competencia, la capacidad de producción y sobre todo la existencia de un nicho de mercado o una demanda observable. Seguramente, quienes formaron los negocios próximos al estadio, se preguntaron al plantear esta idea ¿Qué se debe ofertar al público? Con certeza, la respuesta estuvo vinculada a las razones por las que las personas van al Estadio, las horas en las que suelen producirse los espectáculos deportivos y lo que el público requiere consumir a esas horas.

No es necesario un detallado estudio de mercado para darse cuenta que lo que busca ese aficionado es comer y también beber (tanto bebidas alcohólicas como no alcohólicas) y, por lo tanto, eso justamente es lo que se le debe ofrecer. Por esa razón, de los diecisiete locales comerciales registrados, doce dedican sus ventas a este menester. Entre los cinco restantes encontramos: dos farmacias, un supermercado, una panadería y un bazar.

⁷ Se tomó como zona de influencia la Avenida del Estado y las transversales inmediatamente próximas.

Tiempo de funcionamiento de los negocios



El gráfico 4 presenta los siguientes datos:

Para analizar idóneamente esta información, cabe indicar que el club representativo de la ciudad surgió a la lid deportiva hace más de 34 años, y desde sus inicios utilizó su actual escenario. Sólo dos negocios son aproximadamente coetáneos con el club: el supermercado y una de las farmacias; dos negocios que suelen existir en todo barrio.

Con el paso del tiempo, el desarrollo local y el crecimiento del marketing futbolístico propiciaron en alguna medida

que los negocios en el sector fueron surgiendo. Aspectos, que sin embargo deben ser complementados con dos hechos ciertos: por la existencia de la siguiente relación: buena campaña del equipo-mayor cantidad de gente al estadio-mayores ventas e impulso de la campaña de marca iniciada por el club.

El primero de ellos es en extremo evidente. Como se puede ver en el gráfico precedente, el 58% de los negocios surgieron en los últimos cinco años; coincidiendo esto con la consolidación del equipo en la serie "A", tras su retorno de la serie inferior y con sus últimas actuaciones que le valieron el derecho a acceder a campeonatos internacionales. Por tanto es posible decir que la aparición de negocios próximos al estadio constituye un fenómeno reciente, que podría estar fuertemente vinculado a este deporte. El 66% de los negocios de alimentos y bebidas (restaurantes y licorerías) surgieron en este último lustro; hecho que abona al argumento de que una motivación significativa para su creación podría ser el club de fútbol; aspecto que sin embargo será verificable cuantitativamente a través de la comparación, cuando el equipo construya su nuevo estadio.⁸

8 El club Deportivo Cuenca tiene como proyecto especial para los próximos años la construcción de su propio estadio. El avance del proyecto en cuanto a la obtención de financiamiento es aceptable. Será según la dirigencia, el más moderno de América Latina y tendrá, entre sus principales atractivos, un techo corredizo.

El segundo hecho también coadyuva a este desarrollo comercial en la zona, ya que los últimos cinco años la administración del club se ha caracterizado por tener un corte más empresarial, caracterizada por el impulso que se le ha venido dando al nombre del club como una marca, al mismísimo estilo de la denominación de origen. Entonces resulta “una buena idea” colocar un negocio cerca del lugar en donde juega el Deportivo Cuenca.

Ventas el día del partido

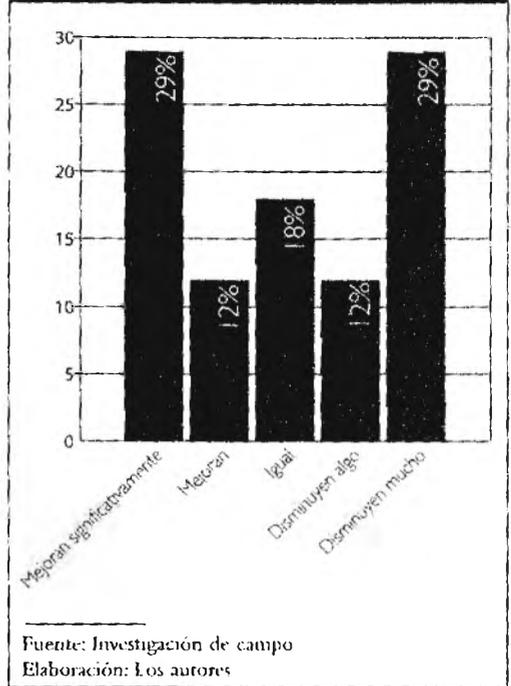
Como se observó anteriormente, un día de fútbol provoca una “inundación” de negocios informales que pasan a convertirse en competencia directa de algunos de los negocios formales establecidos en el sector. Esto podría llevarnos a pensar en que la posibilidad de mejorar las ventas para este tipo de negocios podría ser escasa.

Los resultados son diversos y la mejoría o no en un día de partido, depende del tipo de bien que se venda.

Como se puede apreciar, los efectos positivos del fútbol son para la mayoría de negocios; concretamente para aquellos dedicados a la venta de alimentos y bebidas. Los perjudicados resultan los negocios de barrio: boricas, supermercado y panadería.

Lo siguiente es preguntarse que tan significativa es la mejoría que aducen te-

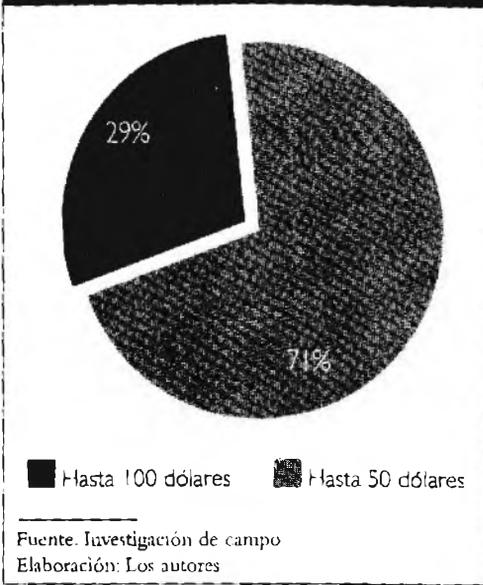
Gráfico 5: Ventas cuando hay un partido de fútbol



ner estos negocios. Nos vamos a encontrar con cantidades significativas, tomando en cuenta que se producen en un solo día, como se aprecia en el gráfico 6 en la página siguiente.

Obviamente, es comprensible, en cierta medida, la aversión que poseen los dueños de negocios por la divulgación de sus datos de ventas, por lo que no es posible establecer un porcentaje de rendimiento sobre las ventas habituales; pero tomando en cuenta que existen algunos locales que inclusive abren sus puertas los domingos, en los que hay fútbol, se puede tener una visión general de la impor-

Gráfico 6: Mejora en las ventas



darse algunas necesidades básicas; por ejemplo, las farmacias del sector constatan drásticas disminuciones en sus ventas; la cantidad de personas, impide desarrollar los controles de seguridad (robos) y, la congestión vial y el cierre de vías que imposibilita el arribo de clientes habituales.

Finalmente, cabe preguntarse: ¿Cuál es el mejor día de fútbol para los negocios? (Tabla 4)

¿Por qué la respuesta más repetida fue el viernes noche?, bien, entre los negocios que mejoran significativamente sus ventas están las licorerías. Viernes en la noche, fútbol y alcohol es una combinación que tiene muchos adeptos.⁹

Otros negocios vinculados al fútbol

Tabla 4: Jornada preferida

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Miércoles noche	28.6	28.6
Viernes noche	57.1	85.7
Domingo mañana	14.3	100.0
Total	100.0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Los autores

Una vez creada la necesidad, se oferta el producto. Eso, justamente ocurrió con el fenómeno futbolístico en la ciudad de Cuenca. La ciudad posee uno de los parques automotores más grandes del país en proporción con el número de habitantes. Cuando es día de fútbol, la cantidad de hinchas que llegan al estadio en sus automotores es sencillamente espectacular. Todos ellos tienen la necesidad de dejar a buen recaudo sus vehículos. Por esa razón se adecuaron en las inmediaciones del escenario deportivo un total de 3 parqueaderos (que podrían calificar-

tancia de ese deporte en esas economías microempresariales.

Más, sería injusto referirnos con exclusividad a los beneficios económicos del fútbol. Existen como se mencionó, algunas consecuencias no deseables: cuando sólo se piensa en fútbol suelen olvi-

⁹ Para la dirigencia, el viernes en la noche resulta también el mejor día para programar el espectáculo, la razón es la misma que ya se expuso.



Mundo Ligas - El Comercio

Francia ha utilizado el fútbol como una vía de integración de la inmigración. A su manera, Holanda también. La selección representa algo más que jugar un partido. *Johan Cruyff*

se como los “cuida carros formales”). El precio oscila de acuerdo al tipo de partido, van desde \$1 hasta \$ 2, si el partido es de Copa Libertadores, por ejemplo. En promedio, en los parqueaderos grandes se pueden albergar aproximadamente 80 vehículos, lo cual provee al propietario del negocio de \$160, en tan solo 3 horas.

Por otro lado, existen también negocios formales al interior del estadio, siendo los más importantes aquellos destinados a la venta de alimentos. Sólo en la tribuna del estadio en una jornada pueden ser vendidos entre 150 y 200 hot-dogs; 400 a 600 gaseosas, 200 a 300 cer-

vezas, 200-300 platos (los conocidos “secos”). Pero el hincha del fútbol es un consumidor especial: se le puede vender muy caro y él paga. En promedio, un producto vendido en el estadio, resulta entre un 30% a 50% más caro que uno adquirido fuera.

La camiseta oficial: el negocio formal de mayor facturación

Podría incluso ser una muestra de estatus. Sí, la diferencia entre el hincha de mayores ingresos, con aquel cuyos ingresos son menores, es de hecho el origen

de la camiseta que lleva al estadio. La diferencia en precio, entre una prenda que es comprada en algún almacén de la empresa que confecciona la camiseta original, y la que se puede adquirir en el comercio informal bordea los \$23. Para que una camiseta del Deportivo Cuenca cumpla con los requisitos de ser original, debe tener, a más de la marca de la empresa que las hace, todos los *sponsor* que auspician al equipo en el año.

Además, posee otra característica muy propia y es que, aunque es una prenda de vestir, debe ser considerado como un bien perecible; ¿por qué?, pues simplemente porque los equipos de fútbol cambian en cada temporada los diseños, los auspiciantes o algún detalle específico del uniforme, y por tanto la "vida útil" de la prenda suele ser un año. Como resultado, la camiseta original del club es la prenda de vestir más cara del mercado.

Durante el 2004, la empresa que confecciona y comercializa la camiseta, facturó aproximadamente \$75,000.00 por este concepto, derivado de la venta de alrededor de 2,500 camisetas a un precio promedio de \$28.90. Como es obvio, las ventas se impulsan durante los meses en los cuales el equipo se halla en una racha positiva de resultados y decae cuando sucede lo contrario. Por esa razón, si el equipo no entra en una liguilla de definición, todos los negocios vinculados a la marca, sufren las consecuencias monetarias de tal situación.

En la ciudad de Cuenca además, estas

camisetas sufren una suerte de exportación, pues de acuerdo a la investigación efectuada, se comprobó que alrededor del 30% de las camisetas adquiridas son enviadas a los países a donde un hincha del Deportivo Cuenca emigró; en consecuencia, es posible hallar camisetas del club en EE.UU., Italia y España (entre los países que más emigrantes cuencanos acogen).

En síntesis, entre comercios cercanos al estadio, parqueaderos creados para recibir vehículos durante las sesiones futbolísticas, venta de artículos al interior del estadio, publicidad y promoción de artículos¹⁰, espacios comerciales en las radios locales¹¹; el mercado formal usufructúa de un fenómeno de masas que en la ciudad viene representado por el club Deportivo Cuenca.

10 Aunque no se analizó este aspecto, es necesario indicar que las empresas locales suelen aprovechar la concurrencia al estadio para entregar propaganda de lo más variada: desde promoción de conciertos, viajes, tarjetas de crédito, pasando por línea blanca, vehículos y bienes raíces hasta invitaciones a clubes nocturnos y similares.

11 El periodismo deportivo (que en la mayoría de casos es exclusivamente futbolístico) es la actividad vinculada a esta práctica, más creativa. En casos excepcionales con ingresos similares a los de algunos futbolistas.

El Deportivo Cuenca como marca y empresa

Es cierto, para que una organización pueda denominarse como empresa, es necesario que cumpla con algunos requisitos mínimos. Uno de ellos es definitivamente la planificación presupuestaria. El Club Deportivo Cuenca, la realiza formalmente desde hace 3 años, pues desde el año 2003, se asume una nueva óptica para el manejo del club.

La optimización de recursos es una muestra de la validez de la planificación; el presupuesto del club para el 2005, alcanzó aproximadamente \$4,000,000.00; mientras que para la campaña 2006, se redujo a \$2,400,000.00. Entre los principales ahorros estuvieron: la eliminación de primas, las cuales, en el último año en que se pagaron, tuvieron un peso cercano al 18.75% del presupuesto total y la reducción en la nómina salarial de los jugadores del equipo profesional, que pasó de un promedio de \$ 8,000 mensuales por jugador en el 2005, a \$ 4,000 para la temporada 2006.

Por otro lado, el adecuado manejo financiero ha ido paulatinamente reduciendo las elevadas deudas que mantenía el club con distintos acreedores: banca privada, empresarios deportivos y demandas legales.

Los ingresos del Club

Siendo el Deportivo Cuenca de hecho una marca, la comisión de mercadeo tiene a su cargo una significativa labor, pues la eficiente venta de la marca sustenta en gran medida la financiación del equipo. Dentro de este aspecto, la publicidad que se vende en el estadio, los convenios con algunas instituciones y la venta de *souvenirs* son los principales.

De la publicidad en el estadio, el club recibe el 100% de montos nada despreciables. Una valla pequeña le genera al club \$5,000 anuales, la llamada valla gigante cuesta alrededor de \$25,000 al año; pero una valla extra grande (en el estadio se vendieron 2), alcanza un precio de \$45,000. Los convenios y auspicios son también significativamente importantes en el financiamiento de la temporada, es así que la actual camiseta del Deportivo Cuenca posee la publicidad de 10 empresas entre locales y nacionales.

Los derechos de televisión, son un rubro considerable, pero el monto del contrato no se han hecho público, ni pudo ser averiguado en esta investigación.

Caso aparte merece el análisis de la taquilla, por ser el ingreso más sensible a la actuación deportiva del club. El 2006, dos años después de la obtención del campeonato, la reducción en la venta de abonos, fue del 30% con respecto al año siguiente de haber alcanzado el logro. El promedio de sustentación del presupuesto actual se ha fijado en \$18,000.00 de ta-

quilla por partido, valor bastante inferior al del año anterior que fue fijado en \$35,000.00. Es necesario conocer que una de las motivaciones principales para la construcción del estadio propiedad del club, es la posibilidad de contar con un mayor porcentaje de las taquillas, pues actualmente al ocupar el escenario municipal se obtiene solamente el 60% del ingreso total, debido a los altos impuestos.

En cuanto a la organización administrativa, el club está estructurado por comisiones, que hacen las veces de departamentos. Estas comisiones son actualmente cinco: mercadeo, finanzas, disciplina,

deportiva y legal. La plana administrativa del club, la integran 12 personas. La plantilla de jugadores incluye el equipo de primera división y las inferiores¹².

En definitiva el manejo financiero de la institución es extremadamente complicado y demanda muchas horas de trabajo. Es común trabajar con déficit¹³ y éste suele ser financiado por el mecenas del club, en este caso su presidente; el aporte de otros dirigentes no es monetario, más si en tiempo y dedicación.

Bibliografía

Diario Mercurio (2003). "Mercado laboral en Cuenca" marzo.

Portes, Alejandro, et.al. (1990). *La economía informal*. Buenos Aires: Editorial Planeta.

12 Un equipo deportivo profesional es la única empresa en el mundo en donde los obreros (jugadores) ganan más que el personal administrativo y los gerentes de área (dirigentes).

13 En el mejor de los casos, para este año se espera un déficit de USD \$ 240,000.00.

Fútbol y tributación en el Ecuador

Wilson Ruales Moncayo

Introducción

“Los gobiernos de todos los países y todas las épocas han propiciado el deporte espectáculo como una válvula de escape para las tensiones sociales, razón por la cual, no sólo que le han brindado servicios públicos en forma gratuita o por lo menos con tasas reducidas sino que también le han exonerado de impuestos. ¿Cómo pretende usted cobrar impuestos al fútbol profesional en el Ecuador?”

Palabras más, palabras menos, pero ésta era fundamentalmente la expresión con la que los dirigentes de federaciones, asociaciones y clubes del fútbol profesional argumentaban frente al requerimiento que, a principios del año 2000, el Servicio de Rentas Internas empezó a exigir a las entidades mencionadas el cabal cumplimiento de las disposiciones de la Ley de Régimen Tributario Interno y su reglamento.

Sostenían también, que en el Ecuador el fútbol no es un negocio, a tal punto que además de las cuotas entregadas por los socios de los clubes, los dirigentes han

tenido que aportar cuantiosos recursos prácticamente en una actitud de mecenas.

Algunos dirigentes de los clubes, ostentaban además cargos de representación política, prevalidos de los cuales, pretendieron forzar cambios en la conducta de la Administración Tributaria. Esta situación refleja que el fútbol en el Ecuador no está apartado de los intereses políticos.

También trataron de ejercer presión los diferentes medios de comunicación colectiva, a través de sus espacios deportivos, en los cuales se criticaba las “pretensiones del SRI por gravar al fútbol”.

Sin duda, esas expresiones reflejan el total descontrol que hasta ese momento había tenido la Administración Tributaria respecto de las actividades que se realizan alrededor de este deporte de masas y, por supuesto, el bajo nivel de cultura tributaria que hasta esa época presentaba toda la sociedad ecuatoriana.

En nuestro país, por cualquier acción que realice un individuo o un grupo de ellos, que de cierta manera redunde en algún nivel de bienestar social, éstos consideran que tienen derecho a una exone-



La prensa deportiva defiende las posibilidades de lucro de las empresas comerciales al explotar con ganancias la fijación de las masas a la actividad deportiva. *Gerhard Vinnai*

ración o a un tratamiento tributario especial o a un privilegio que le puede otorgar la sociedad. No se realizan las acciones con desinterés ni con un sentido de solidaridad.

Poco a poco se va comprendiendo que vivimos en una sociedad en la que todos estamos obligados a sostenerla, como lo realizan los miembros de cualquier agrupación de carácter gremial, barrial, etc., y que cuando algunos miembros de esa sociedad no cumplen a cabalidad con sus obligaciones tributarias o no soportan equitativamente el financiamiento de los servicios que debe proporcionar el sector público, se afecta el nivel de bienestar de toda la sociedad, se presentan distorsiones en la economía y se produce el déficit, el

mismo que no puede prolongarse indefinidamente y debe ser cubierto en algún momento; para esto, se crean nuevos impuestos o contribuciones que generalmente deben ser pagados por el mismo pequeño grupo que siempre satisface las obligaciones haciendo más inequitativa e injusta la situación social.

La exención en el pago de servicios públicos merece el mismo análisis. Si un grupo de la sociedad no paga las correspondientes tarifas, el servicio se desfinancia, consecuencia de lo cual, se ve afectada la calidad por falta de mantenimiento de la infraestructura disponible o falta de inversiones para ampliar la cobertura. Para superar el problema, entre las alternativas posibles, destaca siempre el aumento de las tarifas, que lo van a soportar aquellos sectores que no gozan de exoneración o rebaja.

Estas reflexiones fueron expuestas para lograr la comprensión de los dirigentes deportivos, tanto más cuanto que no se pretendía gravar con impuestos al fútbol sino que simplemente los diferentes actores que están alrededor de este deporte y que obtienen de él ingresos significativos, cumplan con las disposiciones legales vigentes, las mismas que, vale anotar, contemplan exoneraciones para las organizaciones deportivas.

En una situación de total incumplimiento de las obligaciones tributarias, en un medio en el que no se tenía conciencia de la necesidad de cumplirlas y de desconocimiento de las normas respecti-

vas, resultaba difícil e imprudente pretender que la administración tributaria simplemente aplique la fuerza de su autoridad para obligar al cumplimiento de los deberes formales y sustantivos de la tributación. Era necesaria una estrategia que induzca al “cumplimiento voluntario” por parte de las entidades del fútbol profesional, de los miembros del cuerpo técnico y de los futbolistas, árbitros y demás actores del deporte de masas. Por ello, se inició un proceso de capacitación, a través de algunos seminarios que fueron ofrecidos en varias ciudades del país. Pocos dirigentes asistieron a los eventos, en los que estuvieron presentes básicamente contadores, tesoreros y otros encargados de los aspectos financieros y económicos de las entidades del fútbol profesional. Nuevamente ello refleja la poca importancia que ciertos círculos de nuestra sociedad dan a la tributación.

Por otra parte, el Servicio de Rentas Internas expidió un instructivo respecto de las obligaciones tributarias de las entidades del fútbol profesional, técnicos y jugadores, con amplias explicaciones sobre la forma en que debían cumplírselas y las fechas de presentación de las declaraciones. Los miembros de la dirigencia nacional se comprometieron a difundir este instructivo entre todas las entidades del fútbol profesional y, por supuesto, entre todos sus actores.

Adicionalmente, la Administración Tributaria dictó las resoluciones de carácter general con el objeto de facilitar el

proceso de retenciones en la fuente, especialmente para los casos de técnicos y futbolistas.

El camino está construido. Sólo falta que lo transiten responsablemente quienes deben hacerlo.

Tributación nacional

Impuesto a la Renta

El Art. 9 de la Ley de Régimen Tributario Interno, establece las exoneraciones del impuesto a la renta para una serie de ingresos y en su numeral 5) dice:

“5.- Los de las instituciones de carácter privado sin fines de lucro legalmente constituidas de: culto religioso; beneficencia; promoción y desarrollo de la mujer, el niño y la familia; cultura; arte; educación; investigación; salud; deportivas; profesionales; gremiales; clasistas; y, de los partidos políticos, siempre que sus bienes e ingresos se destinen a sus fines específicos y solamente en la parte que se invierta directamente en ellos.

Para que las fundaciones y corporaciones creadas al amparo del Código Civil puedan beneficiarse de esta exoneración, es requisito indispensable que estas instituciones se encuentren inscritas en el Registro Único de Contribuyentes, lleven contabilidad y cumplan con los demás deberes formales contemplados en el Código Tributario y esta Ley.

El Estado, a través del Servicio de Rentas Internas verificará en cualquier momento que las instituciones a que se refiere este numeral, sean exclusivamente sin fines de lucro, se dediquen al cumplimiento de sus objetivos estatutarios y, que sus bienes e ingresos se destinen en su totalidad a sus finalidades específicas. De establecerse que las instituciones no cumplen con los requisitos arriba indicados, deberán tributar respecto de las utilidades que obtengan en las actividades empresariales, de carácter económico, que desarrollen en competencia con otras sociedades obligadas a pagar impuesto a la renta;”.

Como se puede observar de la disposición transcrita, las federaciones, asociaciones y clubes del fútbol profesional, por ser organizaciones sin fines de lucro, dedicadas al deporte, están exentas del pago del impuesto a la renta, pero bajo los condicionamientos de que sus ingresos sean destinados exclusivamente a sus propios fines, que lleven contabilidad y que cumplan con las demás obligaciones formales previstas en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Los clubes del fútbol profesional, tienen ingresos provenientes de los aportes de sus socios, de la taquilla de los espectadores en los que interviene el club, derechos de televisión, de los contratos de publicidad de varias empresas, de las transferencias de sus jugadores y otros de diferente naturaleza. Todos ellos se

encuentran exentos del pago del impuesto a la renta, siempre que se los destine a la actividad propia del club. Sin embargo, en algunos casos, “el pase” de los jugadores no ha pertenecido en todo o en parte al club, sino a terceras personas. Pero es necesario anotar que las transferencias siempre aparecen entre clubes, por lo que es indispensable transparentar el valor real de tales transacciones con un registro apropiado en la contabilidad del club de la parte que le corresponda y que se proporcione a la Administración Tributaria la información de lo que perciben terceros para que éstos respondan por sus obligaciones tributarias.

En acatamiento de las disposiciones de la ley, la Administración Tributaria al efectuar la determinación en las entidades de carácter deportivo, necesariamente revisa que los ingresos de las mismas se destinen a sus propios fines, lo que se cumple en la mayoría de los casos; sin embargo, ha debido observar en una entidad deportiva el incumplimiento de la norma, por lo que procedió a realizar la glosa respectiva.

La norma antes transcrita, establece que para que surta efecto la exoneración del impuesto, las entidades del fútbol profesional deben cumplir con las obligaciones formales que establecen la Ley de Régimen Tributario Interno y su Reglamento. La primera obligación que debe cumplir toda persona natural o sociedad, al inicio de sus actividades, es la

de inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes y la de mantener actualizada toda la información que sirve de base para la inscripción en el mencionado registro. En la actualidad, todas las entidades del fútbol profesional se encuentran inscritas en el Registro Único de Contribuyentes, pero todavía hay algunas entidades que incumplen la obligación de actualizar los datos cuando se ha producido cualquier cambio en la información. Así por ejemplo, los cambios en la representación legal de la entidad deportiva se actualizan en el RUC frente a la necesidad de alguna diligencia ante la Administración Tributaria.

La Ley señala expresamente que toda sociedad, cualquiera sea su naturaleza, debe llevar contabilidad, la que será la base fundamental para el establecimiento de las respectivas obligaciones. Los registros contables sirven, no solamente para efectos tributarios, sino fundamentalmente para proporcionar información que oriente la gestión administrativa y técnica de una entidad o empresa, por lo que resultaría natural y obvio que toda entidad y club del fútbol profesional dispongan de tales registros contables.

Sin embargo, la realidad era completamente diferente en la mayoría de los casos y en este hecho se basaron los dirigentes de varias entidades para señalar que no podían responder por el incumplimiento tributario en períodos anteriores, por no disponer de la contabilidad

institucional de aquellos períodos y solicitaban que las acciones de control tributario se las realice para el futuro.

Parecería que la importancia que tiene la contabilidad, fundamentalmente para orientar la gestión de las entidades deportivas y para permitir el cabal cumplimiento de sus obligaciones tributarias, ha ido ganando terreno en la comprensión de los dirigentes y se ha establecido la obligación, de que una directiva saliente debe entregar a la entrante los estados de situación y de resultados, y toda la información necesaria para conocer el estado financiero de una entidad o club, al momento del cambio de directivas.

Otra obligación formal de los contribuyentes es la de presentar las declaraciones anuales. En el caso de las entidades del fútbol profesional esta declaración tiene el carácter de informativa y no causa impuesto a la renta, pero indudablemente es el primer elemento que debe analizar la Administración Tributaria para comprobar que se cumplen los requisitos básicos para el otorgamiento de la exoneración. Paulatinamente, se va observando un mejor cumplimiento de la norma cuando son más numerosas las entidades y clubes que presentan sus declaraciones en forma oportuna.

El Cuadro No.1 que se presenta a continuación, refleja el total de gastos declarados por las entidades deportivas en el período 2000-2004.

Cuadro 1: Gastos de las entidades del fútbol profesional (cifras en miles de dólares)

Años	Asociaciones	Clubes	Total
2000	11.781.2	5.386.3	17.167.6
2001	9.690.6	7.528.3	17.218.9
2002	9.106.2	10.989.5	20.095.7
2003	5.814.4	11.986.6	17.801.0
2004	7.234.1	16.379.0	23.613.1

Fuente: Bases de datos de declaraciones - SRI

Cuadro 2: Retenciones en la fuente de impuesto a la renta, efectuadas por las entidades de fútbol profesional (cifra en miles de dólares)

Años	Asociaciones	Clubes	Total
2000	75.3	135.3	210.6
2001	199.7	132.0	331.7
2002	143.9	201.2	345.1
2003	91.8	199.4	291.2
2004	130.5	160.6	291.1

Fuente: Bases de datos de declaraciones - SRI

Las cifras del cuadro anterior reflejan grandes variaciones entre un año y otro, debido a que en los primeros años no todas las entidades presentaron sus declaraciones en forma oportuna. Podría colegirse que tales declaraciones todavía no son completas, es decir que no incluyen todos los ingresos percibidos así como tampoco todos los gastos efectuados. Cuando se revisa lo que los dirigentes deportivos han argumentado ante los medios de comunicación colectiva, especialmente cuando se quejan por la crisis

financiera del club, han señalado que deben enfrentar gastos muy superiores a 300.000 dólares mensuales, pero si se revisan las declaraciones de impuesto a la renta, ningún club se acerca a la cifra antes mencionada. Esta falta podría estar acarreado a los clubes, la pérdida en la exoneración del impuesto a la renta sobre sus ingresos.

Otra obligación que deben cumplir las organizaciones deportivas es la de efectuar las retenciones en la fuente del impuesto a la renta, declararlas y pagarlas al Fisco, conforme lo establecen los Arts. 43 al 48 de la Ley de Régimen Tributario Interno, esto es no sólo por los pagos efectuados a los técnicos, futbolistas, personal administrativo y auxiliar, sino también en cualquier pago por adquisiciones de bienes y servicios.

El Cuadro No. 2 demuestra el monto de las retenciones efectuadas por las organizaciones del fútbol profesional en el período 2000-2004.

La tarea para convencer a todas las organizaciones sobre la necesidad de que se cumpla con esta obligación, ha sido ardua y difícil, no exenta de controversias y dificultades. La meta, es lamentable señalarlo, no ha podido ser cumplida hasta la presente fecha. En efecto, las cifras que contiene el cuadro anterior demuestran los valores que constan en las declaraciones que han sido presentadas en cada uno de los respectivos años. Varias asociaciones y clubes no han declarado oportunamente por varios periodos mensua-

les, lo que ha determinado que ellos no consten en la denominada "lista blanca" del SRI, por lo que no pueden obtener la autorización para imprimir sus comprobantes de venta y de retención, circunstancia en la cual podrían estar operando al margen de la ley.

Los valores declarados no son completos, sino solamente por una parte de las operaciones realizadas. Esto ha determinado que la Administración Tributaria al efectuar los cruces de sus bases de datos haya establecido una serie de diferencias que ya han sido notificadas a las entidades correspondientes, para que procedan de inmediato a enmendar sus declaraciones y pagar tales diferencias o justificarlas, si fuere del caso.

Una resolución de la Administración Tributaria, como un mecanismo provisional, estableció que por las remuneraciones que se pagan a los futbolistas y a los miembros del cuerpo técnico, se efectúe una retención del 5% sobre tales pagos, pero con el compromiso de que cada una de esas personas presente su declaración individual del impuesto a la renta. Las organizaciones del fútbol profesional ecuatoriano todavía discuten si deben efectuar la retención respecto del pago de primas y premios a los futbolistas y cuerpo técnico. Es más, no hay absoluta claridad sobre tales pagos ni hay la seguridad de que en la información esté considerado el valor total.

Cabe mencionar que la Ley No. 9924 publicada en el Registro Oficial del 30

de abril de 1999, al modificar el Art. 9 de la Ley de Régimen Tributario Interno dispuso que la Administración Tributaria no reconozca más exenciones que las previstas en tal artículo, aunque cualquier otra ley de carácter general contemple otras exoneraciones o dispensas tributarias, norma que evidentemente reformaba la Ley del futbolista que contemplaba la exención para las bonificaciones, primas y premios que perciben los futbolistas profesionales y miembros del cuerpo técnico. Para eliminar cualquier duda, la Ley No. 2001-41 suprimió expresamente la exoneración prevista en la Ley del futbolista profesional. En consecuencia, todos los ingresos que perciba el futbolista profesional y los miembros del cuerpo técnico, como pago por su actividad deportiva, se encuentran gravados con el impuesto a la renta.

Los clubes del fútbol profesional deben también efectuar retenciones de los valores que se pagan por los pases internacionales de los jugadores extranjeros. Pero el valor de esos pases es otro misterio dentro del fútbol profesional. Hasta la presente fecha, no hay evidencias de la declaración de retenciones en la fuente por los pagos realizados a clubes extranjeros por los pases de los futbolistas.

Los representantes legales de las asociaciones y clubes del fútbol profesional están corriendo un gran riesgo puesto que la ley prevé graves sanciones, incluso la pena de prisión de 2 a 5 años, para quienes no hayan declarado y pagado la

Eduardo Sarrutín - El Comercio



El fútbol tiende no sólo a colonizar todos los países, sino igualmente a suplantar las prácticas corporales tradicionales, los deportes populares o los juegos ancestrales. *Jean-Marie Brohm*.

totalidad de las retenciones efectuadas o que debieron efectuarse.

Por su parte, los técnicos y futbolistas deben presentar sus declaraciones individuales de impuesto a la renta, sumando no solamente lo que han percibido de los respectivos clubes y de la Federación Ecuatoriana de Fútbol sino todos los demás ingresos obtenidos por actividades de publicidad, de arrendamiento de inmuebles, rendimientos financieros y cualquier otro ingreso, obligación que debe ser cumplida por todos quienes tengan ingresos brutos superiores a la base gravada con tarifa 0% según el Art.

36 de la Ley de Régimen Tributario Interno. La renuencia y morosidad ha sido la conducta de técnicos y futbolistas en el cumplimiento de este tipo de obligaciones tributarias.

Algunos técnicos nacionales y extranjeros cumplieron con su obligación de declarar y pagar el impuesto a la renta únicamente luego de que la Administración Tributaria les conminó a hacerlo. Otros todavía no lo hacen a pesar de los continuos requerimientos del SRI.

Tanto el técnico como el futbolista se convierten en ídolos de los aficionados al fútbol y especialmente de niños y jóvenes,

por lo que su proceder en todos los aspectos debería ser intachable, pero su conducta tributaria deja mucho que desear.

Como se anotó anteriormente, las transferencias de los futbolistas se realizan envueltas en un velo de secretos y no se ha podido visualizar en las declaraciones que se estén incluyendo entre los ingresos percibidos por los futbolistas profesionales como participación en el valor de la transferencia ni que la organización deportiva haya efectuado la correspondiente retención. Tampoco se ha podido efectuar un seguimiento de los valores que personas particulares hayan percibido por concepto de tales transferencias. La Administración Tributaria ha insistido permanentemente en la necesidad de que se de cumplimiento a lo previsto en la Ley del futbolista profesional, que en su Art. 14 dice:

“Art. 14.- Las condiciones de la transferencia, serán establecidas entre los clubes y el futbolista profesional en un contrato que deberá celebrarse por escrito y que se inscribirá en la Secretaría de la Federación Ecuatoriana de Fútbol. Expresamente se prohíbe la intervención de intermediarios.”

Como se puede observar en la norma, todas las condiciones económicas de la transferencia deben constar en el contrato, el que tiene que ser inscrito en la Secretaría de la Federación Ecuatoriana de Fútbol, con lo cual, en forma transpa-

rente se podría establecer el monto de las correspondientes obligaciones tributarias. La Federación Ecuatoriana de Fútbol ha sido requerida por la Administración Tributaria, para que proporcione los datos respecto de los contratos de transferencia inscritos en la Federación. Hasta la presente fecha no se ha proporcionado tal información, lo que impide completar los procesos de control.

La falta de información completa respecto de las remuneraciones a futbolistas y técnicos puede provocar que la determinación de la obligación tributaria no sea completa, afectando así a un principio básico de equidad.

Impuesto al Valor Agregado

El impuesto al valor agregado por su propia concepción, no tiene exenciones de tipo institucional sino más bien a nivel de la transferencia de bienes específicos o de la prestación de ciertos servicios. En este sentido, la Ley de Régimen Tributario Interno, en su Art. 56, numeral 11) contiene la exención a los espectáculos públicos, entre los que se encuentran por supuesto los espectáculos futbolísticos, más que por una intencionalidad específica de exonerarlos del IVA, por el hecho de que tales espectáculos se encuentran gravados con el impuesto seccional respectivo.

Las instituciones deportivas deben en consecuencia percibir el IVA cuando

Cuadro 3: IVA cobrado en las ventas efectuadas por las entidades del fútbol profesional (cifra en miles de dólares)

Años	Asociaciones	Clubes	Total
2000	95.3	120.2	215.5
2001	152.4	232.6	385.0
2002	271.8	245.7	517.5
2003	206.4	378.6	585.0
2004	222.8	650.8	873.6

Fuente: Bases de datos de declaraciones - SRI

Cuadro 4: IVA pagado en las compras efectuadas por las entidades del fútbol profesional (cifra en miles de dólares)

Años	Asociaciones	Clubes	Total
2000	107.4	36.3	143.7
2001	141.9	86.8	228.7
2002	144.0	82.6	226.6
2003	288.6	121.0	409.6
2004	369.1	187.1	556.2

Fuente: Bases de datos de declaraciones - SRI

transfieran bienes o presten servicios gravados y declararlo y pagarlo mensualmente.

El cuadro 3 muestra el IVA que fue cobrado en las ventas efectuadas por las entidades del fútbol profesional.

Las entidades del fútbol profesional perciben ingresos por concepto de publicidad, derechos de televisión, venta de camisetas y distintivos institucionales; arriendo de locales, etc., por todos los cuales deben cobrar el correspondiente IVA.

En el cuadro anterior se observa un crecimiento continuo del IVA declarado por estos conceptos, incremento que se debe no sólo al aumento de las operaciones antes señaladas, sino también por el hecho de que hay un mayor cumplimiento en la presentación de las declaraciones, por acción directa de los controles efectuados por la Administración Tributaria.

Por otro lado, las entidades del fútbol profesional deben pagar también el IVA en sus adquisiciones, como se refleja en el cuadro 4.

Este IVA pagado por las entidades del fútbol profesional constituye crédito tributario que se descuenta del IVA cobrado en ventas, y la diferencia es el impuesto a pagar en el período correspondiente.

Además, las organizaciones deportivas deben efectuar las retenciones del IVA en los términos previstos en la Ley y en el Reglamento. En los casos de entidades deportivas declaradas como contribuyentes especiales, deben retener el 30% del IVA causado en la adquisición de bienes y el 70% del impuesto causado en la utilización de servicios, en forma general. En los casos de adquisición de bienes y servicios a personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, en la utilización de servicios profesionales y de arrendamiento de inmuebles de propiedad de personas naturales, las entidades deportivas sean o no contribuyentes especiales deben efectuar la retención por el ciento por ciento del impuesto causa-

do en las correspondientes adquisiciones o utilización de servicios.

Por otro lado, a los contribuyentes especiales no se les efectúa retenciones de IVA por lo que deben percibir el impuesto en forma íntegra sin retención alguna por los bienes que transfiera o los servicios que preste.

Uno de los aspectos que encierra mayores dificultades es precisamente el régimen de retención del impuesto al valor agregado, de lo que no estuvieron exentas las entidades del fútbol profesional. La evolución de las cifras del cuadro anterior, así lo demuestra. En los años 2005 y 2006, varias entidades del fútbol profesional han sido declaradas por la Administración Tributaria como contribuyentes especiales, por lo que en el futuro los valores por estos conceptos indudablemente que aumentarán.

Los servicios personales prestados en relación de dependencia están excluidos del impuesto al valor agregado, en cambio, están gravados todos los servicios que se prestan sin relación de dependencia. Los futbolistas profesionales, de acuerdo con su ley, están en relación de dependencia del respectivo club, pero no están en relación de dependencia de la Federación Ecuatoriana de Fútbol, cuando los convoca a la selección nacional.

En consecuencia, todo pago que realice la Federación Ecuatoriana de Fútbol a dichos futbolistas está gravado con el IVA, el mismo que debe ser retenido en su totalidad por dicha Federación. Por su

Cuadro 5: Retenciones de IVA efectuadas por las entidades del fútbol profesional (cifra en miles de dólares)

Años	Asociaciones	Clubes	Total
2000	—	0.1	0.1
2001	—	0.1	0.1
2002	41.6	21.0	62.6
2003	163.0	35.8	198.8
2004	209.9	52.4	262.3

Fuente: Bases de datos de declaraciones - SRI

parte, el futbolista profesional cuando presta servicios sin relación de dependencia, ya sea a la Federación Ecuatoriana de Fútbol, cuando integra la selección o cuando presta servicios de publicidad, está obligado a emitir facturas, para lo cual en forma previa, deberá haberse inscrito en el Registro Único de Contribuyentes y tener la autorización para la impresión de los respectivos comprobantes de venta.

Es evidente la necesidad de que se emprenda en un nuevo programa de capacitación para que las entidades del fútbol profesional cumplan de mejor manera las respectivas disposiciones legales y las circunstancias en que éstas deben aplicarse, capacitación que debe alcanzar también a todos los futbolistas profesionales del país, en una política de prevención de los problemas y no sólo de la sanción por hechos consumados.

Impuesto a las importaciones

De conformidad con el Art. 49 de la Ley de cultura física, deportes y recreación, las importaciones de equipos e implementos deportivos que realicen todas las organizaciones previstas en la mencionada ley, dentro de las cuales se encuentran los clubes de fútbol, la Federación Nacional y federaciones provinciales, están exentas de todo tipo de impuestos.

Para este efecto, las importaciones deben ser efectuadas directamente por las organizaciones, siguiendo los trámites aduaneros previstos para estos fines.

Sin embargo, es indispensable señalar que estas exenciones no fueron incorporadas al Art. 27 de la Ley Orgánica de Aduanas, razón por la cual, no sería aplicable la exención por así disponerlo el propio artículo mencionado. Tampoco sería aplicable la exención del IVA en la importación de los implementos deportivos, toda vez que éste no es un impuesto a la importación, sino un impuesto al consumo y porque además no ha sido reformado el Art. 55 de la Ley de Régimen Tributario Interno, el mismo que contiene expresa disposición de que no se reconocerán otras transacciones e importaciones de bienes con tarifa cero que no sean las enumeradas en el mencionado artículo .

Impuestos municipales

Las actividades futbolísticas y sus actores se encuentran también, de una u otra manera, inmersos en el ámbito de la Legislación Tributaria Municipal, conforme se revisa a continuación:

Impuesto predial urbano

En los Artículos 331 y 332 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal no consta la exención del impuesto a la propiedad urbana para el caso de los bienes inmuebles pertenecientes a las entidades deportivas.

La exención está contenida en el Art. 51 de la Ley de cultura física, deporte y recreación, que dice:

“Art. 51.- Las entidades deportivas estarán liberadas del pago de todos los impuestos o gravámenes que afecten a la tenencia de los inmuebles de su propiedad y de todos los que afecten las transferencias de dominio de bienes hechas a su favor.”

De nuevo, es necesario anotar aquí que la exoneración del impuesto a la propiedad urbana en relación con los inmuebles pertenecientes a las entidades deportivas no tienen un sustento jurídico firme, puesto que la Ley de régimen municipal tiene el carácter de orgánica, en cambio que la Ley de cultura física, deporte y recreación es de carácter ordinaria y, por lo tanto, ésta última no puede modificar a la



Nunca he admitido que para jugar al fútbol haya que sufrir. Lo que se hace sufriendo no puede salir bien. *Charles Rexach*

primera. Además, en el artículo transcrito en la Ley de cultura física, deporte y recreación no se especifica con claridad cuáles son los impuestos a los que se refiere la exención, pues en forma genérica se señala que están exonerados de impuestos que gravan a la tenencia de inmuebles, en tanto que el artículo 32 del Código Tributario señala que las exoneraciones deben establecerse por disposición expresa de ley.

De todas maneras, las municipalidades en sus correspondientes ordenanzas reglamentarias de los tributos municipales, han contemplado la ejecución del impuesto a

la propiedad urbana, en beneficio de las entidades deportivas, pero no les exoneran de cierto tipo de tasas y contribuciones que se cobran conjuntamente con el impuesto predial urbano, como por ejemplo, las tasas de seguridad, contribuciones por obras en la ciudad, etc.

Impuesto a la propiedad rural

Las municipalidades de acuerdo con la Ley Orgánica de Régimen Municipal deben cobrar el impuesto sobre la propiedad rural, es decir, sobre aquellas propiedades que se encuentran fuera de los

límites urbanos, fijados por cada municipalidad.

Respecto de este impuesto, caben los mismos comentarios realizados en relación con el impuesto a la propiedad urbana, tratados en el numeral anterior.

Impuesto de alcabalas

El Art. 358, literal a) contiene la exoneración del impuesto de alcabalas para una serie de instituciones, y señala también que estarán exentos del impuesto aquellos organismos que tengan exoneración por leyes especiales. Como ya se anotó el Art. 51 de la Ley de cultura física, deportes y recreación prevé la exención para las entidades deportivas en las transferencias de dominio que se hagan a su favor. Cabe concluir que las entidades deportivas estarían exentas del impuesto de alcabalas, en la parte que les corresponde, cuando adquieren inmuebles, no así en cambio cuando la entidad deportiva venda o transfiera la propiedad de un bien a favor de un tercero. La conclusión sería de que se trata de una exoneración parcial que beneficia a la mayor parte de las operaciones realizadas por las entidades deportivas, ya que la transferencia de sus inmuebles a favor de terceros será muy ocasional.

Impuesto a los espectáculos deportivos

Antes de la reforma a la Ley Orgánica de régimen municipal, efectuada en sep-

tiembre de 2004, los espectáculos deportivos estaban gravados con el impuesto del 10% sobre el valor de las entradas y se exoneraba de este impuesto a las entradas de menor valor, esto es, las entradas a localidades de general.

El Art. 378 de la Ley Orgánica de régimen municipal, en actual vigencia, redujo la tarifa del impuesto a los espectáculos públicos deportivos de carácter profesional al 5% del precio de las entradas.

El Art. 379 de la mencionada ley exonera del impuesto únicamente a los espectáculos artísticos desarrollados exclusivamente por artistas nacionales y declara expresamente derogadas todas las demás exenciones, lo cual significaría que se derogó también la exoneración a las entradas de menor valor de los espectáculos deportivos.

Es evidente que la reforma se la efectuó con el objeto de favorecer a los espectáculos deportivos profesionales y, fundamentalmente, al fútbol profesional.

Como un paréntesis es necesario señalar que el fútbol profesional, en cuanto a este impuesto se refiere, está mejor tratado que el fútbol amateur, en cuyos espectáculos las entradas están gravadas con el impuesto del 10%. Estas son las incongruencias de nuestros legisladores.

Tasas por servicios de agua potable y alcantarillado

El Art. 48 de la Ley de cultura física, deportes y recreación dispone que los esce-

narios deportivos de propiedad de las entidades contempladas en dicha ley, esto es entre otros, las federaciones, asociaciones y clubes del fútbol profesional estarán permanentemente exentas del cobro de las tasas por los servicios de agua potable y alcantarillado. En cambio, que los Artículos 408 y 412 de la Ley Orgánica de régimen municipal disponen que las tasas que las municipalidades establezcan serán obligatorias para todas las personas naturales o sociedades que utilicen los servicios de agua potable y alcantarillado, prohibiéndose expresamente cualquier tipo de exoneración.

Como se puede apreciar hay una evidente contradicción entre las disposiciones de la Ley de cultura física, deporte y recreación y la Ley Orgánica de régimen municipal, controversia que definitivamente debe solucionarse acudiendo a la Constitución Política de la República del Ecuador, la misma que establece la supremacía de las disposiciones de las leyes orgánicas sobre las contenidas en las leyes ordinarias. En consecuencia, los escenarios deportivos no tienen legalmente exoneración alguna por los servicios de agua potable y alcantarillado.

Los servicios públicos deben financiarse fundamentalmente a través de las tasas, y los usuarios deben pagarlas en función del volumen del servicio recibido. Cuando una parte de los miembros de la sociedad no satisfacen el pago de las tasas por tales servicios, la consecuencia inmediata que se ha observado es el deterioro

del servicio porque la entidad municipal o la empresa correspondiente no cuentan con los recursos para operar el servicio y mantener adecuadamente las instalaciones y tuberías. Las exoneraciones en este tipo de servicios con frecuencia han conducido al desperdicio del vital elemento como es el agua potable. Con frecuencia se observan escenarios deportivos en cuyos servicios higiénicos se desperdicia el agua por instalaciones inadecuadas y deterioradas. Cuando el agua tiene un precio, el usuario se preocupa por mantener en buen estado las instalaciones y no desperdiciar el líquido vital.

Como el deterioro del servicio no puede ser permanente ya que su colapso total sería socialmente intolerable, las autoridades deben buscar soluciones, algunas de las cuales apuntan al incremento de las tarifas que deben pagar el resto de la sociedad que no está exenta, lo cual atenta a la equidad. En otras ocasiones el alza de tarifas no es popular, por lo que los políticos locales no están dispuestos a aplicarla; resulta política y electoralmente más favorable vociferar contra el centralismo y exigir que el Gobierno asigne los recursos que faltan para mejorar el servicio.

Es hora de que seamos más responsables y asumamos los costos de vivir en sociedad.

Tarifas eléctricas

El Art. 48 de la tantas veces mencionada Ley de cultura física, deporte y recrea-



ción, señala también que los escenarios deportivos estarán exentos del pago de las tasas o tarifas de energía eléctrica. El servicio de energía eléctrica está prestado por las empresas eléctricas de distribución, las que están regidas por la Ley básica de electrificación, anterior a la fecha de expedición de la Ley citada al inicio de este numeral, por lo que las normas de esta última tienen plena vigencia y aplicación en este campo. Podría concluirse que los escenarios deportivos sí cuentan con base legal para la exoneración por el servicio de energía eléctrica.

Sin embargo, es de público conocimiento las continuas demandas de las empresas eléctricas de distribución por el incremento de las tarifas del servicio de energía eléctrica para cubrir un déficit muy grande, el mismo que se origina no

precisamente por el nivel de las tarifas, sino por su pésimo diseño, por la mala administración de las empresas, por las denominadas pérdidas negras y técnicas, por la falta de cobro de una parte de la energía facturada y por las exoneraciones.

Es necesario insistir que las exoneraciones atentan contra la equidad y fomentan el desperdicio. En varias ciudades del país se constató que los paneles de las torres tenían las luces encendidas sin que en el escenario, en ese momento se lleve a cabo ninguna competencia deportiva, en circunstancias en las que el país se encontraba amenazado por los famosos apagones debido a la falta de generación eléctrica.

Contribuciones especiales de mejoras

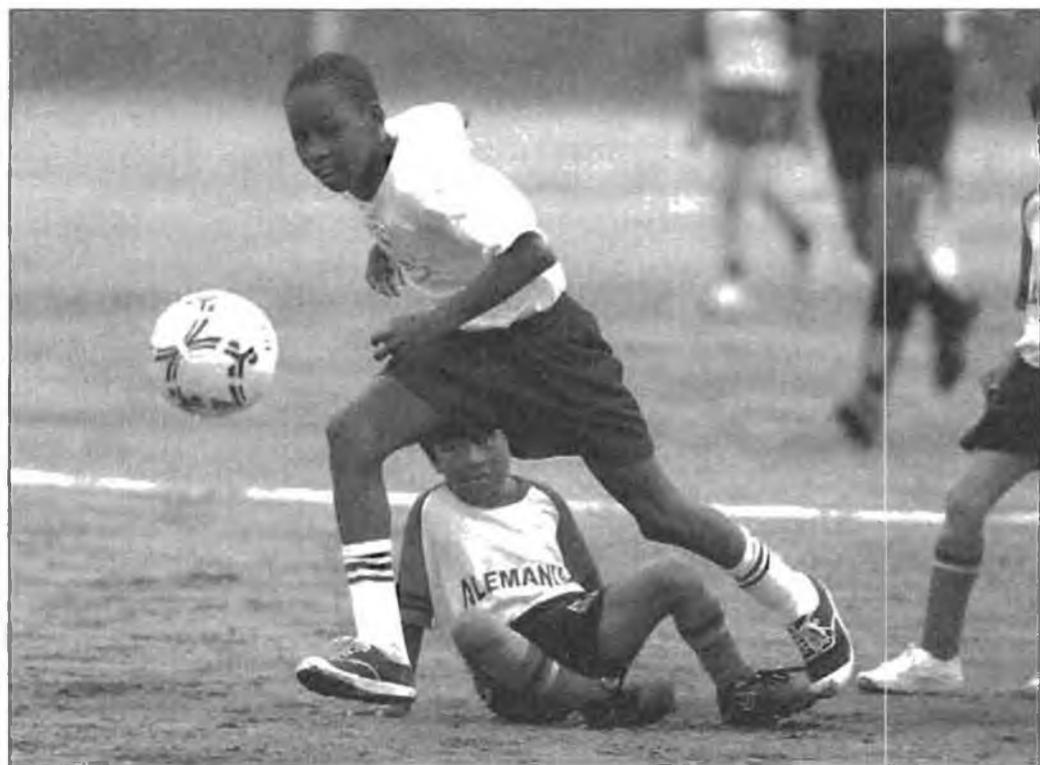
De acuerdo con lo dispuesto en el Art. 418 de la Ley Orgánica de régimen municipal, las municipalidades deben cobrar las contribuciones especiales de mejoras por el aumento de valor que experimentan las propiedades inmuebles urbanas por efecto de la realización de distintas obras en la ciudad. Esta contribución debe ser pagada por todos los propietarios beneficiados sin excepción alguna. Por esta razón, las federaciones, asociaciones y clubes del fútbol profesional deben pagar estas contribuciones cuando los inmuebles de su propiedad conio son los escenarios deportivos o los edificios de la sede de la respectiva organización incrementen de valor por efecto de la realiza-

ción de cualquier obra municipal, como son los de apertura, ensanche, pavimentación y repavimentación de calles y avenidas, construcción de aceras y bordillos, obras de alumbrado público, parques y jardines y otras de similar naturaleza.

Conclusiones finales

De lo anteriormente expuesto se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- Las federaciones, asociaciones y clubes del fútbol profesional, por ser organizaciones sin fines de lucro dedicadas al deporte, se encuentran exentas del impuesto a la renta, no así de su obligación de actuar como agentes de retención. Las entidades del fútbol profesional han mejorado paulatinamente el cumplimiento de este tipo de obligaciones, debiéndose perseverar en la capacitación del personal del área financiera de las entidades deportivas.
- Los técnicos y jugadores del fútbol profesional deben declarar y pagar su impuesto a la renta por la totalidad de los ingresos que perciban como son: sueldos, sobresueldos, bonificaciones, primas, premios y cualquier otro tipo de remuneración y demás ingresos que perciban como honorarios, rendimientos financieros, arrendamientos, etc. El cumplimiento tributario de los técnicos y futbolistas profesionales todavía deja mucho que desear.
- En lo que corresponde al impuesto al valor agregado IVA, las entidades del fútbol profesional deben actuar como agentes de percepción del impuesto causado en la transferencia de bienes que efectúen y en la prestación de servicios que realicen, cuyo monto debe ser declarado y pagado previa deducción del crédito tributario por el IVA pagado en la adquisición de bienes y en la utilización de servicios gravados.
- También deben actuar como agentes de retención del IVA causado en sus adquisiciones.
- Es discutible la exoneración de los impuestos prediales a favor de las organizaciones del fútbol profesional. Los organismos seccionales las mantienen por consideraciones políticas y sociales.
- En materia de tasas por servicios de agua potable y alcantarillado, la ley es lo suficientemente clara en el sentido de que no hay exoneración alguna. El mantenimiento de tales exenciones contradice las disposiciones de la Ley Orgánica de régimen municipal.
- La exoneración del pago por el servicio de energía eléctrica no es equitativa y debe ser revisada al momento en que se modifique la política integral en materia eléctrica.



E. Comerio



Economista

Rodrigo Espinosa Bermeo: Competitividad, eficacia y pasión: eso es el fútbol

¿Cuál es el meollo del negocio del fútbol?

El fútbol, más allá de un negocio, es pasión. Solo una pequeña parte de todo lo que el fútbol encierra es material. Al fútbol no se lo debe mirar como un negocio. No se lo puede mirar como un negocio. A la música nunca se la ha visto como negocio, a pesar de que se vendan discos. El fútbol es arte y los futbolistas, artistas. El arte no tiene precio. El fútbol tampoco.

Pero es también un negocio...

Sí, puede ser. Pero esa no es su esencia. El negocio alrededor del fútbol lo hacen unos pocos frente al ámbito de su influencia. El amor no es negocio. El fútbol, tampoco.

¿Qué gana y qué pierde quien maneja un equipo de fútbol?

Gana el cariño del hincha y pierde la consideración del fanático.

¿Qué gana y qué pierde el hincha?

El hincha gana o pierde de igual manera que cuando se afecta sus anhelos, afecta su vida, su carácter, sus reacciones. El fútbol es pasión y hay que entenderlo así. Si pierde el equipo, se siente tan mal como si hubiese perdido el amor de su vida.

En un país pobre como este el futbolista, económicamente, tiene un salario privilegiado. ¿Dónde está el valor agregado para que esto sea así?

El futbolista no es privilegiado... y menos, en cuanto a su salario. El futbolista es artista... y el arte bueno se paga bien. ¿Quien debe ganar mas Borges o Maradona?, el mercado de Maradona

... el fútbol vende sueños de la misma manera que un escritor como Gabriel García Márquez hace llover margaritas... Los sueños se venden como las pinturas y la música, Hay un inmenso mercado para la pasión y hay que aprovecharlo.



no tiene frontera, como el de Borges, pero es mas conocido que Borges, ¿cual debe ganar más?... ambos son incomparables en su trabajo y debieran ganar lo que se merecen. Pero vamos a un ejemplo más concreto: El Tin gana 10 veces más que un profesor universitario en Ecuador. Pero si comparamos su eficiencia a nivel internacional, considero que el privilegiado es el maestro universitario en Ecuador, al que se le paga más de lo que merece. Hay muchos en el Ecuador que no se merecen el salario que tienen, porque no hacen bien su trabajo. La Selección lo ha hecho bien. Se merece, por tanto, ganar bien, ¿cuál es el problema?

¿Está en capacidad un equipo pobre de competir con un equipo rico?

Sí, así lo demuestra Brasil... igual River, Boca, Sao Paulo, equipos de países pobres que compiten con equipos ricos en Europa. Y así lo ha demostrado Ecuador. Un equipo del pueblo de El Juncal es superior a cualquier equipo de un colegio en Quito.

El fútbol vende sueños... sueños de triunfo, ¿Cómo vender sueños? ¿Con mercadeo simplemente o con algo más?

Sí, el fútbol vende sueños de la misma manera que un escritor como Gabriel García Márquez hace llover margaritas... Los sueños se venden como las pinturas y la música, Hay un inmenso mercado para la pasión y hay que aprovecharlo.

¿Cómo manejar a un equipo como a una empresa? ¿Está en lo económico el éxito de un equipo?

Al fútbol se lo maneja como empresa en pocos sitios... y eso no es sinónimo de éxito... hay equipos en los que se invierte mucho dinero y que no van bien... y eso también pasa con las em-

presas: hay empresas en las que se invierte mucho dinero y a las que tampoco les va bien.

¿Se ha planteado el Ecuador el tema de la economía informal que deviene del fútbol?

Si, existe una economía informal...y también una economía formal alrededor del fútbol que sin duda son importantes, pero que no son prioritarias en el análisis... a mí me preocupa la pérdida de competitividad y de oportunidades de los ecuatorianos en todos los ámbitos, como consecuencia de la cada vez más deficiente formación educativa en todos los niveles sociales y de ingreso económico... y por ello no estamos haciendo nada. El fútbol pudiera ser un buen ejemplo de constancia, competitividad, eficiencia, eficacia, rendimiento...



El Comercio

Bibliografía*

- Arrignoni, Miguel Ángel (Deloitte and Touch) (2000). *Fútbol, siglo XXI ¿cómo aprovechamos las potencialidades?* Seminario BID.
- Audas, Rick, et al. (2002). *The impact of managerial change on team performance in professional sports*. Canada: University of New Brunswick.
- Aumann, R. J. (1987). *Correlated equilibria as an expression of Bayesian rationality*. *Econometrica* 55:1-18.
- Bar-Yam, Y. (1997). *Dynamics of complex systems*. Massachusetts: Addison-Wesley, Reading.
- Bauer, Gerhard (1990). *El fútbol entrenamiento de la técnica, la táctica y la condición física*. España: Editorial Hispanoeuropa.
- BID (2000). *Soccer as a mean for economic and social development*.
- Boccara, N. (2004). *Modeling complex systems*. Heidelberg: Springer-Verlag.
- Bouwmeester, D. Eckert, A and Zeilinger, A. (2001). *The physics of quantum information*. London: Springer-Verlag.
- Braunstein, S. (1999). *Quantum computing*. Germany: Wiley-Vch, Weinheim.
- Byers, J.D., et al. (2001). *Habit and long memory in attendance demand: the case of football support*. Research Paper 2001-2. School of Management and Business, University of Wales.
- Chiappori, P.A., et al. (2000). *Testing mixed strategy equilibria: The case of penalty kicks in soccer*. Bilbao: Seminar Games 2000.
- Coase, R. (1994). *La empresa, el mercado y la ley*. Madrid: Alianza Editorial.
- Crespo, J. (1996). "El caso Bosman y sus consecuencias". <http://www.iusport.es/OPINION/crespo96.htm>.
- Dávila, A. (1998). "El fútbol del milenio: a propósito del mundial, de la sociedad y de la vida bajo una mirada calcioscópica". *Ecuador Debate* 43. Quito: CAAP.

* Elaborada por Manuel Dammert Guardia

- Dawson, Peter and Dobson Stephen (2002). *Managerial efficiency and human capital: an application to english football*. Department of Economics. UK: University of Bath .
- Deutsche Welle (2005). "Mundial 2006: el balón de la abundancia". DW World: Abril 5/2005. <http://www.dw-world.de/dw/article/0,1564,1543427.00.html>
- Dobson, Stephen and Goddard John (2001). *The economics of football*. Cambridge University Press.
- Einstein, A. Podolsky, B and Rosen, N. (1935). Phys. Rev. 47. 777.
- Eisert J; M. Wilkens and Lewenstein (1999). *Quantum games and quantum strategies*. Phys. Rev. Lett. 83, 3077—3080.
- Frank, Robert, et al. (1995). *The winner take all society*. New York: Simon and Schuster.
- Frydenberg, J. y R. Di Giano (2000). *El fútbol de la Argentina. Aproximaciones desde las ciencias sociales (V)*. Entrevista a Héctor Palomino. Argentina. Revista Digital, Año 5 - N° 25. <http://www.efdeportes.com/>
- Galeano, Eduardo (1995). *El fútbol a sol y sombra*. Colombia: Tercer Mundo Editores.
- García, Néstor (2002). *Latinoamericanos buscando lugar en este siglo*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- García del Barrio, Pedro, et al. (2004). *Pay and performance in the spanish soccer league: who gets the expected monopsony rent?* Working Paper 05/04. Universidad de Navarra.
- Gruber, Jonathan, et al. (2001). "Is addiction rational?" *The Quarterly Journal of Economics*, 1261-1297.
- Hammerstein, P. (Ed) (2003). *Genetic and cultural evolution of cooperation*. MIT Press.
- Heinemann, Klaus (1998). *Introducción a la Economía del deporte*. Buenos Aires: Editorial Paidotribo.
- Hirvensalo, M. (2001). *Quantum computing*. Berlin: Springer-Verlag.
- Hoffmann, Robert, et al. (2002). "The socioeconomic determinants of international soccer performance". *Journal of Applied Economics*, Vol. 2, 252-272.
- Jara, C.J. (2001). *As dimensoes intangíveis do desenvolvimento sustentável*. IICA.
- Jaramillo (1974). *Crónicas y documentos al margen de la historia de Loja y su provincia*. Concejo Provincial de Loja.
- Jiménez, E.H (2003a). *Quantum games and minimum entropy*. Lecture notes in computer science 2669. p 216-225. Springer: Canada.

- Jiménez, E.H. (2003b). "Quantum games: mixed strategy Nash's equilibrium represents minimum entropy", *Journal of Entropy*. Vol 5, Issue 4, 313-347.
- Jiménez, E. and Moya, D. (2005). *Econophysics: from game theory and information theory to quantum mechanics*. Physica A. 348C pp 505-543.
- Jokisch, Brad (2004). *El proceso emigratorio en la provincia de Loja*. ILDIS. Cartillas sobre migración.
- Klein, Naomi (2001). *El poder de las marcas*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- La Insignia (2002). *El fútbol como fenómeno social, debate entre Jaime Litvak, R. Martínez Escarmilla y Manuel Quijano Torres*. Junio 17.
- Ladrón de Guevara, Andrés (1998). "El fútbol del mundial: a propósito del mundial de la sociedad y de la vida bajo una mirada calcidoscópica". *Revista Ecuador Debate*. Quito
- Levinsky, Sergio (1995). *El negocio del fútbol*. Buenos Aires: Corregidor.
- Lomborg, Bjorn (2001). *The skeptical environmentalist*. UK: Cambridge University Press.
- Matheson, Victor (2003). *European football: a survey of the literature*. Department of Economics-William College.
- Matheson, Victor. et al. (2004). *Mega sporting events in developing countries: playing the way to prosperity*. Department of Economics, College of the Holy Cross, Worcester, MA.
- Medcalfe, Simon (2003). *Sports economics -- What's the score?*. Southwestern Economic Association Annual Meeting San Antonio, Texas, April 17.
- Milanovic, Branko (2003). *Globalization and goals*. Carnegie Endowment for International Peace.
- Neale, W. (1964). "The peculiar economics of professional sport". *Quarterly Journal of Economics*, v. 78, pp.1-14.
- Noble, Ben (1969). *Applied linear Algebra*. New Jersey: Prentice Hall.
- North, D. (1993). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Pedrosa y Salvador (2003). "El impacto del deporte en la economía: problemas de medición". *Revista Asturiana de Economía*. No. 26.
- Pelé Sports (2000). *Soccer as an economic sector*. BID.
- Pérez, Miguel Ángel Mateo (2001). *Las contribuciones de Amartya Sen al estudio sobre la pobreza*. España: Sincronía Verano - Universidad de Alicante.
- PUCE (2003). "Encuestas del Mercado Laboral Ecuatoriano". Proyecto de Indicadores de Coyuntura del Mercado Laboral Ecuatoriano.

- Pulso Ecuador (2000/2005). *El consumo de los hogares bajo la lupa*. Quito.
- Ramírez, Jacques Paúl (1998). "Fútbol e identidad regional". *Revista Ecuador Debate*. Quito.
- Rawls, John (2001). *La justicia como equidad*. España: Ediciones Paidós Ibérica.
- Samuels, W. (1989). *The legal-economic nexus. Essays on the economic role of government*. New York University Press.
- Saavedra y Paredes. "Elaboración de un modelo de impacto del fútbol profesional sobre la economía española". www.iogroup.org
- Sen, Amartya (2001). *El nivel de vida*. Madrid: Editorial Complutense.
- Sen, Amartya (1997). *Bienestar Justicia y mercado*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Spiros, Bougheas and Paul Downward (2000). *The economics of sports: a bargain approach*. University of Nottingham.
- The Globalist (2002). "The global economics of sport". Junio 9.
- Treble, John (2005). *Funny peculiar: modeling sports leagues*. University of Wales.
- Vela, S. (2004). *Cuando el deporte se hace economía: la economía del deporte en el Ecuador desde la perspectiva del sector público*. Quito: PUCE.
- Veljanovski, Cento (2000). *Is sports broadcasting a public utility?*. IEA Seminar on Sports and Broadcasting.
- Villena, S. (s.f.). *Globalización y fútbol postnacional. Esbozo de un programa de investigación*. Quito: FLACSO.
- Villena, Sergio (1998). "El fútbol como ritual nacionalista". *Revista Ecuador Debate*. Quito: Centro Andino de Acción Popular.

Cine, y fútbol*



Marcha Adelante – El fútbol femenino en Alemania (Dir. Meter Behle – Alemania 2005)

Después de ganar la copa de Europa en el año 2005, la selección nacional femenina de fútbol alemana ocupa el primer puesto en la lista mundial de la FIFA. Tina Theune-Meyer, entrenadora de la selección y, con eso, ganadora de seis campeonatos de Europa y un mundial, explica el éxito con la buena estructura en Alemania. Otra explicación es el desarrollo conjunto del fútbol femenino del Este y del Oeste de Alemania.



Adelante muchachas (Dir. Erika Harper und Kalle Stayman – Honduras 2004)

A algunos aficionados al fútbol europeos se les quitarían las ganas de inmediato: el campo cubierto por una mezcla de arena y gravilla, cada paso provocando que se levante una pequeña nube de humo, el cansancio debido a los casi mil metros de altura del lugar. A pesar de todo, se enfrentan en Tegucigalpa, Honduras, dos equipos de chicas. Compartir contra Motagua. El club Compartir nació a raíz de un proyecto de ayuda a los niños de la calle; en el Motagua juegan las hijas de padres acomodados.



Bando y el fútbol de oro (Dir. Cheik Doukóuré – Guinea 1993)

Todo comenzó como una cuestión de fe. El mago de la aldea explicó que Bando había sido elegido por los dioses para llevar a cabo una tarea especial. El niño de diez años define la tarea a su modo: quiere ser futbolista, como Roger Milla, el camerunés que en el Mundial de 1990

* Las reseñas fueron obtenidas de la Internet

en Italia se convierte en el orgullo del continente africano. Sin embargo, Bando tiene que conformarse con darle patadas a un balón de tela en su pequeña aldea de cabañas de Guinea, pues su familia le obliga a trabajar en el campo y la segunda mujer de su padre le hace la vida imposible. Además, todavía va a la escuela y en su tiempo libre trabaja recogiendo leña para ganar el dinero suficiente que le permitirá compra un balón de verdad.



Saeta Rubia

(Dir. Javier Setó – España 1956)

Unos jóvenes simulan un atropello y roban una cartera. Para su sorpresa, la cartera resulta ser del famoso futbolista Alfredo Di Stefano, conocido popularmente como la Saeta Rubia. Movidos por la admiración hacia su ídolo, los jóvenes deciden devolverla. A partir de ese momento, el matrimonio Di Stefano entablará una gran amistad con los chicos y proyectarán juntos la creación del equipo de fútbol "Saeta".



Fuera de juego

(Dir. David Evans – Reino Unido 1997)

Cuando Paul, un profesor inglés de mediana edad obsesionado con el fútbol y acérrimo seguidor del Arsenal, conoce a Sarah, una joven que detesta ese deporte, se verá forzado a reevaluar su vida drásticamente. Por una parte está su chica, pero por otra la única pasión que le ofrece alegrías y penas, en la que basa gran parte de su vida, y además la única que hace sentir orgulloso de su identidad británica.



El portero

(Dir. Gonzalo Suarez – España 2000)

Ramiro Forteza es un portero de primera división a quién la Guerra Civil y los rigores de la posguerra han llevado a ganarse la vida por los pueblos, retando a los lugareños a que le marquen goles de penalti. Una noche llega a un pueblo de Asturias, donde conoce a Manuela, una joven viuda con un hijo, y que sobrevive cosiendo para Úrsula, la esposa de Andrade, el sargento de la Guardia Civil. Forteza, Tito y Manuela inician así una arriesgada amistad mientras que el párroco del pueblo, Don Constantino, se presta a ayudar al portero a cambio de algún favor. Pero las exhibiciones de Forteza y su relación con Manuela atraen la atención del sargento Andrade, quien le hará una propuesta

que Forteza no podrá rechazar y de la que Nardo, el jefe de los maquis de la zona, intentará sacar partido. El portero Forteza se encontrará metido de lleno en medio de dos bandos en conflicto.



Mean Machine

(Dir. Barry Skolnick – Reino Unido 2001)

Un jugador de fútbol encarcelado lidera un equipo de reclusos en un partido contra los guardias de la prisión.