

# Fútbol y economía: dos fuerzas del mundo moderno

< POR PABLO LUCIO-PAREDES\* >

La Selección Nacional de fútbol se ha vuelto referente de los ecuatorianos y los ha puesto en el mapa mundial, en este mundo no de la globalización sino de la gol-balización... Es verdad que al equipo no le fue bien en la Copa América: dominó en sus partidos, llegaba fácil al área rival pero no podía concretar lo que, sumado a fallas en la defensa, le trajeron resultados desfavorables. Como dijo Luis Fernando Suárez: "hay partidos que el contrincante gana, pero hay partidos en que el propio equipo pierde"... y eso pasó esta vez. La pasión y la popularidad del fútbol se reflejaron también en la discusión sobre la decisión de la FIFA de prohibir jugar los partidos para las eliminatorias del mundial de Sudáfrica en la altura. Razones suficientes para que GESTIÓN dedique este Tema

central al fútbol desde dos perspectivas principales: la economía (Pablo Lucio Paredes ve los aspectos macro y microeconómicos del fútbol) y la econometría (Fidel Jaramillo demuestra, a base de regresiones matemáticas, que la altura no influye en los resultados). A ellos se unen otras dos perspectivas: Pablo Samaniego hace una reseña de la recientemente publicada *Biblioteca del fútbol ecuatoriano* y Diego Crespo explica las maniobras de la FIFA con la fisiología del deporte.



El fútbol (el autor se declara de entrada hincha de LDU, del Ecuador y del Brasil para evitar cualquier mala interpretación) es como la vida: una pasión, donde se ama o se odia. **Albert Camus** recordaba que “en el camerino de un equipo de fútbol es donde más se aprende de la vida”, mientras **José Ortega y Gasset**, desde su cristalina sabiduría, pontificaba: “La sociedad de las masas es la que ama el deporte y el juego” (no se trata de citas textuales, pero reflejan el espíritu de lo que estos escritores afirmaron). 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 se ocupa del fútbol, mientras el balón rueda invadiendo la economía moderna.

## La economía y el desarrollo económico

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

Hay muchas visiones sobre el desarrollo económico, empezando por la que dice que, simplemente, no hay una visión del desarrollo y que el propio “desarrollo” es un concepto occidental, que en otras culturas no tiene sentido ni interés... Por ejemplo, ¿qué pasa con la persona que prefiere pasar el día jugando fútbol en una playa y trabajar mínimamente sin ambición de acumulación? (Hay algunos futbolistas 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, a jugar fútbol de playa). Sucede 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 solo 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 empezó la humanidad: *homo religiosus*, *homo habilis* u *homo sapiens*?), solo 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.

La fórmula 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.

Para aumentar la productividad, solo 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 **Dussan Draskovic**, cuyo mérito fue recorrer el país en busca de gente con potencial futbolístico-atlético (y ya no solo los interminables y frágiles gambeteadores individualistas que llenan todas las canchas del país todos los domingos), hasta el trío **Maturana**, **Bolillo Gómez** y **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 importan-

te dosis de tecnología y especialización. Todos los países hacen de todo, pero en los países más ricos una mayor proporción de la economía (la gente, los recursos, el crédito, el tiempo) se destina a bienes que generan elevado valor agregado, mientras en los países pobres sucede exactamente lo contrario. Lo ideal es especializarse en los bienes y servicios que producen más valor agregado, ya sea:

- Por el tipo de *producción*: economías de escala (cuanto más se produce más se puede ganar), intensivos en capital (se puede usar mucha maquinaria y tecnología) o con ventajas endógenas de aprendizaje importantes.
- Por el tipo de *demanda*: productos de alta elasticidad-ingreso, es decir que cuando el ingreso de las personas crece, la demanda por estos bienes o servicios aumenta más que proporcionalmente y, en consecuencia, tienen una mayor demanda o precios atractivos.

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

Generalmente se desarrollan *clusters* que constituyen una red de relaciones económicas 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 médicos, 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 (la estrategia de China para los diez 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 solo 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).

## Deporte, fútbol y desarrollo

¿Cómo encaja el fútbol, y el deporte, en todo esto?

- El deporte, y el fútbol, generan ingresos, gastos, actividad económica importante.
- El deporte forma probablemente parte de las actividades de alta elasticidad-ingreso, es decir, actividades dinámicas porque la gente les dedica más tiempo y recursos, a medida que sus ingresos van aumentando. Además, el deporte tiene encadenamientos con otras actividades de características similares como son la salud, el turismo, la alimentación de calidad, la educación, la televisión, donde unas refuerzan a otras en su dinamismo (piense usted en el desarrollo del entretenimiento globalizado con las nuevas tecnologías).

Se confirma 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). Se está entonces ante un fenómeno muy interesante: el Ecuador tiene ventajas en una actividad de gran dinamismo y valor agregado (mucho más interesante, quizás, que las especializaciones del país en ciertos productos primarios básicos que no presentan esas ventajas). Las preguntas son entonces: ¿puede el Ecuador aprovechar esas ventajas? Y, si es así, ¿lo está haciendo?

Y aquí se encuentra uno con limitaciones económicas estructurales importantes:

- **El fútbol es un mercado**, en que 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 en el ámbito 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?) no permiten pagar esos precios. Los equipos 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).
- **El fútbol tiene economías de escala**, se juntan buenos jugadores y hacen mejores equipos (esto es relativo, sin duda, y tiene un límite como se ha visto en el Real Madrid de estos últimos años, que entró rápidamente en una fase de rendimientos marginales negativos al juntar a demasiadas estrellas... aunque este año salió campeón. Y lo mismo les ha pasado a los Yankees de Nueva York en el béisbol estadounidense en estos años: cero títulos). 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 ál.**, 2002). Estos factores conducen a una concentración y a una valoración mayor en los gran-

des clubes. Un resultado predecible es que esos equipos son los que logran generar los mejores parámetros deportivos y crear marcas que dan un enorme valor agregado.

- **En consecuencia**, Sudamérica se encuentra con el doble problema: No logra 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). Vende a los jugadores a muy buenos precios ciertamente (entre \$ 20 y \$ 30 millones para los mejores, como hace poco **Kaká** o **Robinho**, y entre \$ 3 y \$ 7 millones para los ecuatorianos, 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.

## 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.

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

¿Y cómo funciona el mercado del trabajo?

## La microeconomía del fútbol

De los temas anteriores, hay varios

que se pueden explorar. El primero es que 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 del 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 los ingresos dependen de la competencia entre equipos".

Es decir que, normalmente, en los mercados las empresas no necesitan que haya competidores. Un comprador no necesita que Mercedes y BMW sean relativamente parecidos en competen-



cia para comprar un automóvil (a no ser para estimular su trabajo y eficiencia... ¡pero el monopolio nunca es malvenido para cada uno en particular!), lo único que requiere el mercado de autos 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 solo una de las partes mejora (lo que, en cambio, es la estrategia normal en cualquier otro mercado), sino a base de

un juego de cooperación y competencia a la vez.

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. Otros autores, por el contrario, 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 tiene 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?).

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 (¿podría haber varios campeonatos paralelos, bajo diferentes asociaciones en un mismo país?).

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 existen 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 distribuyen 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 a partir de un esquema de venta de franquicias (donde, en particular, son las ciudades las que 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 Deportiva Universitaria le ha sido muy útil bajar un par de veces para renovar sus

CUADRO 1  
NÚMERO DE EQUIPOS ENTRE LOS CINCO PRIMEROS ENTRE 1990 Y 2000

EEUU			Balompié			
Béisbol	Fútbol americano	Hockey	Reino Unido	Italia	Alemania	España
23	26	18	16	12	15	16

FUENTE: MEDCALFE - 2003.

energías y organización). Es un hecho cultural extraño, en EEUU, país partidario de la libre competencia, se llega en el deporte al punto en que ni siquiera hay el sistema de ascensos y descensos: ¡los peores no son castigados! Pero esto parece haber llevado, efectivamente, a una estructura más competitiva en los deportes americanos (hay más equipos que alcanzan las primeras posiciones, Cuadro 1).

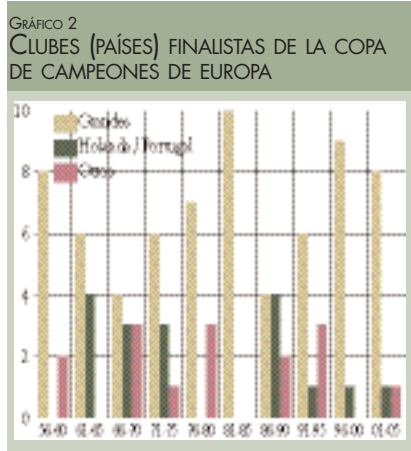
En consecuencia, vale la pena preguntarse: ¿se ha mantenido en el fútbol ese relativo equilibrio?, ¿ha mejorado vía la incorporación de nuevos competidores?



FUENTE: EL AUTOR.

En los mundiales se ve (Gráfico 1) que los cuatro grandes (Brasil, Alemania, Italia, Río de la Plata) regularmente tienen entre dos y tres puestos en semifinales (salvo uno en 1962-66 y otro en 1998) y los cuatro en el gran Mundial del 70. Los medianos europeos (Inglaterra, Francia, Holanda, Suecia, República Checa y Hungría) van turnándose pero mantienen su presencia y los otros a veces surgen, como en el anterior mundial (Corea y Turquía).

Entre los clubes europeos sucede lo mismo. Los grandes países (Inglaterra, Alemania, España e Italia) tienen siempre alrededor de seis a ocho finalistas por quinquenio (salvo los catastróficos 1966-70 y 1986-90) y los “otros”, los que podrían sorprender, se mantienen alrededor de dos (a veces hay emociones públicas “de que han



FUENTE: EL AUTOR.

surgido los pequeños” como la victoria del Porto en 2004... pero Portugal y Holanda, de hecho, forman parte de una categoría especial que ha tenido muchos representantes en la historia de las copas europeas) (Gráfico 2).

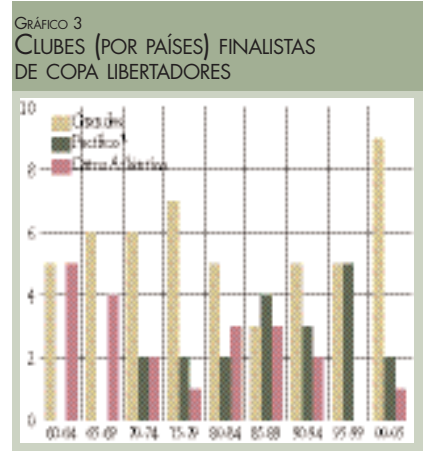
En América Latina, lo mismo. Los grandes (Brasil y Argentina, podría agregarse Uruguay) marcan una misma tendencia desde hace 45 años (el último quinquenio es aún mayor en cuanto a concentración), salvo 1985-99, cuando hay una gran rebeldía liderada por los colombianos, época en que los equipos del Pacífico han tenido sus chispazos de euforia (incluyendo las dos grandes rebeldías del Barcelona de Guayaquil) (Gráfico 3).

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 Universidad Católica) y en los últimos años el Olmedo (Gráfico 4).

### Incertidumbre e ingresos

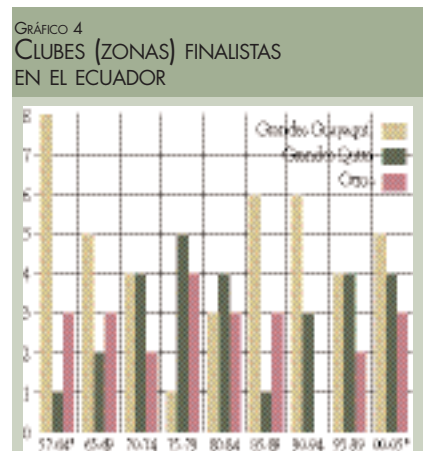
La segunda particularidad que puede explorarse desde el punto de vista de la microeconomía es que: “... los ingresos dependen de la incertidumbre generada en los partidos...” (ver Treble, 2004). Y aquí es donde interviene el tema de la demanda: ¿qué es lo que hace a la gente ir al estadio?

Los estudios muestran que hay varios factores en equilibrio:



FUENTE: EL AUTOR.

- **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).
- **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 béisbol perdieron el pase a la final, se encontraron ante una desgracia deportiva y una mayor presencia de aficionados. Y, recuérdese que uno de los récords de asistencia en el Atahualpa fue en ese inolvidable Liga-Aucas en la segunda división (“¡el clásico de la neblina!”).



FUENTE: EL AUTOR.

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

### Dueños de los pases

El mercado laboral es un tercer aspecto que requiere un análisis específico desde la microeconomía. 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 baloncesto americano hay el *draft* al inicio de cada año que permite a los equipos de peor clasificación escoger los mejores jugadores universitarios, o en el fútbol europeo, las cláusulas de rescisión de contrato enormes (para **Ronaldinho** está, o estaba, por encima de los \$ 100 millones), o la dificultad para los jugadores libres o que han abandonado un equipo de encontrar la vía legal para ir a otro equipo (en el Ecuador se han dado importantes peleas públicas alrededor de casos concretos entre equipos y el sindicato de jugadores). Este tema está directamente ligado a lo ya expresado: la necesidad de un balance competitivo. Para evitar la concentración de todos los jugadores en pocos equipos y, como se verá enseguida, para limitar el poder de las superestrellas.

**¿Por qué si los equipos tienen un poder monopsonico sobre los jugadores (pocos equipos, muchos jugadores) no lo aprovechan adecuadamente y pagan salarios muy elevados?** La respuesta más

generalizada en la literatura es que en realidad hay un mercado segmentado (dual): la mayor parte de jugadores participan en el mercado competitivo donde sus ingresos son apenas normales para una actividad intensiva en mano de obra y de corta duración, mientras que las superestrellas utilizan su poder de mercado para captar rentas extraordinarias (las que normalmente captarían los equipos). Este fenómeno de mercado está ligado a lo que **Frank** (2001) ha llamado *the Winner Take All Society* (la sociedad donde los ganadores llevan todo). Esta hipótesis plantea que siendo algo mejores que otros trabajadores, los ganadores tienen ingresos mucho mayores que los perdedores, sus salarios tienen un diferencial sobre los demás muy superior al diferencial de productividad que generan (¿**Ronaldo** era realmente 15 veces más productivo que un jugador promedio de la liga española?). Hay mercados, como el deporte, la música o el arte en los que sucede que los individuos compiten por un puñado de premios gordos en el tope de la pirámide. Y la capacidad de las superestrellas se multiplica con las nuevas tecnologías porque aumenta su poder. Por ejemplo, se puede ver en directo a los Tres tenores, en lugar de ir a ver a un cantante nacional, o se puede ver en la TV a las grandes estrellas del fútbol mundial, en lugar de interesarse por los equipos locales (estos son salvados en general por la otra dimensión que ya se ha señalado en este artículo: mercado global, hinchada y pasión local).

En ese sentido, el caso de **Michael Jordan** es muy emblemático. Él fue en un inicio llamado por Nike para formar parte de su equipo de promoción (le ofreció condiciones muy atractivas, pero la empresa deportiva mantenía y aprovechaba en la negociación su poder en el mercadeo). Pero su fama superó los parámetros normales y, al final, Jordan terminó creando su propia marca e imagen a la Nike, la que aceptó sumarse para promoverse (el poder de mercado pasó a manos de la superestrella). O en el caso del fútbol, la negociación que casi inauguró **Beckham** en el Real Madrid: los derechos de

promoción y de giras ya no son solo captados por el club, sino que los comparte, porque su imagen en ciertos lugares es más fuerte que la del equipo.

### ¿Bien público, bien privado? Identidad y cultura

Un texto de Manuel Quijano parece ilustrar 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... 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 los colores, el régimen, los héroes y las pasiones... y, para muchos, la identidad empieza no solo con el idioma y la religión, sino con los colores”.

Está por demás decir que ahí se entra de lleno en el deporte que se sitúa exactamente en la dicotomía compleja entre sentimiento y racionalidad (solo 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 estar regalando estadios a los clubes profesionales): más allá de los beneficios que captan los deportistas, sus éxitos tienen un efecto positivo sobre la sociedad, en términos no solo 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 se puede competir con otros que antes los propios ecuatorianos consideraban intocables. Sí se puede generar un proceso de organización nacional durante diez años para alcanzar una meta. Sí se puede integrar a otros miembros de la sociedad antes marginados y excluidos. Sí se puede aceptar su éxito como parte de la colectividad. Queda una duda: ¿penetran esas visiones positivas realmente hasta el cambio de actitudes? A ratos parecería que más bien son como un espejo, donde todos los ecuatorianos comparten la admiración y adhesión hacia lo positivo de esas acciones, pero dejan que eso se mantenga en la esfera del “otro”. Y allí hay una pregunta más grave: ¿no encasillan los ecuatorianos a los excluidos en el marco de ese éxito, es decir que solo les amplían el marco en que están excluidos? Pero, sin duda, algo ha ganado el país en las mentes y almas de sus habitantes, algo ha llegado a sus hijos. Ahí está la enorme pasión del fútbol.

\* Profesor de economía y director de Investigaciones en el IDE. Comentarista económico de Telemazonas. pabloluc@uiio.satnet.net

N. del E.: Este artículo es una adaptación del aparecido en el libro *Mete gol... gana*, editado por Pablo Samaniego, Biblioteca del fútbol ecuatoriano.

## BIBLIOTECA DEL FÚTBOL ECUATORIANO

La Copa América de Fútbol, que arrancó antes de la impresión de este número de *GESTIÓN*, es una excusa para que esta edición de la revista, cuyo ámbito de preocupación son la economía y la sociedad, dedique el tema del mes al deporte más popular del Ecuador.

Hace unos meses Flacso y el Municipio de Quito hicieron el lanzamiento de la *Biblioteca del fútbol ecuatoriano* en el Teatro Variedades, acto que contó con la participación del concejal **Alfonso Laso**, el popular Pancho Moreno, en representación del alcalde Metropolitano de Quito; de **Fernando Carrión**, coordinador general y editor de la Biblioteca; del escritor y ex futbolista **Raúl**

**Pérez Torres**, quien editó el tomo sobre fútbol y literatura; y de la artista nacional **Margari**

**ta Laso**, quien lleva en la memoria de sus células la pasión por este deporte. Quizá muchas personas se pregunten los motivos por los que cerca de 100 personas, entre artistas, intelectuales, profesionales, diseñadores, impresores, etc., intervinieran en la elaboración de cinco tomos con cerca de 1 200 páginas y 400 fotografías, cuyo tema es el fútbol visto desde distintos ángulos. La respuesta, que no por simple deja de lado la complejidad, es que se trata de una actividad que, desde hace muchos años, dejó de ser solo un deporte para convertirse en un hecho social, económico y político. Basta con mencionar los últimos sucesos sobre la decisión de la FIFA para limitar la competición en ciudades de altura, para observar la actuación de actores políticos en defensa y en contra de la decisión; los argumentos económicos que habría esgrimido la FIFA para tal malhadada resolución, y la espontaneidad con que opinaron las sociedades de los lugares afectados para rechazar la medida.

Como dijo Fernando Carrión en el acto de lanzamiento de la obra: “Hemos sido convocados por una actividad como el fútbol que tiene más difusión que la democracia y que el mercado (**Boniface**); que se globalizó antes de la globalización; que trasciende las etnias, las clases, los géneros. Y, paradójicamente, no se lo estudia, investiga y piensa”. Habría que añadir lo que dice **Eduardo Galeano**: “¿En qué se parece el fútbol a Dios? En la devoción que le tienen muchos creyentes y en la desconfianza que le tienen muchos intelectuales”.

Los cinco tomos que conforman la Biblioteca, igual al número de la pelota con la que se juega el fútbol, son los siguientes: “Área de candela: fútbol y literatura”; “Con sabor a gol: fútbol y periodismo”; “Mete gol... gana: fútbol y economía”; “Quema de tiempo y área chica: fútbol e historia”, y “El jugador número 12: fútbol y sociedad”. Esos tomos fueron coordinados por Raúl Pérez Torres, **Kintto Lucas**; **Pablo Samaniego Ponce** y Fernando Carrión los dos últimos.

Este es un primer e importante paso para que los hinchas y no hinchas del deporte rey se interesen por discutir, debatir, analizar, reflexionar. Y, como se dijo en la presentación, es el primer paso para buscar un nuevo gol en un nuevo partido. Según **Braselli**, “Es perfecta la palabra. Gol. Como la palabra pan. Como la palabra luz. ¿Quién hizo la palabra gol? Sí, como ya sabemos proviene del inglés *goal*, que significa objetivo, meta”. (**Pablo Samaniego**)



# Altura no afecta resultados en el fútbol sudamericano

< POR FIDEL JARAMILLO B. \* >

La decisión de la FIFA de prohibir la realización de partidos internacionales de fútbol en ciudades que tienen más de 2 500 metros sobre el nivel del mar desató una intensa polémica. El presidente de la Federación, **Joseph Blatter**, ha justificado esta decisión “para proteger la salud de los jugadores y para evitar *distorsiones*” (el resaltado es de este analista). Ello sugiere implícitamente que la altura es una distorsión que ha concedido una ventaja desleal a los países que escogen sus sedes en ciudades altas y que perjudica al resto de equipos.

Sin embargo, una reciente investigación muestra que la variable altitud no ha sido estadísticamente significativa para explicar los resultados en el fútbol sudamericano y que, por lo tanto, no concede ninguna ventaja adicional a equipos que escogen “altiva y soberanamente” jugar en la altura. Otros factores, como la condición de equipo local y el *ranking* relativo de los equipos que se enfrentan, explican la mayor parte de la variación en los resultados. En otras palabras, no existe ningún fundamento empírico que justifique la decisión de la FIFA.

El trabajo *¿La pelota no dobla?: Altitud y resultados en el fútbol suramericano*, realizado por los economistas del BID Fidel Jaramillo, Gabriela Andrade (ecuatorianos) y Carlos Scartascini (argentino), analiza 252 partidos jugados por los países sudamericanos en las últimas tres rondas eliminatorias y utiliza técnicas econométricas para evaluar el impacto de la altura sobre los resultados. La investigación no hace consideraciones biológicas o fisiológicas, simplemente analiza el impacto diferencial de la altura como determinan-



te del resultado de los partidos disputados.

## La polémica y los hechos

El anuncio de la FIFA provocó una intensa polémica en los medios deportivos e incluso diplomáticos a nivel mundial. Por una parte, personalidades como **Pelé** han manifestado su satisfacción con la medida, pues consideran que equipos como Brasil habrían sido perjudicados al jugar en la altura. Por otra parte, las más altas autoridades de los países andinos han mostrado su rechazo a esta decisión. El presidente **Evo Morales**, por ejemplo, ha emprendido una verdadera cruzada en defensa de la práctica del deporte en la altura y ha jugado públicamente en La Paz varios partidos de fútbol para demostrar que la altura no hace daño a la salud y visitó a Blatter.

Existe una percepción generalizada respecto al impacto adverso que la altitud tendría sobre los equipos de fútbol que no suelen jugar a esos niveles. En particular, la prensa deportiva suele atribuir malos resultados en partidos contra el Ecuador o Bolivia al problema de la altitud. Incluso la propia FIFA, en su folleto promocional de Alemania 2006, se refiere al Ecuador como una selección que ha llegado al Mundial solamente gracias a que juega en la altura.

Cierta evidencia anecdótica podría

justificar esta percepción. Por ejemplo, en el caso de Bolivia, en los últimos 52 encuentros eliminatorios solo ha podido ganar 12 partidos, todos ellos en La Paz. En otro contexto, una experiencia similar es la del equipo peruano Cienfuegos, campeón de la Copa Sudamericana en 2003, que tuvo un récord notable jugando en Cusco a 3 000 metros sobre el nivel del mar.

## Jugar en la altura o en el llano

Sin embargo, un análisis detallado muestra que la evidencia no es tan contundente. Entre 1996 y 2006, se jugaron en Sudamérica un total de 252 partidos por la clasificación para los respectivos campeonatos mundiales. De ellos, 59 partidos se realizaron en ciudades de altura. Los equipos locales ganaron 33 de esos partidos, es decir, un equivalente a 56% del total de partidos realizados en la altura, tal como se puede observar en el *Cuadro 1*. Este porcentaje es muy similar al de triunfos que los equipos locales han obtenido cuando juegan en el llano y que fue del 57%, tal como se puede observar en el mismo *Cuadro*. En principio, no parecería que la altura hubiera introducido alguna distorsión significativa que favoreciera a los equipos locales que juegan en la altura.

CUADRO 1  
RESULTADOS DE PARTIDOS  
EN LAS ELIMINATORIAS SUDAMERICANAS  
1996-2006

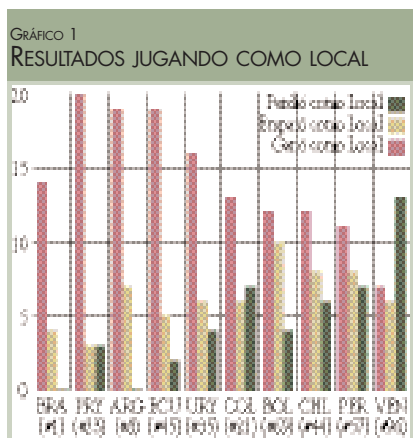
	Nº Partidos	Local gana	Empate	Visitante gana
Altura	59	33	17	9
(% altura)		56%	29%	15%
Llano	193	110	46	37
(% llano)		57%	24%	19%
Total	252	143	63	46
% Total)		57%	25%	18%

FUENTE: CONMEBOL.



Evidentemente, es importante controlar la calidad de los equipos que juegan de locales en la altura y aquellos que juegan de locales en el llano. Si la altitud fuese un factor que favorece a los primeros, entonces el porcentaje de partidos ganados como local debería ser significativamente superior al de otros países con similar categoría mundial. Además, se podría esperar un comportamiento cuando juegan de visitantes sin la posible ventaja de la altura.

Los datos tienen evidencia mixta. El Ecuador, por ejemplo, ha ganado 73% de sus juegos como local y se ubica en el cuarto lugar entre los países que mayor porcentaje de juegos han ganado en cali-



FUENTE: CONMEBOL.

dad de local. Está por encima de otros seis países, entre ellos, Uruguay, Colombia y Chile, que están mejor ubicados en un ranking promedio 1996-2006.

Sin embargo, si se analiza el porcentaje de partidos ganados como visitante, el Ecuador se ubica en la quinta posición, también superior a otros equipos con mejor ranking, es decir, una situación no muy diferente de cuando juega en la altura, tal como se puede observar en los Gráficos 1 y 2.

En el caso de Bolivia, los datos son menos claros, pues aparece en la séptima posición entre los países que mayor porcentaje de partidos ganan como local, por encima de países como Chile y Perú que tienen un mejor ranking. No obstante, en calidad de visitante, su récord es el peor entre los diez países sudamericanos. En contraste, el caso de

Colombia, aunque no ha jugado sino pocos partidos en la altura, muestra que su desempeño relativo como visitante ha sido mejor que cuando juega como local.

En consecuencia, el simple análisis descriptivo no es concluyente sobre el impacto de la altitud en los resultados de las eliminatorias. A priori, no parece existir evidencia contundente de que la altura haya tenido un impacto significativo y parecería que hay otros factores más importantes detrás de los resultados.

### Un ejercicio econométrico

La aplicación de técnicas econométricas al análisis deportivo es cada vez más popular. La existencia de una revista especializada, el *Journal of Sports Economics*, es ilustrativa de ello. Para analizar la decisión de la FIFA, el estudio de Jaramillo, Scartascini y Andrade utiliza inicialmente un modelo de regresión lineal para explicar el resultado de un partido en función de variables como la condición de local, la calidad relativa de los equipos medida a través del ranking FIFA y la altitud. El ejercicio también controla por otras variables como el año del enfrentamiento, el favoritismo a priori de Argentina y Brasil o la llamada "inercia clasificatoria" (es más pro-



FUENTE: CONMEBOL.

ble clasificar a un mundial si un equipo clasificó al anterior).

Los resultados son bastante potentes. La calidad de dueño de casa es estadísticamente muy significativa y da una ventaja promedio al equipo local de casi un gol a favor del local. Ello es consis-

tente con las conclusiones de esta literatura y refleja los resultados antes reportados que 57% de los partidos son ganados por el equipo local. Es muy similar también al registrado en otros deportes: básquetbol (64%), hockey (61%), fútbol americano (57%).

Evidentemente, es clave controlar por la calidad futbolística. Para ello, el

LA VARIABLE ALTITUD A LA QUE SE JUEGA ES ESTADÍSTICAMENTE INSIGNIFICANTE. OTROS FACTORES SON MÁS IMPORTANTES: EL HECHO DE SER LOCAL, EL RANKING, ETC.

ejercicio incluye la diferencia en el ranking FIFA de los equipos que se enfrentan. El resultado muestra que la posición relativa en este ranking impacta positivamente en los resultados, es decir que equipos favoritos tienden a obtener mejores resultados. El estudio indica que, si un país tiene 50 posiciones de ventaja sobre otro, posee en principio la posibilidad de ganar por lo menos con un gol de diferencia.

Sin embargo, la variable altitud aparece en este ejercicio como estadísticamente insignificante y no ayuda a explicar los resultados de los partidos eliminatorios. Este hallazgo tiene una consecuencia muy importante: la decisión de la FIFA de prohibir partidos internacionales en ciudades altas parece no tener un fundamento empírico como un factor que introduce una ventaja desleal a los países que han seleccionado estas ciudades como su sede.

En otras palabras, la altura no tiene impacto en los resultados. Pelé sigue siendo el Rey, pero esta vez se equivocó.

\* Asesor económico regional de los países andinos BID. Las opiniones pertenecen al autor y no necesariamente reflejan la posición oficial del BID y sus países miembros.

# No es la altura sino el cambio repentino

< POR DIEGO CRESPO FABARA\* >

La Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA) es una entidad que rige monopólicamente el fútbol mundial y que responde a los principios del negocio y del espectáculo más que al deporte. Por eso ha privilegiado siempre a los países más ricos y más grandes, para darles preferencias de varias maneras, y una de ellas es en los *fixtures*, es decir, en los cronogramas de juegos.

Este autor ha sostenido, desde hace muchos años, que la FIFA ha debilitado a ciertos países, mientras fortalecía a otros con el calendario de juegos; por ejemplo, haciendo que unos países jueguen más seguido y otros tengan más descanso; o que algunos esperen como locales sin moverse a sus rivales más fuertes, mientras a otros les obliga a jugar dos partidos difíciles con muy pocos días entre sí y largos viajes en el medio.

En América del Sur la FIFA ha combinado este manejo del *fixture* con la variable de la altura. Si a un equipo local se le obliga a bajar al llano y luego, en pocos días, subir a su ciudad sede, por más que sean jugadores muy bien preparados van a sentir el cambio repentino, y van a debilitarse frente a equipos que pueden venir adaptándose a la altura (porque se les ha programado más tiempo entre un partido y otro o porque se les ha hecho jugar dos o tres partidos en la altura, lo que lleva a una mejor adaptación fisiológica).

Esto no es subjetivo. Estudios que este autor ha realizado demuestran que, cuando se realizaban las eliminatorias por grupos de países, la FIFA edificó 19 ventajas para Brasil, construidas básicamente alrededor de la altura de Quito y La Paz en su calendario. Llamo "ventajas" justamente al manejo del calendario para que sus rivales se desadaptan a la altura y la cuidadosa pla-

nificación para que Brasil, en cambio, se fuera adaptando, paulatinamente, a jugar en Quito, y luego en La Paz.

En efecto, antes de que Bolivia jugara contra Brasil, el *fixture* obligaba a Bolivia a jugar en calor y a nivel del mar el partido anterior. Bolivia tenía el estrés de adaptarse al calor y luego volver a adaptarse a La Paz para jugar contra Brasil.

No se trata de magia: los países grandes y ricos pueden contratar expertos que conocen la fisiología de la altura, del calor, del cansancio. Han contratado matemáticos y deportólogos para usar la altura del Ecuador y Bolivia en contra de ellos mismos, pero se toparon con una sorpresa hace unos años.

Por eso, cuando el Ecuador decidió jugar en Guayaquil casi le cuesta a Brasil el mundial de 1994. Esa fue una decisión consciente en que el entrenador **Draskovic** y este autor, como responsable de la preparación física del equipo, tomaron en conjunto, para sorprender a Brasil que, por el *fixture*, venía preparándose para jugar en la altura de Quito. En efecto: el Ecuador jugó muy bien en Guayaquil, demostró estar muy preparado y si perdió solo fue por el azar, como lo reconocieron todos los comentaristas de la época. Más aún, si Bolivia no jugaba en la altura, Brasil no clasificaba al mundial. ¿Por qué? Porque le habría descolocado en la preparación que ese país había tenido en Bogotá.


Pero luego se cambió la forma en que se realizan las eliminatorias, con los juegos de todos contra todos.

En 1993 hasta el yerno de **Joao Havelange** criticó severamente al Ecuador... ¡por no jugar en la altura! En esa época **Joseph Blatter** era vicepresidente de la FIFA. Si les importaba la salud de los jugadores como ahora aseguran, ¿por

qué querían que el Ecuador jugara en la altura?

## Poniendo números

Los estudios que este autor ha realizado demuestran que la desventaja fisiológica de jugar en Quito es de 10% para el que no está adaptado a la altura. Así mismo, la desventaja fisiológica de jugar en el calor es de 10% para el que no está adaptado al calor. El uno porque no entra suficiente oxígeno ambiental, por falta de presión atmosférica, a la corriente sanguínea y el otro por la simple dificultad de mantener al cuerpo con una temperatura funcional. Igual pasa en un automóvil, como cualquiera ha podido comprobar.

Los dos extremos tienen riesgos de salud para quien no se haya adaptado. Por eso si la FIFA realmente se preocupara de la salud de los jugadores no solo debería prohibir jugar en la altura sino que también debería impedir los juegos en el extremo calor y humedad, como está descrito en todo texto de fisiología del deporte. El cuerpo se enfría por la evaporación del sudor; cuando hay mucha humedad ambiental, la evaporación es más difícil. Esa es la razón del truco de mojar las canchas en estadios situados en ciudades tropicales: para que haya mayor humedad ambiente y el equipo que viene de zonas más frías o secas se vea afectado. Las estadísticas muestran que hay mucho más peligro médico y de riesgo de muerte por hipertermia (alta temperatura) que por jugar en la altura. Solo en EEUU, muchos atletas mueren cada año por causa del calor y la mala evaporación. 

\* Máster de Ciencias en Fisiología del Deporte. Fue preparador físico de la Selección Ecuatoriana de fútbol en el período de Dussan Draskovic (eliminatorias para el mundial de 1994).