

El fútbol, rey por siempre

Es el deporte más popular del mundo, con un promedio de 1.600 millones de seguidores. Su capacidad de impacto es proporcional a las ganancias que genera en un planeta por demás futbolizado. Estudios recientes sugieren que, si el fútbol fuera un país, se ubicaría entre las primeras 20 economías mundiales. ¿Cómo lo hace? Cinco respuestas: la masa social que genera, las grandes audiencias televisivas, los patrocinadores, la transferencia de jugadores y el buen *marketing*.

Antonio Valencia se ha convertido en un ícono del deporte ecuatoriano. Jugar en uno de los más grandes equipos de fútbol y convertirse en el primer latinoamericano en vestir el legendario número 7 del Manchester United ha hecho que todos los ojos se posen sobre él. Su humilde historia ha sido retratada por cientos de medios y seguida ampliamente en las redes sociales. Pero además de la gloria futbolística, el equipo de los “diablos rojos” le ha dejado a Valencia altas gratificaciones financieras desde que pagó \$ 26,4 millones por su pase y le dio un salario mensual cercano al medio millón de dólares. Esto representó una histórica cifra en el fútbol ecuatoriano y es una muestra de que Valencia no solo juega en uno de los mejores clubes del planeta, sino en el más caro también.

La crema y nata de los clubes

En julio pasado, la revista *Forbes* reveló que Manchester United está valorado en \$ 2.230 millones, 19% más que el Real Madrid, que ocupa el segundo lugar con \$ 1.880 millones. Esta cifra convierte al equipo de Toño Valencia en el más valioso del mundo, seguido por el equipo de béisbol New York Yankees y el de fútbol americano Dallas Cowboys, valorados ambos en \$ 1.850 millones (*Cuadro 1*).

La situación del Manchester ha ido tan bien que incluso la familia Glazer, que controla el club desde 2005, ha decidido cotizar en la bolsa de Nueva York en los próximos días y permitir a su base de 659 millones de aficionados



—según una investigación hecha por el club— integrarse de esta forma al equipo. *Forbes* considera que las ganancias que se obtengan en bolsa ayudarán a reducir la deuda que en

marzo de 2012 se situó en \$ 663 millones.

En promedio, los 20 mejores equipos deportivos del mundo aumentaron su valor en 20% en 2011. Los ingresos, excluyendo las transferencias de jugadores, “subieron 23% a un promedio de \$ 319 millones por equipo durante la temporada 2010-2011”, mientras que la utilidad bruta (ganancias antes de impuestos, amortización, etc.) se incrementó 13%.

La firma Deloitte también hizo números en torno al deporte, específicamente al fútbol, y analizó los ingresos de los principales clubes del planeta. En este nuevo *ranking*, el Real Madrid obtuvo más ventas por séptimo año consecutivo (el Manchester se ubicó tercero) al registrar una facturación de € 479,5 millones (\$ 636,5 millones), 9% más que la temporada 2009-2010. De ese monto, 26% fue por concepto de entradas, 38% por derechos de televisión y 36% por publicidad, patrocinios y *merchandising*.

En esa lista (*Cuadro 2*) el F. C. Barcelona se ubicó en segundo lugar como el equipo con más ingresos de 2011. Su facturación se incrementó 13% hasta

CUADRO 1

Los equipos más valiosos

	Valoración (millones \$)
1. Manchester United (fútbol)	2.230
2. Real Madrid (fútbol)	1.880
3. New York Yankees (béisbol)	1.850
4. Dallas Cowboys (fútbol americano)	1.850
5. Washington Redskins (fútbol americano)	1.560
6. Los Angeles Dodgers (béisbol)	1.400
7. New England Patriots (fútbol americano)	1.400
8. Barcelona (fútbol)	1.310
9. New York Giants (fútbol americano)	1.300
10. Arsenal (fútbol)	1.290

FUENTE: REVISTA FORBES.

llegar a \$ 591,8 millones, aunque para el próximo año se prevé que los torneos ganados por el equipo catalán en 2012 harán variar la tabla.

La 17ª economía mundial

Según el análisis de Deloitte, “la masa social con la que cuenta este deporte, la capacidad para generar importantes audiencias televisivas y las nuevas vías de financiación procedentes de socios corporativos fortalecen la resistencia de los principales clubes de fútbol a la crisis”. En síntesis, las dos encuestas muestran lo que el fútbol es capaz de movilizar. Aquí unos datos que integran la idea:

- La FIFA estimó en 2007 que al menos 256 millones de personas practican este deporte de alguna manera.
- La agencia de estudios de mercado Kantar detectó que el fútbol sigue siendo el deporte más popular del mundo, con 1.600 millones de seguidores a escala mundial.
- El fútbol estaría en capacidad de representar la 17ª economía mundial, con ventas de hasta \$ 500.000 millones anuales.

Auspiciar, comprar jugadores, hacer mundiales...

Esos jugosos números hacen que las grandes marcas luchen por ser parte de este negocio. Los estrategas de la mercadotecnia, cada vez más especializados, han identificado técnicas eficaces para ganar réditos con este deporte. Una de las principales: los patrocinios, que al consolidarse logran que el equipo dependa de dicho auspiciante para incrementar sus ingresos y así generar interdependencia.

El Manchester United, por ejemplo, tiene respaldo suficiente de sus patrocinadores. De acuerdo al informe de *Forbes*, la aseguradora Aon “paga \$ 31 millones al año para poner su nombre en las camisetas de los jugadores en un acuerdo que va hasta 2014” y el año pasado DHL Express firmó un contrato para aparecer en los jerséis de entrenamiento por un monto de \$ 62 millones.

CUADRO 2

Los primeros 20 clubes de fútbol (por volumen de facturación 2010-2011)

Rk. 2011 (2010)	Club	Ingresos (millones \$)
1 (1)	Real Madrid	636,5
2 (2)	FC Barcelona	591,8
3 (3)	Manchester United	451,4
4 (4)	Bayern Munich	395,3
5 (5)	Arsenal	308,9
6 (6)	Chelsea	307,3
7 (7)	AC Milán	289,2
8 (9)	Inter de Milán	260
9 (8)	Liverpool	1250
10 (16)	Schalke	04249
11 (12)	Tottenham	222,7
12 (11)	Manchester City	208,6
13 (10)	Juventus	153,9
14 (15)	Olympique de Marsella	150,4
15 (18)	AS Roma	143,5
16 (n/e)	Borussia Dortmund	138,5
17 (14)	Olympique de Lyon	132,8
18 (13)	Hamburgo	128,7
19 (n/e)	Valencia	116,8
20(n/e)	Nápoles	114,9

FUENTE: DELOITTE.



El Real Madrid no se queda atrás y hace poco renovó su contrato con Adidas, cuyo logo aparecerá en las camisetas del equipo merengue hasta 2020 y por el que la marca deportiva pagará unos 40 millones de euros (\$ 51,6 millones) por cada temporada. Adidas mantiene esta alianza con el equipo español desde 1998.

Pero además de los auspicios, el negocio del fútbol está en los dividendos que dejan las transferencias de jugadores. El estudio de Mercado de Traspasos Mundial de la FIFA, que lleva el control de los fichajes, mostró que en 2011, en el mercado de jugadores pro-







fesionales varones, se gastaron más de \$ 3.000 millones y que se realizó un traspaso cada 45 minutos. Se reveló también que la edad media de los jugadores transferidos es de 23 años y que “50% de los traspasos internacionales es de jugadores entre los 22 y los 27 años”. Además, de todas las transferencias solo 10% correspondió a acuerdos permanentes entre clubes, “lo cual evidencia que la gran mayoría de jugadores fichados no tenía contrato con club alguno”.

Pero 2011 no fue un año tan especial como 2010, cuando se jugó el Mundial de Sudáfrica, que dejó elevados ingresos al país anfitrión, a los patrocinadores y, claro, a la FIFA. Después de esa Copa del Mundo, el organismo internacional del fútbol reportó haber obtenido ganancias de \$ 631 millones entre 2007 y 2010, y en ese mismo período logró ingresos por un total de \$ 4.189 millones. Esto ayudó para que la FIFA sumara reservas por \$ 1.280 millones. Ahora, la entidad espera que el Mundial de Brasil 2014 sea igual o más lucrativo.

Brasil 2014, los auspiciantes

Para el Mundial de Brasil, la FIFA ha delineado su estrategia comercial y ya cuenta con los que serán sus auspiciantes en tres niveles.

Socios FIFA

- Adidas 
- Coca-Cola 
- Hyundai Motors 
- Emirates 
- Sony 
- Visa 

Patrocinadores de la Copa Mundial

- Budweiser 
- Castrol 
- Continental 
- McDonald's 
- Oi 
- Seara 

Promotores nacionales

- Itaú 
- Liberty Seguros 
- Nescau 

El fútbol ecuatoriano

50 millones gastan equipos nacionales

En 2011 la suma de los presupuestos de los equipos de la Serie A del fútbol nacional llegó a \$ 42,7 millones, mientras que en 2012 esa cifra ascendió a \$ 50,2 millones. Liga Deportiva Universitaria y Barcelona son las dos instituciones con mayor presupuesto: \$ 8 millones cada uno.

Presupuestos de los equipos de la serie A

Equipo	Año de fundación	Campeonatos Serie A	Presupuesto 2012 (\$ millones)
Liga Deportiva Universitaria	1930	10	8
Barcelona Sporting Club	1925	13	8
Club Sport Emelec	1929	10	7
Sociedad Deportivo Quito	1955	5	4,8
Club Deportivo El Nacional	1964	13	4
Liga Deportiva Universitaria de Loja	1989	0	3,5
Centro Deportivo Olmedo	1919	1	3
Club Deportivo Cuenca	1971	1	2,8
Club Social y Deportivo Independiente del Valle	1958	0	2,6
Club Deportivo Técnico Universitario	1971	0	2,5
Club Social y Deportivo Macará	1939	0	2
Manta Fútbol Club	1998	0	2
Total			50,2

FUENTE: DIARIO EL COMERCIO Y WWW.MIFUTBOLECUADOR.WORDPRESS.COM.

Los fichajes más caros de futbolistas ecuatorianos

FOTOS: WWW.FOTOGRAFOSECUADOR.COM

Antonio Valencia:
Manchester United
pagó \$ 26,4 millones.



Felipe Caicedo:
Manchester City
pagó \$ 10 millones.



Estadísticas del fútbol ecuatoriano

Equipos con más campeonatos

- Barcelona y El Nacional: 13
- Emelec y Liga de Quito: 10
- Deportivo Quito: 5
- Everest, Olmedo y Deportivo Cuenca: 1

Equipo con mayor número de campeonatos consecutivos: El Nacional, dos tricampeonatos.

Equipo con el mayor número de partidos sin perder: El Nacional, con 26 partidos en el campeonato de 1990.

Equipo con mayor número de victorias consecutivas: El Nacional, con 11 victorias en el torneo de 1976.

Equipo con el mayor número de derrotas consecutivas: Deportivo Cotopaxi, con 13 derrotas en el torneo de 1987.

Mayor goleada: Liga de Quito vs. América de Ambato (11-0) en el campeonato de 1969.

Máximo goleador histórico: Hermen Benítez, con 191 goles en la Serie A.

Jugador con mayor número de goles en un solo campeonato: Jaime Iván Kaviedes, con 43 goles en 1998, jugando para Emelec.

Arquero con más tiros penales atajados: Jacinto Espinoza, con 23 tiros penales.

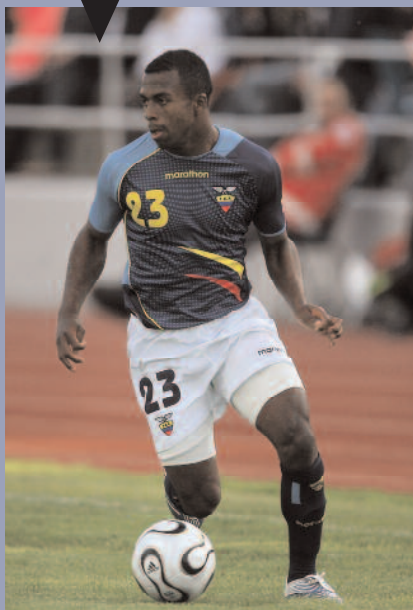
FUENTE: WWW.MIFUTBOLECUADOR.WORDPRESS.COM.



WWW.FOTOGRAFOSCUADOR.COM

Agustín Delgado es el máximo anotador de la selección ecuatoriana con **31 goles**.

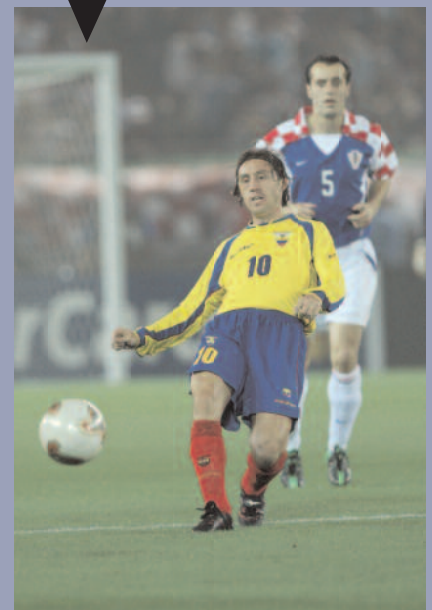
Christian Benítez:
América de México
pagó **\$ 10 millones**
por el pase interno.



Iván Kaviedes:
Peruggia pagó
\$ 5,2 millones.



El primer futbolista en ganar grandes cantidades de dinero en México fue **Alex Aguinaga** con **\$ 90.000** al mes, en 1996.



Las grandes marcas deportivas del mundo

NIKE



JUST DO IT.

Fundada en 1964 por **Phil Knight** y **Bill Bowerman**. Knight viajó a Japón para obtener la distribución de los zapatos Tiger, producidos por la firma Onitsuka; tras conseguirlo, vendió los zapatos en EEUU con el nombre de Blue Ribbon Sports.

- En los setenta Nike se separó de Onitsuka y empezó su propia línea de zapatos.
- A finales de la década de los ochenta, se creó el lema *Just do it* (*Solo hazlo*).
- Su nombre viene de la diosa griega de la victoria Niké, que era capaz de correr grandes velocidades y se la consideraba portadora de la buena suerte.
- Nike pagó \$ 35 dólares, en 1971, por el diseño de su logotipo *swoosh* que hoy está valorado en millones.
- Sus primeros productos fueron zapatos de correr.
- En 1985 contrataron al entonces desconocido jugador de básquet **Michael Jordan**, quien llevó su marca a niveles inimaginables.
- En su último año fiscal —que cerró en mayo pasado— obtuvo un beneficio neto de \$ 2.133 millones, que representa una mejora de 12% respecto al ejercicio precedente.
- Asimismo, logró una ganancia por acción de \$ 4,39.
- La cifra total del negocio llegó a \$ 20.862 millones.

PUMA

Fue fundada en 1948 por **Rudolf Dassler**, el hermano de **Adolf Dassler**, que fundó Adidas. Desde 2007 pertenece en parte al grupo francés PPR.

- Distribuye productos en 80 países.
- Su logotipo se creó en 1968 inspirado en el puma, felino que se caracteriza por su velocidad y fuerza.

ADIDAS



Nació el 18 de agosto de 1949. Tiene su sede en Herzogenaurach, Alemania. Fue fundada por **Adolf Dassler** y su hermano **Rudolf**, pero tiempo después por conflictos familiares quedó en manos del primero.

- El nombre Adidas procede del diminutivo de Adolf: Adi y de las letras iniciales de su apellido: Das.
- Inició con la confección de zapatillas y pantuflas sin marca y con calzado con clavos para deportistas. Lograron colocar sus productos en la selección alemana de atletismo.
- Originalmente, en la década de los veinte, se llamó *Gebrüder Dassler Schuhfabrik*, es decir, Fábrica de zapatos de los hermanos Dassler.
- Hoy es el segundo fabricante de artículos deportivos a nivel mundial.
- La compañía fue comprada en 1990

por **Bernard Tapie** y tras su quiebra fue adquirida por **Robert Louis-Dreyfus**.

- Desde 1970 Adidas es el proveedor oficial de la Copa del Mundo y, en sus tres logotipos, siempre se han utilizado las franjas negras
- Su volumen de negocios aumentó 11,3% en 2011 hasta llegar a \$ 16.413 millones.
- Ganó \$ 881 millones en 2011, 18% más que en 2010.

REEBOK

Reebok International Limited se fundó en 1895 en Inglaterra como Mercury Sports. En 1960 cambió su nombre a Reebok.

- Su nombre estuvo inspirado en un antílope africano llamado *rhebok*.
- Se hizo popular con el modelo *Freestyle* para mujer y se convirtió en ícono de la moda de los ochenta.
- En agosto de 2005, Adidas compró a Reebok por \$ 3.800 millones.



UMBRO

Fue fundada en 1910 como **Humphreys Brothers Clothing**. En 1924 cambió su nombre a Umbro, una contracción del nombre anterior **Humphreys Brothers**.

- Tiene su sede en **Cheadle**, Inglaterra, y se especializa en ropa para fútbol.
- Vende sus productos en más de 90 países.
- En octubre de 2007 fue comprada por Nike.

“El deporte es un contenido con amplias posibilidades”

José Daniel Gómez
Presidente Directv Ecuador

Directv es una empresa que se dedica al entretenimiento y uno de los componentes más importantes del entretenimiento es el deporte, ya que es un contenido con amplias posibilidades. Nos permite incluir elementos diferenciadores.

El deporte genera pasiones y no solo el fútbol; hay una cantidad de deportes y obviamente grandes eventos como las Olimpiadas, el Mundial, la Copa América que nos permiten ir un paso más adelante. El contenido por sí solo no basta, nosotros llevamos ese contenido y le ponemos un componente humano. Todo el talento que está al frente y detrás de las cámaras hacen que la transmisión se vuelva diferente. No solo la imagen, sino el comentario, el análisis de las competencias.

Trabajamos todo el año en buscar estos contenidos. Llevamos muchos años transmitiendo la Liga Española, por ejemplo, y siempre ha sido un diferencial importante. Este año tuvimos La Eurocopa, en 2010 la transmisión del Mundial, etc. Los calendarios afectan mucho cómo se hace la estrategia de cada deporte. También afectan los gustos del consumidor. Pero el fútbol supera todas las clases económicas, sociales. Lo disfrutamos donde sea y todo el mundo lo vive con la misma pasión.

Las Olimpiadas es un evento muy diferente. Se verán deportes que nunca se han visto y ahora damos a los clientes la posibilidad de disfrutar del deporte que más les guste, sea cual sea, con una parrilla de seis canales normales y dos HD. Nuestro objetivo principal es ofrecer algo diferenciado a nuestros suscriptores. Si se puede cambiar cómo el cliente vive las Olimpiadas es mucho más importante. Eso genera que más clientes se suscriban y que se utilicen más el producto. Cuando podemos ofrecer algo que nadie más tiene el interés se multiplica.

En Latinoamérica tenemos más de 10 millones de suscriptores; en EEUU, 20 millones; en el Ecuador, más de 200.000. Eso nos permite contratar eventos de gran magnitud. Es mucho más sencillo cuando tienes un número de clientes tan grande. La inversión es muy grande y el resultado se ve a largo plazo, pero si lo dejamos de hacer, dejamos de crecer. Estamos siempre muy abiertos a hacer cosas nuevas. ▣

Europa

- El déficit fiscal español alcanzó 8,9% del PIB el año pasado.
- La deuda externa neta de los hogares, firmas y el Gobierno español se acercan al millón de millones de euros (\$ 1,25 millones de millones) o más de 90% de su PIB.
- El 9 de junio España recibió una línea de crédito por 100.000 millones de euros (\$ 125.000 millones) por parte de la Unión Europea, con el fin de recapitalizar sus bancos.
- El FMI determinó que el hueco financiero en la banca española alcanza 40.000 millones de euros (\$ 50.000 millones).
- El primer ministro italiano, **Mario Monti**, ha implementado medidas de austeridad por aproximadamente 20.000 millones de euros (\$ 25.000 millones).
- El desempleo alcanzó 9,8% en Italia, en marzo.
- Grecia tiene un nivel de endeudamiento de € 365.000 millones (\$ 450.000 millones) o 4,3% del total de endeudamiento de la zona euro.
- El nivel de endeudamiento griego alcanzará 160% del PIB este año.
- Los préstamos del Banco Central Europeo a prestamistas españoles alcanzaron un récord de € 287.800 millones (\$ 360.000 millones), en mayo.

Ricos del mundo

- **Carlos Slim** se mantiene como el hombre más rico del mundo, con una fortuna de **\$ 69.100 millones.**



- La fortuna de **Mark Zuckerberg**, fundador y cabeza de Facebook, alcanza los **\$ 16.800 millones.**

