



LA CONTRIBUCIÓN DEL FÚTBOL A LA ECONOMÍA ARGENTINA



Marzo 2015

Asociación del Fútbol Argentino -
Facultad de Ciencias
Económicas, Universidad de
Buenos Aires

Equipo de Trabajo:

Ariel Coremberg, Coordinador

Juan Sanguinetti, Investigador Senior

Marisa Wierny, Investigador Senior

Contenido

RECONOCIMIENTOS	4
RESUMEN EJECUTIVO	5
I. INTRODUCCION	12
II. LOS EFECTOS DEL FÚTBOL EN LA ECONOMÍA.....	15
Efectos Directos.....	15
Efectos Indirectos	16
III. LIMITES DE INCLUSIÓN Y CRITERIOS DE VALUACIÓN DE LA PRODUCCION DE CLUBES DE FÚTBOL	19
Límites de Inclusión	19
Criterios de Valuación de la Producción.....	20
IV. ¿CUANTO ES LA PRODUCCION DE LOS CLUBES DE FÚTBOL EN ARGENTINA?.....	21
Introducción	21
Datos disponibles	22
Muestra de Balances	24
Estructura de ingresos de los clubes	25
Comparación de la estructura de ingresos con las ligas europeas y latinoamericanas	31
El Valor de Producción de los Clubes de Fútbol argentinos	40
Metodología	40
V. LA CONTRIBUCIÓN DEL FÚTBOL A LA ECONOMIA ARGENTINA	43
Introducción	43
Sectores Asociados	43
Valor Bruto de la Producción del fútbol Argentino con sectores asociados.	47
VI. SINTESIS Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	52
Bibliografía.....	56
CONTRATAPA	57

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

Gráfico 1: Efectos del Fútbol en la Economía y la Sociedad	18
Gráfico 2: Ingresos declarados por los clubes de la muestra. Año 2013	24
Gráfico 3: Estructura de ingresos de los clubes de la muestra. Año 2013.....	25
Gráfico 4: Ingresos declarados por los clubes de la muestra. Año 2013	28
Gráfico 5: Estructura de ingresos declarados por los clubes de la muestra. Año 2013	29
Gráfico 6: Estructura de ingresos de los clubes europeos. Año 2013	31
Gráfico 7: Ingresos de los clubes de fútbol europeo, en millones de euros. Año 2013.....	32
Gráfico 8: Estructura de ingresos de los clubes de fútbol europeo. Año 2013.....	33
Gráfico 9: Estructura de ingresos de los clubes de fútbol de Brasil. Año 2013.....	34
Gráfico 10: Ingresos de los clubes de fútbol brasileiro. Año 2013.....	34
Gráfico 11: Estructura de ingresos de los clubes de fútbol brasileiro. Año 2013	35
Gráfico 12: Ingresos 10 mas grandes clubes de Europa, Brasil y Argentina. Año 2013 ...	37
Gráfico 13: Estructura de ingresos 10 mas grandes clubes del Europa, Brasil y Argentina.	38
Gráfico 14: Estructura de ingresos de los clubes. Año 2013	39
Gráfico 15: VBP del Fútbol Argentino con sectores económicos asociados.....	48
Gráfico 16: Cuadro Sintético de del Valor Producción del Fútbol	51
Tabla 1: Muestra de balances de los clubes según categoría y años.....	22
Tabla 2: Fechas de los balances	23
Tabla 3: Estructura de ingreso de los clubes que componen la muestra,.....	27
Tabla 4: Ingresos declarados por los clubes de la muestra, en millones de pesos (2013)	30
Tabla 5: Valor Bruto de Producción de los clubes fútbol profesional por categoría. Año 2013	41
Tabla 6: Valor de Producción de los clubes fútbol profesional por categoría, estimación Año 2013	42
Tabla 7 Identificación de los sectores económicos asociados según rama del CIIU	46
Tabla 8 Contribución sectores económicos asociados al fútbol	47
Tabla 9: VBP del fútbol Argentino desagregado por sector y origen	48
Tabla 10 Comparación el Deporte en Europa y Argentina-Fútbol	50

RECONOCIMIENTOS

El presente estudio fue elaborado en el marco del Convenio de Asistencia Técnica entre la Asociación del Fútbol Argentino y la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires (FCE-UBA). El estudio fue coordinado por Ariel Coremberg (ARKLEMS-FCE-UBA) y contó con la participación de Juan Sanguinetti (Nexos Economía y Desarrollo) y Marisa Wierny (ARKLEMS-FCE-UBA). Ignacio Benito (UBA) actuó como asistente principal de investigación. Franco Mastelli (ARKLEMS-FCE-UBA) y Hernán Muñoz (ARKLEMS-FCE-UBA) aportaron asistencia en diversas etapas del trabajo.

Los autores desean expresar el agradecimiento al Sr. Luis Segura, Presidente de la Asociación del Fútbol Argentino, y muy especialmente a Mónica Bouvet, Gerente de Administración y Control de la misma entidad por su predisposición y colaboración. Los autores agradecen a la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, sin cuyo apoyo hubiera sido imposible la realización de este trabajo: en particular agradecemos al Decano, Dr Jose Luis Giusti, al Dr. Gonzalo Lema, Profesor de Administración Pública y a Andrés López, Director del Departamento de Economía.

RESUMEN EJECUTIVO

Marzo 2015

Equipo de Trabajo:

Ariel Coremberg, Coordinador

Juan Sanguinetti y Marisa Wierny, Investigadores

Introducción

¿Cuánto es el dinero que movilizan los clubes del futbol argentino? ¿Cuánto participa el futbol profesional y amateur? ¿Cómo es la estructura de ingresos de los clubes argentinos respecto de las ligas europeas y brasileras? ¿Son los clubes y la AFA los dueños de la pelota? o en verdad el grueso del negocio está fuera del control de los clubes. ¿Quiénes son los principales financiadores de los clubes y del futbol en general? ¿Cuánto es la facturación que realizan otros sectores económicos gracias al futbol? Estas son sólo algunas de las preguntas que usualmente se hacen los hinchas argentinos y que lamentablemente no tenían, hasta ahora, respuesta.

En general existe un enorme desconocimiento sobre los aspectos económicos y financieros que envuelven el futbol local e incluso internacional. A diferencia de otras ligas, en nuestro país no se producen estadísticas sobre la situación económica de los clubes.

La importancia de medir económicamente esta actividad va más allá de su posible impacto sobre el consumo, inversión y crecimiento de un país. El futbol como todo deporte genera mejoras en el bienestar, salud y ocio de quienes lo practican y de quienes lo consumen, además de ser un factor igualador de oportunidades e inclusión social. El futbol profesional ha pasado de ser una actividad recreativa a una actividad espectáculo y un medio extraordinario y poderoso para que las empresas promocionen sus productos y las ciudades y fundaciones se proyecten al mundo. En síntesis el futbol genera enormes beneficios monetarios y no monetarios pero que no necesariamente se apropian los clubes, cuya actividad y organización se encuentra sujeta a las pasiones más que a la lógica económica.

Este estudio presenta la metodología y estimaciones de la contribución del futbol profesional y amateur a la economía Argentina, trabajo casi pionero en nuestro país y en el mundo. Esto se hace a partir de la medición de la facturación (Valor Bruto de Producción) de los clubes de futbol (futbol

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

profesional, futbol amateur y otras actividades que generan los clubes) y de otros sectores económicos distintos a los clubes que producen o proveen bienes y servicios asociados al futbol, como puede ser la fabricación y venta de indumentaria deportiva y de dispositivos electrónicos, la venta de paquetes turísticos y traslados para presenciar eventos deportivos, el consumo de alimentos y bebidas durante los partidos de futbol, o la producción y difusión de contenidos audiovisuales sobre futbol, entre otras actividades vinculadas.

Metodología

Para ello el estudio adoptó como criterio metodológico general que asegure su comparabilidad con otros sectores de la economía argentina y ligas internacionales, el Manual de Naciones Unidas para el Sistema de Cuentas Nacionales 2008 (SCN08) y la Definición Vilnius de la Cuenta Satélite Europea del Deporte. Se trata de una definición amplia del deporte que no sólo incluye las instalaciones deportivas y las organizaciones deportivas profesionales y amateurs (en nuestro caso, los clubes de futbol) sino que, además, abarca la producción de todos los sectores de la economía que utilizan al deporte como insumo o están vinculados directamente con el deporte, pero que no son entidades deportivas, ni proveedores directos de los clubes, ni fabrican bienes o insumos para la realización del deporte. Por ejemplo, este criterio amplio incluye en la medición el valor bruto de producción que generan las redes y los programas de radio y televisión que brindan contenidos relacionados con el futbol, las actividades turísticas y de espectáculos relacionados con el futbol, los fabricantes de bienes y productos que utilizan el futbol, y en particular el valor de la marca, como estrategia o plataforma comercial para acceder a los consumidores. A estos sectores los denominamos en este estudio como sectores asociados.

Para poder estimar el valor bruto de producción de los clubes y los sectores económicos asociados diseñamos una metodología en dos etapas. Primero se estimaron los recursos que generan los clubes de futbol, tanto profesional como amateur, a partir de una muestra de balances, en su mayoría correspondientes al año 2013. La información de esta muestra de balances, una vez homogenizada y sistematizada, se actualizaron y expandió al universo de los clubes de futbol argentino (de ahí que las cifras finales pueden no coincidir con las originales). Luego, en una segunda etapa, se analizaron los sectores de la actividad económica que producen bienes y servicios directamente relacionados con el futbol tanto amateur como profesional. Para ello se utilizaron cifras con un alto nivel de desagregación y detalle proveniente de la base de las series ARKLEMS+LAND FCE-UBA de productividad por sector de actividad económica. A continuación se exhiben los principales resultados de este estudio.

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

Estructura de ingresos de los clubes

El estudio analizó con detalle la estructura de ingresos de los clubes. El siguiente cuadro resume la composición de los ingresos de los clubes de las categorías profesionales. Como se puede extraer de la tabla el principal financiamiento de los clubes proviene de la venta de entradas y el pago de la cuota social, representa algo más del 30% de todos los ingresos. Contrariamente a lo que se piensa, los Derechos de TV si bien son una importante fuente de ingresos, en promedio, aportan menos del 20% de los ingresos de los clubes de primera A.

No obstante, los derechos de televisión son un ingreso importante, igualador de oportunidades, en la actualidad de diversos clubes profesionales de 1°B metropolitana, 1°Bnacional, 1°C y torneo argentino A y de los clubes de menores ingresos de 1°A.

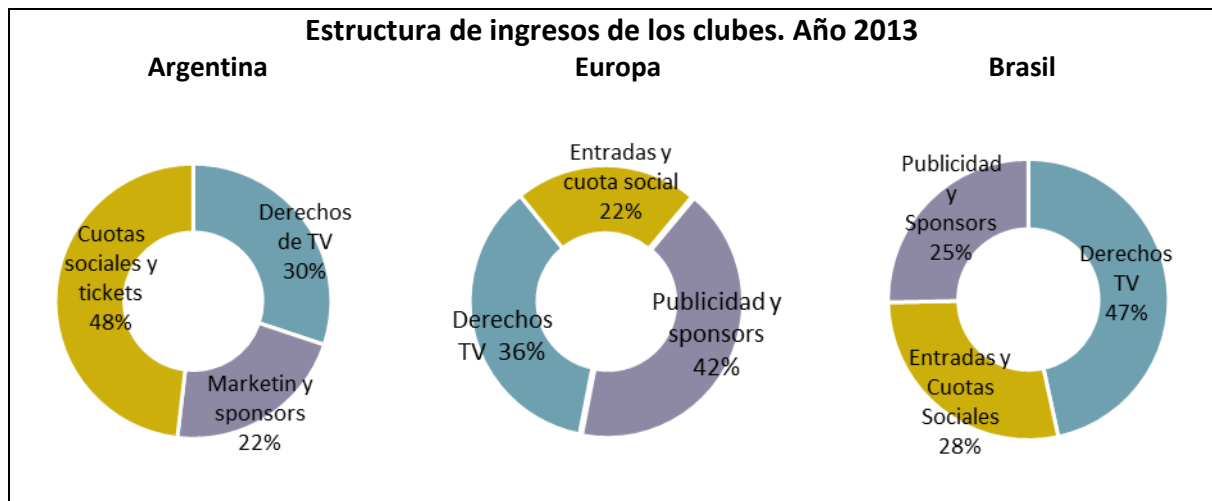
Estructura de ingreso de los clubes argentinos, en %. Año 2013

División / Número de clubes	Derechos de televisión	Marketing y sponsors	Ingresos netos por transferencias de jugadores	Venta de entradas y cuotas sociales	Otros ingresos	Total
Primera A	18,0	13,9	8,4	31,5	28,2	100,0
Nacional B	26,6	13,1	1,9	27,9	30,5	100,0
Primera B	36,1	15,3	2,6	21,0	25,0	100,0
Total	19,8	13,9	7,4	30,6	28,3	100,0

Fuente: Elaboración propia

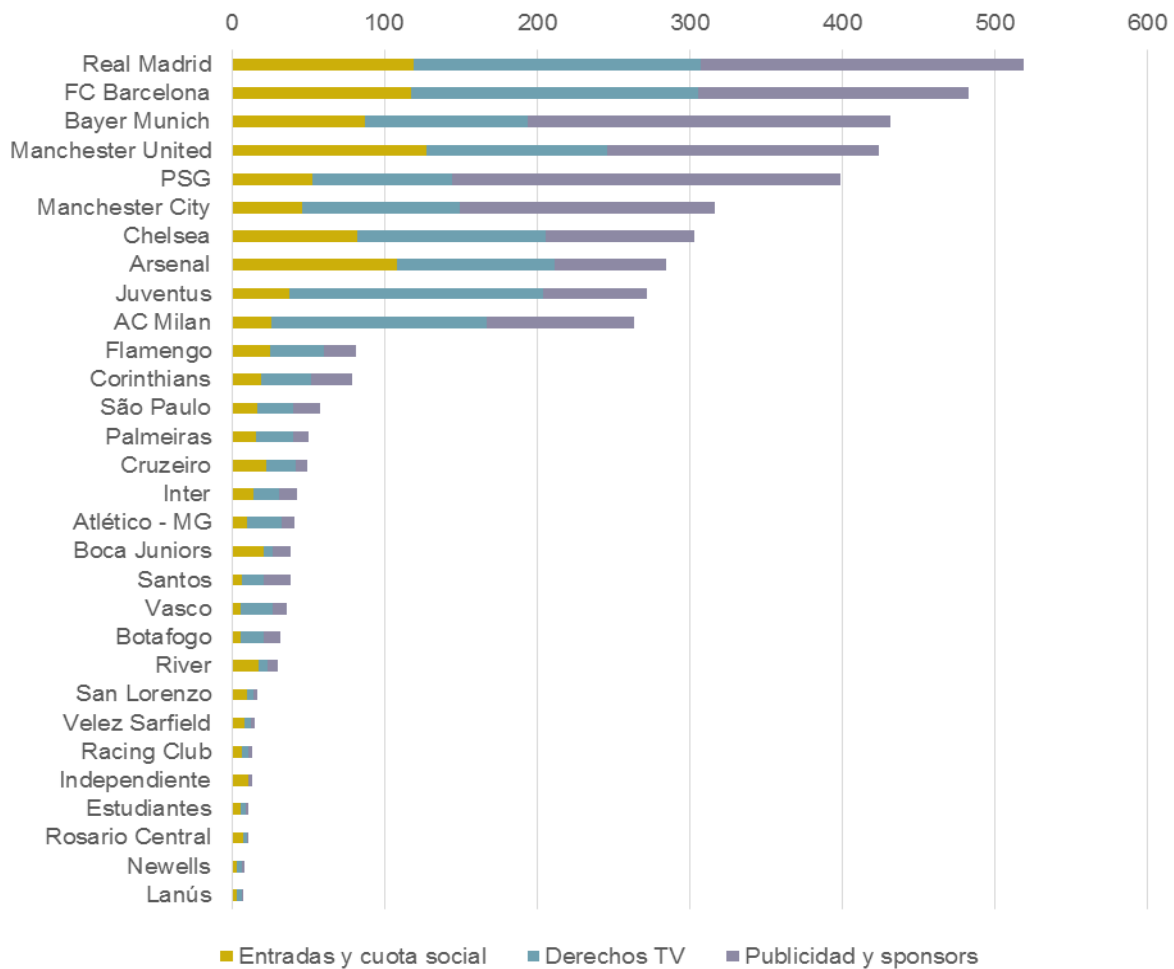
El estudio también compara la estructura de ingresos del futbol argentino de primera división con la de otras ligas internacionales (Europa y Brasil). El resultado más destacado de este análisis es que en el futbol argentino el aporte de los socios y simpatizantes al financiamiento de los clubes es mucho mayor que en otras ligas. En el futbol local el aporte de los socios y simpatizantes (cuota social y venta de entradas el día del partido) representa en promedio casi el 50% de los ingresos de los clubes, excluyendo del análisis los ingresos por la venta de jugadores y otros ingresos de los clubes (estacionamiento, concesiones, etc.). La contribución de los derechos de televisión al financiamiento de los clubes es mucho más bajo de lo que se piensa. En 2013 los derechos de TV representaron el 30% de los recursos de los clubes, en Brasil representan el 47% y Europa el 36% en promedio para todas las ligas. El futbol europeo se financia mayormente con ingreso por marketing y sponsors, en tanto que el futbol brasilero casi el 50% de sus ingresos son por derechos de TV.

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina



Ingresos de los 10 más grandes clubes de Europa, Brasil y Argentina. Año 2013

En millones de euros



Fuente: Elaboración propia

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

El estudio también demuestra que aún con el reducido presupuesto de los clubes, el fútbol argentino, es competitivo internacionalmente no solo por la venta de jugadores de alto nivel y su participación en las grandes ligas europeas sino porque los clubes locales participan y ganan campeonatos internacionales. Así como el destacado desempeño de nuestras selecciones nacionales en los mundiales. Por lo tanto, el fútbol profesional argentino es no solo competitivo profesionalmente a nivel internacional sino también económicamente ya que compite a nivel de las grandes ligas europeas a bajo costo.

La incidencia del fútbol argentino en la economía

La extrapolación de la muestra de balances al total de clubes argentinos según la metodología adoptada determinó un valor bruto de producción de los clubes de fútbol profesional (124) de \$ 4.617 millones para el año 2013. Los clubes que participan de la Primera A generan un valor bruto de producción de \$ 2.898 millones, prácticamente el 62% de todos los recursos generados por los clubes con fútbol profesional, la Primera B \$ 242 millones, la Primera C \$ 120 millones y los clubes del Nacional B \$ 1.164 millones, (representa el 25% del valor bruto de producción total) y el torneo Argentino A \$ 239 millones. Pero esto no es todo, resta agregar el valor bruto de producción de las ligas de fútbol amateur y el de las Selecciones Nacionales. El valor de producción de los clubes de fútbol amateur (más de 3000) que incluye la primera D, Torneo Argentino B, C y resto de clubes del interior, así como los clubes de fútbol suman según esta metodología otros \$ 3.599 millones, también para 2013. En tanto que el valor bruto de producción de la Asociación del Fútbol Argentino, estimado por la suma de sus costos, excluyendo las transferencias a los clubes por los derechos de transmisión de TV, agregarían otros \$ 644 millones. Por lo tanto, se estima un valor bruto de producción del fútbol argentino generado en forma directa por los clubes y la AFA de \$ 8.860 millones para 2013.

La facturación de los clubes de fútbol, \$ 8.860 millones (aprox. u\$s 1000 millones) al contrario del “vox populi” es relativamente baja, representa solo el 37% de la facturación de los Shoppings del Gran Buenos Aires (\$24.000 millones) y el 7% de los supermercados a nivel nacional \$131.700 millones. Los ingresos promedio de un club de 1ªA (\$144 millones) representan la facturación promedio de solo dos locales de una cadena de supermercados standard en Argentina. Cifras similares se producen en Europa.

Pero esto es sólo una parte de la incidencia del fútbol en la economía, falta estimar el giro del negocio de los sectores asociados al fútbol local, distintos de los clubes. La suma del valor de producción de los productos, servicios y sectores asociados al fútbol dio por resultado un valor de \$ 32.915 millones. En síntesis, el estudio determinó que el Valor Bruto de Producción del Fútbol Argentino ascendió en 2013 a \$ 41.775 millones, de los cuales \$ 8.860 millones (21%) le corresponde a los clubes de fútbol amateur y profesional y \$ 32.915 millones a los sectores económicos que producen y/o comercializan bienes y servicios gracias al fútbol argentino (79%) (Publicidad, programas de TV y radio, prensa, indumentaria y otros servicios. Esto significa que por

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

cada peso gastado por los clubes se generan 3,7 pesos adicionales en otros sectores de la economía, más de lo calculado para el deporte en Reino Unido y similar a Holanda.

VBP del fútbol Argentino desagregado por sector y origen

	CLUBES DE FÚTBOL		SECTORES ASOCIADOS		TOTAL
Merchandising, Marketing, Prensa, Publicidad y Sponsors	1.229	6,3%	18.200	93,7%	19.429
Transm. y Producción de Radio y TV	1.704	18,1%	7.708	81,9%	9.412
Otros Servicios	2.536	36,7%	4.383	63,3%	6.919
Turismo, Cultura, Bares y Restaurantes		0,0%	2.624	100,0%	2.624
Entradas y Cuotas Sociales	2.723	100,0%		0,0%	2.723
Transferencia Neta de Jugadores	667	100,0%		0,0%	667
Total	8.860	21,2%	32.915	78,8%	41.774

Los clubes participan sólo del 6.3% del merchandising, prensa y publicidad, el 18% de la transmisión y producción televisiva y radial y un 36,7% del negocio de otros servicios. En tanto que el turismo, cultura y alimentos fuera del hogar asociados al fútbol se genera exclusivamente por sectores asociados. Mientras que los clubes generan sus propios ingresos por simpatizantes vía taquilla y cuotas sociales sin participación de terceros.

La contribución del futbol a la economía argentina es aproximadamente un 2,2% del consumo de los hogares, cifra similar a lo que aporta el futbol en España pero menor a lo que ocurre en Reino Unido y Austria, aunque estas cifras incluyen otros deportes.

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

Conclusiones

Este trabajo de investigación, pionero en su tema para Argentina e incluso a nivel internacional, aporta al debate sobre algunos mitos sobre el fútbol argentino.

Mito 1: En Argentina los clubes de fútbol son un gran negocio ya que manejan mucho dinero.

Realidad 1: La facturación del total de los clubes es un porcentaje muy reducido del valor de las ventas de los supermercados o de los shoppings. Los ingresos promedio de un club de 1ªA (\$144 millones) equivalen a la facturación de dos locales de una cadena de supermercados promedio.

Cuando se analiza los efectos del fútbol en la economía y el presente financiero de los clubes, no solo de Argentina sino del mundo, encontramos que los clubes no parecen apropiarse de todos los beneficios generados por la actividad que genera el fútbol. La mayor parte del dinero que mueve el fútbol no pasa por los clubes sino más bien son los sectores asociados los que más se benefician de lo que genera este deporte. Los clubes de fútbol tienen una participación muy baja en el giro del negocio que genera el fútbol vía merchandising, los medios de comunicación, la publicidad, el turismo y otras actividades.

Mito 2: La TV es el principal financiador del Fútbol Argentino.

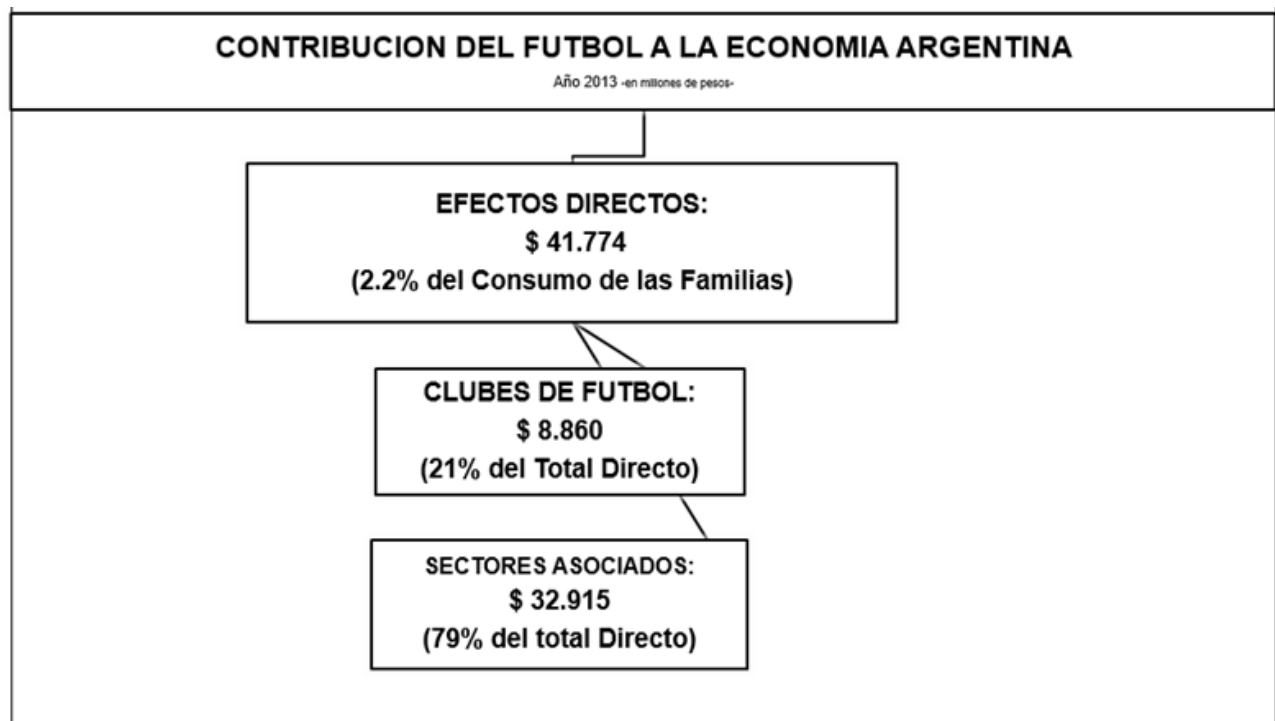
Realidad 2: El principal financiador de los clubes son los simpatizantes y no los derechos de TV. No obstante eso, los derechos de televisión son un ingreso importante para las categorías de divisiones inferiores. Esta es una diferencia muy significativa en relación a otras ligas de fútbol. En Brasil, por ejemplo, los derechos de TV son el principal ingreso de los clubes, en las ligas europeas ocurre más o menos lo mismo. Los ingresos por sponsors y marketing son el mayor ingreso de los clubes europeos, seguido de los ingresos de televisión.

Mito 3: El fútbol Argentino se financia con la venta de jugadores.

Realidad 3: Los ingresos netos por transferencias, préstamos y derechos de formación aportan solo el 7% de los ingresos consolidados de los clubes una vez que se descuentan las compras y préstamos entre clubes argentinos. De todos modos, las transferencias son ingresos netos extraordinarios, de elevada heterogeneidad entre clubes, y resulta necesario un análisis intertemporal de la estructura de financiamiento.

Cuando se analiza los efectos del fútbol en la economía y el presente financiero de los clubes, no solo de Argentina sino del mundo, los clubes no parecen apropiarse de todos los beneficios generados por la actividad que genera el fútbol. La mayor parte del dinero que mueve el fútbol no pasa por los clubes sino más bien son los sectores asociados los que más se benefician de lo que genera este deporte.

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina



I. INTRODUCCION

En las últimas décadas el deporte ha tomado una importancia manifiesta a nivel mundial, pasando de ser una actividad recreativa asociada al ocio a tener hoy en día un impacto económico y social mucho mayor y extendido que el espectáculo y entretenimiento que brinda a sus simpatizantes. Esto se debe a que el deporte y especialmente el fútbol interviene en las transacciones económicas de un país, influenciando variables como el consumo, la inversión, el nivel de ingresos, la producción y el empleo, bien sea en el ámbito profesional o amateur.

La influencia del fútbol sobre la economía no se acota solamente al fútbol profesional sino también al resto de las innumerables actividades económicas y sociales que generan los clubes de fútbol, así como también influencia en la facturación de otros sectores, como la indumentaria y el calzado, el transporte, el turismo, la publicidad, y los contenidos audiovisuales. Es así que la realización de eventos deportivos, especialmente el fútbol, tiene diversos e importantes efectos sobre la economía por las actividades que están asociadas, como la venta de merchandising, venta de pasajes, hotelería, restaurantes, bares, museos), la realización de eventos culturales y recitales, la prestación de servicios educativos (jardines de infantes, colegios primarios, secundarios y profesados), y la producción y consumo masivo de contenidos audiovisuales. De no existir el fútbol, muchas de estas actividades económicas y sociales no existirían, disminuyendo sensiblemente el bienestar de la población.

Además, la realización de eventos deportivos de considerable magnitud, partidos clave entre equipos favoritos, o más aun, la realización de eventos como los Mundiales y las Olimpíadas producen impactos económicos fundamentales sobre el país sede, llegando a modificar incluso su estructura económica, por ejemplo, por la necesidad de adecuar los servicios públicos y generar nueva infraestructura necesaria para la realización de este tipo de eventos de escala mundial¹.

El fútbol también genera beneficios intangibles y externalidades al resto de la sociedad, que los clubes de fútbol no se apropian: fortalece la identidad y unidad nacional, brinda la posibilidad de generar una buena imagen del país cuando se organiza un evento internacional o sus equipos logran buenos resultados en torneos internacionales, contribuye a la difusión de valores que fomentan el trabajo y la disciplina y finalmente, la práctica del fútbol puede ser una estrategia para la promoción de la salud y el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes. Pero además, el deporte forma parte de la formación cultural y social de los jóvenes y permite insertarlos en la sociedad, siendo junto a la educación, uno de los principales determinantes de la inclusión social e igualador de oportunidades más allá de su origen social. Nunca, como en los últimos años se ha asistido al despegue del deporte no sólo como actividad humana lúdica y saludable (que se encuadraría dentro de la economía del ocio), sino como deporte espectáculo, deporte negocio y como hecho social de gran relevancia.

¹ El impacto de la copa del mundo de Brasil 2014 se estimó en cerca de 63 mil millones de dólares para el período 2010-2014. Desagregando este impacto, el estudio elaborado por Deloitte indica que de ese número 50 mil millones se produjeron por el aumento de la producción nacional de bienes y servicios, y solamente 2 mil millones por los gastos derivados del turismo. Esto significa para el período 2010-2014 un aumento de +2,17% del PBI total del año 2010, sólo por la organización del mundial. Además, la copa del mundo de Brasil significó para el país la modernización de su infraestructura, mejoras en la hotelería, mejoras en los servicios aeroportuarios, en las redes viales, en los servicios de telecomunicación y otras que han modificado la forma de vida en las ciudades anfitrionas principalmente.

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

Este cambio supone, además, el descubrimiento del potencial del deporte tanto para los medios de comunicación como para las empresas que buscan en el patrocinio del deporte y del fútbol, en particular, su estrategia de marketing, lo que explica que el relativo desarrollo de la Economía del Deporte se haya producido recién en los últimos años.

Este cambio puede explicarse por la aparición de nuevos y mayores mercados (Asia, África y los países árabes), la fuerte inserción de los medios de comunicación, y en particular las grandes cadenas de TV al negocio del fútbol como intermediarios entre los equipos y el público a escala planetaria², y el deporte como mercado de patrocinio de las grandes marcas de ropa deportiva³, líneas aéreas, automotrices, bancos, etc.

Sin embargo, cuando se analizan los efectos del fútbol en la economía y el presente financiero de los clubes, no solo de Argentina sino del mundo, encontramos que los clubes no parecen apropiarse de todos los beneficios generados por la actividad que genera el fútbol sino más bien son los sectores asociados los que más se benefician de lo que genera este deporte⁴. Esto es así ya que como se señaló anteriormente, el fútbol excede las fronteras de los clubes. Diariamente se realizan transmisiones y repeticiones de partidos de fútbol de las principales ligas del mundo en medios audiovisuales, se exhibe publicidad en la vía pública y en los medios masivos de comunicación vinculadas con el fútbol, se venden pasajes de corta, media y larga distancia para que los simpatizantes puedan alentar a sus equipos, televisores y radios⁵, pelotas de fútbol, camisetas, banderas, merchandising, todo a partir de la pasión que genera el fútbol.

La importancia del fútbol, no solo como el deporte popular argentino por excelencia, sino como símbolo emblemático de la cultura nacional y popular y generador de actividad económica y turística doméstica e internacional constituye una razón fundamental para el cálculo de su contribución a la economía argentina, objetivo de este trabajo de investigación pionero no solo para nuestro país sino casi único en el mundo ya que los escasos antecedentes corresponden a la contribución del deporte en general.

Dada la importancia del fútbol en la sociedad moderna se requiere organizar una contabilidad especial que pueda servir de insumo a los dirigentes del fútbol argentino y hacedores de políticas

² Respecto a la relación entre los medios de comunicación y equipos, Murayama, Ciro (2014) "La economía del fútbol" México: Ediciones Cal y Arena, señala los medios de comunicación permiten a los equipos atender a una mayor demanda de la que podrían tener acceso si sólo pudieran atender a la demanda que cabe en los estadios. Así, los medios les pagan a los equipos por transmitir sus partidos a un mayor mercado, mientras que los medios obtienen ingresos de la venta de publicidad dentro de dichas transmisiones. Esto ha generado que los ingresos por derechos de transmisión han ido desplazando, al menos en las ligas europeas, a los ingresos de taquilla como principal fuente de ingresos de los equipos (lo cual es natural dado el mayor número de demandantes que pueden atenderse vía los medios).

³ El Manchester United, uno de los legendarios clubes del mundo del fútbol, acordó con Adidas un contrato de sponsoreo que ronda los 95 millones de euros anuales, el mayor contrato dentro del sector de todo el mundo.

⁴ La FIFA prevé que venderá los derechos de transmisión de Rusia 2018 en 2.700 millones de dólares.

⁵ Cada cuatro años los mundiales incrementan el consumo de televisores. En 2014, el apetito por televisores inteligentes con internet (SMART TV) y la curiosidad de los televidentes por recibir la señal de Televisión Digital Terrestre (TDT) gratuita, incrementó más el interés por renovar los receptores. Según cifras de la firma de investigación de mercado GFK, entre enero y mayo de 2014 se han vendido cerca de 807.000 televisores LCD o LED, con un pico en el último mes de 224.000 unidades frente a 148.000 de abril. En 2013 el mes con mayores ventas fue diciembre que alcanzó 198.000 unidades vendidas.

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

públicas, con el fin de entender y cuantificar el flujo de renta que genera el fútbol argentino y sus clubes en el marco de las actividades deportivas que realizan y, con esto, influir adecuadamente en este mercado estratégico.

En este trabajo se propone medir la contribución del fútbol en la economía argentina. Tomando en cuenta los escasos antecedentes a nivel internacional, se optó por adaptar la metodología propuesta por el Sistema de Cuentas Nacionales de Naciones Unidas tanto para la medición del PBI, como para la Cuenta Satélite del Deporte, considerando especialmente la experiencia europea, lo cual permite asegurar estimaciones compatibles, consistentes y comparables con el resto de los sectores de la economía e incluso su comparabilidad internacional.

Es importante mencionar los aspectos que no fueron abordados pero que indudablemente forman parte de la agenda de investigación sobre la inserción del fútbol en la economía Argentina, como es la solvencia de los clubes (análisis Financiero y Patrimonial de los Clubes o del Fútbol argentino, en general), el retorno fiscal de la actividad futbolística, la generación de empleo y capital humano, externalidades negativas del fútbol, y las relaciones entre desempeño deportivos, gasto y solvencia de los clubes, lo que actualmente se denomina en la literatura economía como *soccernomics*, última moda en Europa y más recientemente en Brasil.

II. LOS EFECTOS DEL FÚTBOL EN LA ECONOMÍA

¿Es posible imaginar un país como la Argentina sin fútbol? ¿Cuántas actividades económicas y sociales dejarían de existir si el fútbol no tuviera la relevancia que tiene en la vida de los argentinos? ¿Cuántas actividades y profesiones dejarían de existir o no tendrían sentido? ¿de qué hablarían los programas de radio y TV? ¿qué escribirían los periodistas en suplementos y diarios deportivos? ¿Cuántas actividades sociales y culturales se verían impedidas de realizarse por falta de público? Sin duda, el turismo receptor interno y del exterior sufriría un impacto negativo importante, así como también las actividades de los restaurantes y bares, y qué decir de la industria de la indumentaria y del calzado. Un sinnúmero de empleos calificados y no calificados se perderían. Más aun, es posible imaginar el amplio conocimiento de nuestro país en el mundo sin la inserción de los jugadores argentinos en los principales clubes del fútbol mundial. Argentina es conocida internacionalmente gracias a Maradona y Messi y otros jugadores al lado de referentes históricos y culturales como el tango, Evita, Fangio, Gardel, Borges y otras personalidades.

Desde el punto de vista del análisis económico, el fútbol genera una serie de impactos que van mas alla de sus efectos directos sobre la economía argentina. Cabe preguntarse ¿Cuánto pesos se generan en la economía argentina por cada peso gastado por parte de los clubes de fútbol y la AFA? Para responder a este interrogante se necesita proponer una metodología que asegure la consistencia de las estimaciones y la comparabilidad internacional y con otros sectores de la economía argentina algo que intentaremos desarrollar en el presente estudio.

A continuación se presentan sintéticamente los efectos que tendría el fútbol sobre la economía:

Efectos Directos

Efecto Directo-Clubes: Las actividades que desarrollan los clubes de fútbol, sea a través de sus ingresos como de sus erogaciones, tienen un claro impacto sobre la actividad económica, el empleo y la recaudación impositiva. De acuerdo al análisis preliminar de la estructura de los

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

balances de los clubes y de la AFA, los clubes de fútbol y las selecciones nacionales desarrollan una multiplicidad de actividades profesionales y amateur, que contribuyen con la producción, consumo, inversión y generación de ingreso en la economía. Además del fútbol profesional y amateur, en los clubes se desarrollan otras actividades deportivas, sociales y culturales, como por ejemplo, servicios educativos, apoyo escolar, actividades recreativas y artísticas, talleres, etc. Los clubes intervienen también en la formación de capital humano, un activo que no resulta fácil medir.

Efecto Directo-Sectores Asociados: Gracias a la existencia del fútbol profesional y fuera de las actividades que desarrollan los clubes, se generan una serie de actividades económicas asociadas al fútbol profesional y recreativo realizadas por otros sectores de la economía, y que por lo general están dirigidas a los simpatizantes de los clubes y al público general que consume bienes y servicios vinculados directamente al fútbol, como por ejemplo, la venta de camisetas, pelotas y botines de fútbol, la realización de programas y contenidos audiovisuales, videos juegos, servicios de turismo y otras actividades de entretenimiento. Se estima que los efectos sobre la economía de estas actividades asociadas superan ampliamente la facturación directa de los clubes.

Efectos Indirectos

Efecto Indirecto o Eslabonamiento hacia atrás: para sostener el fútbol profesional y las actividades recreativas, los clubes incurren en una serie de erogaciones que implican la provisión de bienes, servicios e insumos. El efecto indirecto de eslabonamiento hacia atrás consiste en el impacto en la actividad económica y el empleo vía mayor facturación de los proveedores de los clubes de fútbol que como cualquier industria o sector de actividad demanda bienes y servicios a otros sectores de la economía.

Efecto Consumo Inducido: Indirecto de Eslabonamiento hacia delante: los salarios y remuneraciones de los puestos de trabajo que genera el fútbol y los sectores asociados se vuelcan a la economía en bienes y servicios de consumo. El efecto indirecto de consumo inducido que generan el consumo de los trabajadores empleados en los clubes de fútbol y sus actividades asociadas generan un nuevo impacto en la economía gracias a la facturación y el mayor empleo de los sectores proveedores domésticos de bienes de consumo.

Efecto Indirecto Total: es la suma del efecto indirecto de eslabonamiento hacia atrás y el efecto consumo inducido hacia adelante. Cabe mencionar, que así como los efectos directos forman parte del PBI, del Consumo de los Hogares o del empleo, los efectos indirectos son un efecto de inducción sobre el conjunto de la economía y por lo tanto no deben sumarse a los anteriores o calcularlos como porcentaje de los agregados macroeconomicos citados, aunque si pueden compararse con el efecto indirecto que producen otras actividades económicas. Asimismo, la aplicación automática de esta metodología ha sido ampliamente cuestionada, cuando no se toman en cuenta el momento del ciclo económico de una economía, la situación fiscal y posibles cuellos de botella que pueden restringir la magnitud y duración de los efectos impacto de un aumento en la demanda, en este caso de deportes o la realización de una olimpiada o mundial de fútbol, sobre el total de la economía. Si la economía se encuentra con un alto nivel de utilización de sus factores productivos (bajo desempleo, elevada utilización de la capacidad instalada), déficit fiscal financiado con emisión monetaria o via sistema financiero y consecuente “crowding out” del crédito al sector privado, déficit energético, racionamiento del crédito internacional u otras restricciones, el efecto multiplicador y de consumo inducido de un incremento en la actividad

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

económica general en la inversión o actividad en deportes o sectores asociados (o de cualquier sector) será muy reducido, y habrá mayor traslado a precios que a cantidades. Por supuesto, si el país se encuentra ante una profunda recesión, con baja inflación, elevado desempleo y una situación fiscal más holgada, los efectos indirectos tendrán el efecto “keynesiano” de expansión esperado. Aun así, tanto en uno como otro caso, la dimensión temporal con que estos efectos tienen lugar no pueden ser calibrados con precisión. Dadas estas cuestiones, este trabajo se concentra en la contribución del fútbol en términos de la estimación del valor de producción del fútbol via clubes así como de los sectores asociados, cuestión pionera en Argentina y en casi todo el mundo.

Asimismo, la actividad que desarrollan los clubes también tiene un efecto sobre el stock de capital de un país a través de la inversión en infraestructura, así como su mantenimiento tanto en la actividad regular como en el caso de realizarse un mundial o campeonato internacional⁶. A la inversión física podría agregarse la formación de Capital Humano, los jugadores son el principal activo intangible de los clubes de fútbol. Desde el año 2006, se institucionalizó el pago de derechos de formación por el cual los clubes que formaron los jugadores siguen cobrando derechos sobre la transferencia de los jugadores⁷. Asimismo, hay que mencionar la dimensión regional: la federalización del fútbol ha permitido la localización y promoción de las actividades económicas asociadas a los clubes de fútbol del interior.

A esta serie de efectos y beneficios monetarios directos e indirectos sobre la economía, se pueden sumar una serie de efectos no monetarios y externalidades no pecuniarias que hacen al bienestar de la sociedad y que no pueden necesariamente medirse o monetizarse y que por lo general tienen un importante efecto sobre el bienestar de una sociedad: la mejora en la calidad de vida de los que realizan la actividad deportiva, en la calidad del ocio y por supuesto las externalidades negativas que genera la violencia y el desorden en algunos espectáculos deportivos⁸.

⁶ El comité organizador de la Copa Mundial de fútbol FIFA 2014, dice que Brasil ha invertido más de 5.000 millones de dólares en la renovación y construcción de los 12 estadios que fueron sedes del mundial. El Gobierno brasileño alega haber invertido otros cuantos miles de millones más en obras públicas, infraestructura de transporte e instalaciones como hoteles, aeropuertos y carreteras. El mundial de Rusia 2018 se estima que costará 20.000 millones de dólares.

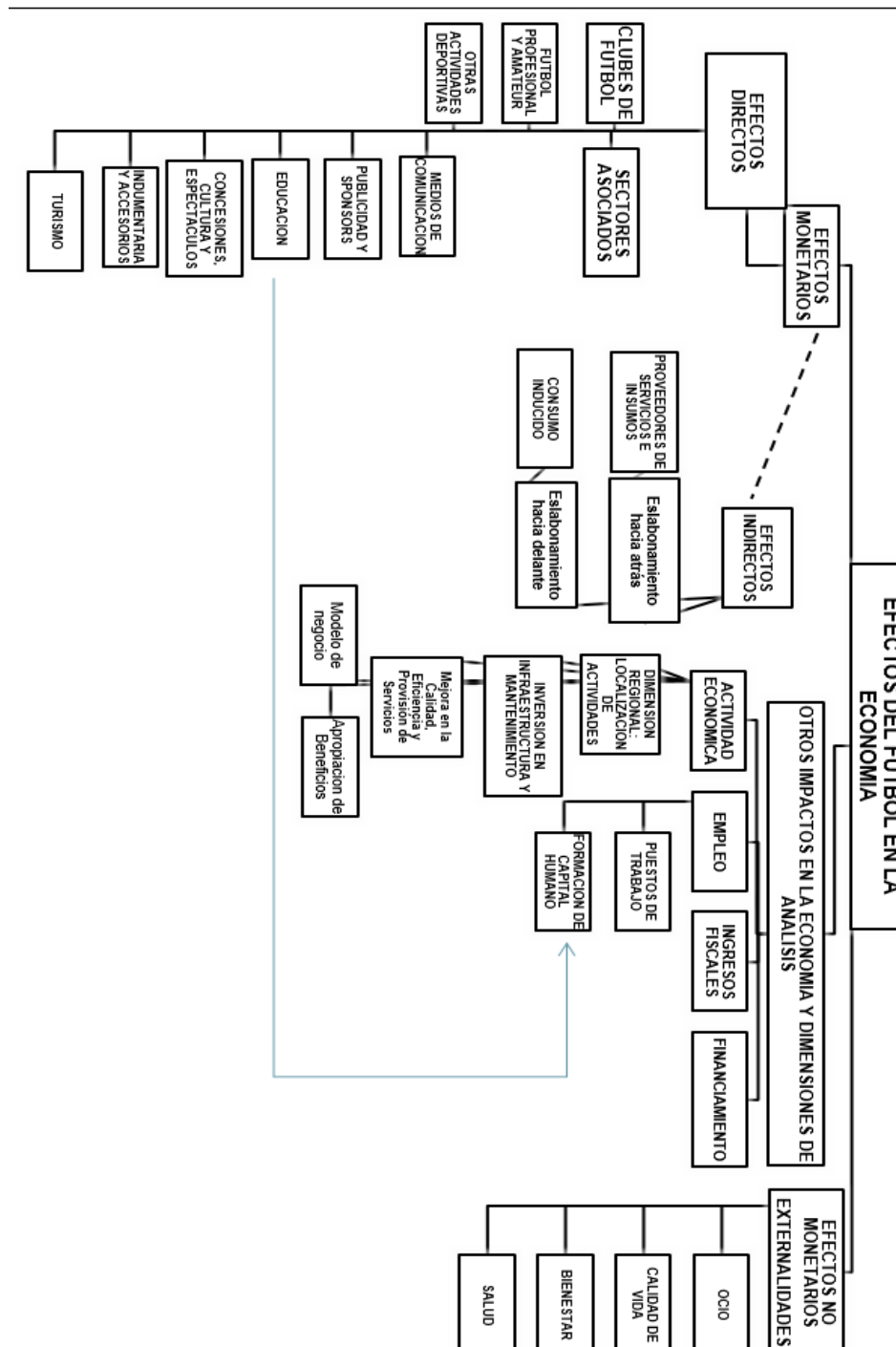
⁷ El artículo 2° del Reglamento señala que corresponde abonar una indemnización por formación en los siguientes casos: a) por primera vez cuando un jugador adquiere el estatuto de jugador no aficionado (o profesional) en virtud del artículo 1° del Reglamento FIFA sobre el Estatuto y la Transferencia de Jugadores, y b) Posteriormente, por cada transferencia, cuando la misma resulte de jugador amateur a profesional o de profesional a profesional. El artículo 3°, en tanto, señala que "resultará obligado al pago de la indemnización por formación de jóvenes jugadores el Club con el cual el jugador hubiese suscripto el primer contrato y aquel para el cual se inscribiera posteriormente por transferencia o nuevo Club". El artículo 4° amplía el concepto, estipulando que "resultarán beneficiados con la indemnización por formación de jugadores jóvenes los clubes afiliados a la AFA (directa o indirectamente) que hubieran participado en la educación y formación de un jugador entre los 12 y 21 años de edad".

⁸ A raíz de la violencia creciente en el fútbol en Argentina, no se permite la entrada de simpatizantes e hinchas visitante en los partidos de fútbol desde 2012.

La incidencia del Fútbol a la Economía Argentina

El esquema siguiente sintetiza el conjunto de efectos del fútbol sobre la economía.

Gráfico 1: Efectos del Fútbol en la Economía y la Sociedad



III. LIMITES DE INCLUSIÓN Y CRITERIOS DE VALUACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CLUBES DE FÚTBOL

Límites de Inclusión

Existen escasos ejemplos a nivel internacional de estimaciones compatibles, consistentes y comparables de la producción del deporte y casi ninguno del fútbol. Un primer dilema que se presenta es si se debe contabilizar solamente el fútbol profesional o el conjunto de actividades que desarrollan los clubes de fútbol o más ampliamente todas aquellas actividades económicas relacionadas con el fútbol, incluso las que realizan otros agentes y sectores económicos.

Una referencia adecuada puede ser la adaptación para el caso del fútbol, del enfoque europeo del deporte, a los fines de estimar el impacto del deporte en cada miembro de la Unión Europea. La iniciativa más importante a nivel internacional fue la adoptada por la Comisión Económica Europea en el año 2007, cuando se publicó el "White Paper on Sports": *"The Commission, in close cooperation with the Member States, will seek to develop a European statistical method for measuring the economic impact of sport as a basis for national statistical accounts for sport, which could lead in time to a European satellite account for sport"*. La creación del EU Working Group 'Sports and Economics' dio por resultado diversas iniciativas a los fines de estimar la Cuenta Satélite del Deporte, de las cuales al presente hay todavía escasos resultados, con el fin de obtener mediciones armonizadas y comparables internacionalmente.

De acuerdo al enfoque europeo del deporte (existen tres tipos de definiciones aplicadas al sistema de cuentas nacionales denominada Vilnius), y que constituyen la base para la compilación de la Cuenta Satélite del Deporte (SSA):

"La definición estadística del deporte": refiere a categoría NACE 92.6 en Europa o forma parte de la CIIU 9241 (Servicios para la práctica deportiva). Esta categoría está compuesta por instalaciones deportivas, así como las organizaciones deportivas profesionales (en nuestro caso los clubes de fútbol).

"La definición estricta del deporte": incluye todos los sectores que producen bienes necesarios para la realización de deporte, por ejemplo en nuestro caso, los fabricantes de calzado deportivo, pelotas y camisetas de los principales clubes de fútbol.

"La definición amplia del deporte": engloba además todos los sectores de la economía que utilizan al deporte como insumo o vinculados directamente con el deporte, pero que no son entidades deportivas, ni proveedores directos de los clubes, ni fabrican bienes o insumos para la realización del deporte, por ejemplo, las redes y programas de radio y televisión relacionados con el fútbol, las actividades turísticas y de espectáculos relacionados con el fútbol, los fabricantes de bienes y productos que utilizan el fútbol y en particular el valor de la marca, como estrategia comercial (útiles escolares con los colores y escudo de los clubes, por ejemplo).

Por lo tanto, en este trabajo se contabiliza como valor de producción del fútbol no solo los ingresos típicos de los clubes de fútbol por la venta de entradas a los partidos y cuotas sociales, los ingresos por publicidad, derechos de televisación y transferencias netas de jugadores, sino que

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

también se suma el valor de producción de otros agentes y sectores económicos que generan actividades y servicios para la realización del fútbol tanto profesional como amateur (indumentaria, calzado, etc.) como así también la producción de otros sectores vinculados directamente al fútbol, como el turismo, la publicidad, la actividad de los medios de comunicación, la realización de espectáculos, etc.

Criterios de Valuación de la Producción

De acuerdo al enfoque del Sistema de Cuenta Nacionales 2008 (SNA08) y a la legislación argentina, los clubes de fútbol son consideradas organizaciones o instituciones sin fines de lucro (ISFL). Las ISFL, como las ONG (organizaciones no gubernamentales), son organizaciones de no mercado que hacen actividades de mercado, de no mercado y de uso final propio. La actividad de mercado se define cuando la producción principal se vende en el mercado, en los otros dos casos no se vende en el mercado de modo que se calcula por la suma de costos. En el caso del deporte puede haber instituciones que son de mercado o de no mercado en función de la comparación de las ventas con los costos de la producción. Si esa comparación es mayor al 50% es productor de mercado, en caso contrario es productor de no mercado (ver párrafo 22.29 del SCN 2008). De acuerdo al criterio SCN08, la determinación del criterio de contabilización del Valor Bruto de Producción (vbp) es independiente del estatuto de las entidades, aunque este disponga si son una ONG o una ISFL. Otro punto importante, es que en caso de existir superávit, las ISFL obtienen un ahorro (no ganancia). No obstante, el análisis preliminar de los balances determinó que al año 2013 el fútbol argentino presentaba un panorama relativamente saneado, y ningún club presentaba un déficit presupuestario de la magnitud requerida por el criterio citado. Por lo tanto, el valor de producción de los clubes de fútbol se determinó por la suma de los ingresos de los balances.

Otro tema fundamental es el criterio de tratamiento de la compraventa de jugadores. De acuerdo al SCN08, los ingresos por la venta de jugadores no constituyen producción ya que los jugadores se consideran un activo no producido (se clasifican en derechos de exclusividad sobre bienes y servicios futuros, párrafo 10.195 SCN08) y en todo caso se registran los derechos de exclusividad.

Sin embargo, si se adopta un criterio más amplio que el criterio restrictivo del SCN sobre la definición de activo económico exclusivamente a aquellos sujetos a derechos de propiedad y se lo reemplaza por todos aquellos activos que tienen impacto sobre el bienestar y la sostenibilidad del crecimiento futuro, Coremberg (2015), los jugadores pueden considerarse como el principal activo intangible que disponen los clubes de fútbol. Así se desprende, del análisis de la muestra de balances, que en diversos casos el valor libros (neto) de jugadores estrellas o emblemáticos eran equivalente al valor (neto) del estadio del club de pertenencia. Por lo tanto, la compra-venta de jugadores debería registrarse como inversión en capital humano.

Por otra parte, cuando el jugador es transferido a otro club dentro del país los ingresos generados por la venta del jugador implican, un gasto por dicha transferencia en otro club (comprador), con lo cual el impacto agregado es nulo. No es el caso de la venta de jugadores a otro país que sí impacta de lleno en las cuentas nacionales como si fuera una exportación de un bien o servicio. Por eso algunos estudios sólo contemplan los flujos netos de la venta y/o transferencia de jugadores en el cálculo de la producción generada por el deporte.

Otro tema importante, es el criterio de contabilización de los derechos de televisación percibidos por los clubes por los partidos de fútbol a través de la AFA. De acuerdo al SCN08, los derechos de

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

TV son ventas de derechos y no subsidios sean que su pago lo realice el sector privado o como en el caso argentino, lo realice el gobierno.

IV. ¿CUANTO ES LA PRODUCCION DE LOS CLUBES DE FÚTBOL EN ARGENTINA?

Introducción

De acuerdo con la información proporcionada por la AFA, al momento de realizarse este informe había 124 clubes profesionales divididos en cinco categorías (1° División A, 1° División B, Nacional B, 1° División C y Torneo Argentino A). A estos deben sumarse una serie de categorías no profesionales como la 1° División D y 217 ligas en todo el país. Pero si además, a los clubes profesionales se le suman el resto de los clubes amateurs, la cantidad total de clubes de fútbol de nuestro país excede los 3.000⁹.

Particularmente, desde el año 2009, los clubes profesionales se duplicaron, pasaron de 61 a 124 - más 10 que se incorporarán este año-, significando esto que a partir del 2015 se televisarán alrededor de 68 partidos por temporada de los torneos oficiales de la AFA, cuyos derechos de televisión, a partir de la decisión del Comité Ejecutivo de la AFA, se ha federalizado incorporando por primera vez a clubes de 1°C, 1°D y clubes de las ligas del interior a los fines de incentivar el fútbol amateur.

Además, se estima que desde la federalización del fútbol y particularmente, a partir de octubre de 2013, con la profesionalización de la 1° División C, el número total de jugadores profesionales rondaría los 4.500. Sin embargo, la realización de diversas actividades no futbolísticas así como el mantenimiento del fútbol profesional implican la generación de un número mayor de puestos de trabajo directos por los clubes (35.000 es el número estimado de puestos de trabajo en clubes e instituciones deportivas).

A los fines de sostener todas sus actividades, los clubes cuentan con diversas fuentes de ingresos. No solo el cobro de los derechos de televisión y transmisión de los partidos, sino también ingresos por la venta de entradas a los estadios, publicidad y sponsors, concesiones, alquiler de los estadios y sus instalaciones, cesión de derechos de marca, entre otros ingresos, sin los cuales sería imposible sostener tanto el fútbol profesional como el resto de las actividades que realizan los clubes.

Por supuesto, el afán deportivo de obtener buenos resultados implica también la compra y venta de jugadores profesionales, lo que genera ingresos y gastos por la transferencia o préstamo de jugadores, recursos que no pueden ni deben ser considerados como ordinarios.

La medición del valor bruto de producción (vbp) generado por el fútbol a través de los clubes en forma directa constituye el primer paso a los fines de cuantificar la contribución del fútbol a la economía argentina. Para ello, este estudio estima el vbp a partir de las cifras de ingresos que los clubes declaran en sus balances.

⁹ A partir de enero de 2015, la cantidad de clubes sumaba 134 .

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

Datos disponibles

Al momento de realizarse este informe, Argentina no disponía de una encuesta representativa que permita obtener el vbp directo generado por los clubes de fútbol, a partir de la cual se pueda comenzar a calcular su contribución total a la economía argentina para años recientes. Por otra parte, la crisis del sistema estadístico pone en duda y bajo la lupa cualquier dato que pueda provenir del sistema estadístico oficial.

Es por ello que se optó por una metodología que permita obtener el vbp generado por los clubes de fútbol a partir de la información de una muestra de 68 balances proporcionados por la AFA correspondientes a 44 clubes de 1° División A, 1° División B, Nacional B y 1° División C para el período comprendido entre los 2009 y 2014. En la Tabla 1 se indica la composición de la muestra de balances de clubes por año y división.

Tabla 1: Muestra de balances de los clubes según categoría y años

	Primer A	Primera B	Primera C	Nacional B	Torneo Argentino A	Total
2009	5	0		1		6
2010	3	2		4		9
2011	8			1		9
2012	5		3	1		9
2013	18	8	4	2		32
2014	1	1	1			3
Total	40	11	8	9	0	68

Fuente: Elaboración propia

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

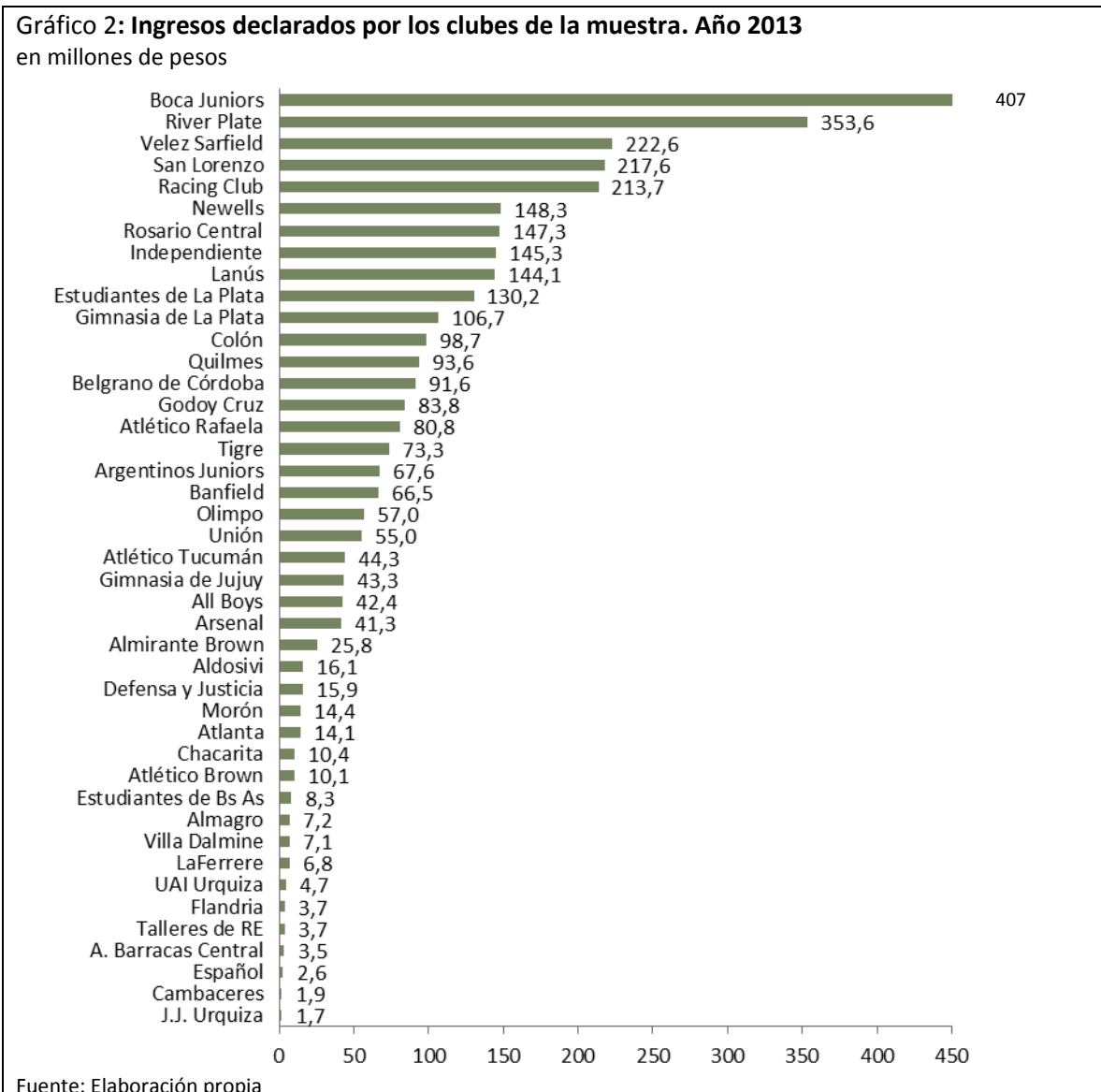
Tabla 2: Fechas de los balances

Fechas de los Balances	Inicio	Cierre
Aldosivi	1 de enero de 2009	31 de Diciembre del 2009
All Boys	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
Almagro	1 Noviembre del	31 de Octubre de 2013
Almirante Brown	1 De Julio de 2011	30 De Junio de 2012
Argentinos Juniors	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
Arsenal	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
Atlanta	1 De Julio de 2013	30 De Junio de 2014
Atlético Brown	1 De Julio de 2012	30 de Junio de 2013
Atlético Rafaela	1 De Enero de 2012	31 De Diciembre de 2012
Atlético Tucumán	1 De Mayo de 2009	30 De Abril de 2010
Banfield	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
Atlético Barracas central	1 Octubre de 2012	30 De Septiembre de 2013
Belgrano de Córdoba	1 De Enero de 2013	31 De Diciembre de 2013
Boca Juniors	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
Talleres de RE	1 Noviembre del	31 de Octubre de 2013
Cambaceres	1 De Julio de 2013	30 De Junio de 2014
Chacarita	1 De Julio de 2013	30 De Junio de 2014
Flandria	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
Colón	1 Octubre de 2011	30 De Septiembre de 2012
Defensa y Justicia	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
LaFerrere	1 De Agosto de	31 De Julio de 2013
Estudiantes de Buenos Aires	1 Octubre de 2012	30 De Septiembre de 2013
Estudiantes de La Plata	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
Godoy Cruz	1 Octubre de 2012	30 De Septiembre de 2013
Gimnasia de La Plata	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
Gimnasia de Jujuy	1 De Enero de 2010	31 De Diciembre de 2010
Independiente	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
J.J. Urquiza	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
Lanús	1 De Septiembre de	31 De Agosto de 2013
Morón	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
Español	1 Octubre de 2013	30 De Septiembre de 2012
Racing Club	1 De Noviembre de	31 de Octubre de 2013
River Plate	1 De Septiembre de	31 De Agosto de 2013
San Lorenzo	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
Newells	1 De Julio de 2013	30 De Junio de 2014
Olimpo	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
Quilmes	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
Rosario Central	1 De Julio de 2009	30 De Junio de 2010
Tigre	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
UAI Urquiza	1 De Enero de 2013	31 De Diciembre de 2013
Unión	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
Velez Sarfield	1 De Julio de 2012	30 De Junio de 2013
Villa Dalmine	1 De Enero de 2012	31 De Diciembre de 2012

Muestra de Balances

Como se señaló, la muestra incluye 68 balances de 44 clubes de Primera División A, Primera División B, Primera División C y Nacional B. La muestra cubre, para varios años, la información financiera y patrimonial de los principales clubes de fútbol Argentino¹⁰. Se trata de información que nunca antes había sido sistematizada ni consolidada.

El Gráfico 2 exhibe el ranking de clubes que componen la muestra, según los ingresos declarados en los balances. Como se puede observar la diferencia de ingresos de los clubes es muy importante, incluso para los clubes que participan de la Primera A, como el caso de Boca Junior y el recientemente ascendido Defensa y Justicia, \$ 407 millones el primero y \$ 13,6 millones el segundo.

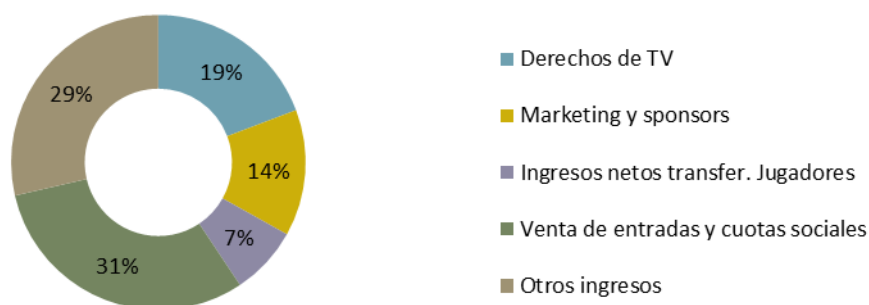


¹⁰ Los datos fueron actualizados a precios de 2013, por lo tanto las cifras pueden no coincidir exactamente con las originales.

Estructura de ingresos de los clubes

En Argentina, los clubes de fútbol profesional disponen de cuatro fuentes principales de ingresos, de acuerdo al siguiente gráfico:

Gráfico 3: Estructura de ingresos de los clubes de la muestra. Año 2013



Fuente: Elaboración propia

1. Venta de entradas y cuotas sociales: Estos recursos representan hoy en día la principal fuente de ingresos de los clubes. Estos recursos están asociados a la concurrencia de simpatizantes el día del partido (boletería) y a la masa societaria. Por lo general estos ingresos son variables conforme al desempeño deportivo del equipo, en alguna medida se trata de recursos pro cíclicos dado que crecen cuando el equipo se encuentra haciendo una buena campaña y descienden cuando el equipo no logra buenos resultados en el campeonato¹¹. En 2013, para los clubes de la muestra los ingresos por la venta de tickets y cuotas sociales ascendieron a 31% del total de los ingresos de los clubes.

2. Marketing y Sponsors: La publicidad, el patrocinio, el merchandising e incluso la explotación de la marca son fuentes de ingresos que cada vez cobran una mayor relevancia en el negocio del fútbol. Esto pasa en el fútbol internacional y también en el local. Incluyen los ingresos por el alquiler de espacios publicitarios en el estadio, en la indumentaria deportiva e incluso en la marca que fabrica dicha indumentaria. Aquí es donde existen mayores diferencias entre los equipos grandes de Primera División y Nacional B y el resto de los clubes, ya que cada club es dueño de sus propios espacios y puede vender o alquilar cada ítem según le convenga, e incluso existen variados tipos de negocios según la creatividad de sus dirigentes respectivos. Además de estos sponsors, los clubes, especialmente los más populares, ceden a cambio de ingresos los derechos de imagen del club para la venta de diferentes productos y/o servicios, por ejemplo, termos, tarjetas de crédito, útiles escolares, ropa deportiva, vinos, etc. En la muestra de clubes estos ingresos aportaron un 14% del total de ingresos de los clubes.

¹¹ Como cualquier regla existen excepciones. En los dos últimos años, grandes equipos que han estado peleando el descenso han logrado aumentar sensiblemente sus recursos de boletería gracias al apoyo de sus simpatizantes.

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

3. Ingresos por la transferencia de jugadores: En el negocio del fútbol es impensado dejar de lado este ítem, que si bien es un punto muy delicado de analizar, corresponde al núcleo de la industria del fútbol profesional. En particular si hacemos un paralelo entre el fútbol europeo y el sudamericano, la principal diferencia que encontraremos es en el origen de sus futbolistas. En las principales ligas de fútbol de Europa existe un abanico inmenso de nacionalidades de futbolistas, mientras que en el fútbol sudamericano, salvo excepciones, sólo juegan jugadores de los países sudamericanos. Argentina junto a Brasil son los países que más futbolistas han aportado a las principales ligas europeas. Brasil, el principal proveedor de jugadores, exporta anualmente más de 100 jugadores a Europa solamente, dejando ganancias millonarias en su fútbol local. En la muestra de clubes estos ingresos netos, es decir, descontados los gastos realizados por la compra de jugadores, (incluidos los ingresos por préstamos netos de jugadores) no han sido tan significativos, al menos en 2013. Representaron ingresos por el 7% de los ingresos de los clubes.

4. Derechos de televisión: Los derechos de televisión del fútbol son otra fuente de ingresos de los clubes argentinos. Se trata de ingresos fijos (anuales) administrados directamente por la AFA de acuerdo a los contratos firmados y aprobados por su consejo directivo. Actualmente provienen de los derechos abonados por el Gobierno a través de Fútbol para Todos para los campeonatos locales y las cadenas de TV Fox Sport y Torneos y Competencia para los torneos internacionales (Copa Libertadores y Sudamericana). Los ingresos que genera la AFA por derechos de televisión son distribuidos entre la totalidad de los clubes asociados en porcentajes acordados por el Comité Ejecutivo. Dichos porcentajes son renegociados anualmente. En 2013 los ingresos por derechos de televisión declarados por los clubes de la muestra representan aproximadamente un 19 % de los ingresos totales de los clubes. Según el balance de la AFA finalizado en junio 2014 los ingresos por derechos de televisión ascendieron a \$ 999,7 millones en el período julio 2013-junio 2014, de los cuales \$ 725 millones fueron transferidos a los clubes que participan de los torneos oficiales organizados por la AFA por este mismo concepto.

5. Otros ingresos: Los clubes cuentan además con otros ingresos ligados al fútbol profesional y la vida social de los clubes. Ligados al fútbol profesional son importantes los ingresos que perciben los clubes, fundamentalmente los de Primera División A, por la participación en campeonatos internacionales y giras internacionales y los ingresos percibidos por derechos de formación. Relacionados con la vida social y la infraestructura de los clubes, se destacan los ingresos por concesiones, alquileres, estacionamiento, festivales y eventos. En los clubes que brindan servicios de educación son importantes también los ingresos por matrícula educativa y subsidios. En la muestra de balances de clubes del fútbol argentino estos ingresos aportaron \$ 971 millones, un 29% de los ingresos totales de los clubes.

En síntesis, la estructura de ingresos de los clubes profesionales es bastante diversificada. Los clubes argentinos se financian con sus socios y simpatizantes (31%) y otros ingresos correspondientes a actividades secundarias de los clubes como los alquileres para espectáculos, concesiones, etc. El ingreso por derechos de TV contribuye con un 19%. El ingreso por sponsors, marketing y publicidad con un 14%. En tanto que la compra neta de las ventas de jugadores (incluido préstamos de jugadores y derechos de formación netos) entre clubes argentinos explica un 7%. No obstante, la composición de ingresos presenta diferencias importantes cuando se analiza por división. La participación de los derechos de TV en los clubes de 1ªA representa un 18%, en tanto que nacional B, un 26,6% y sube a 36,1% en los clubes de 1ªB metropolitana, bajando relativamente la participación de ingresos originados por transferencias netas y otros ingresos.

Tabla 3: Estructura de ingreso de los clubes que componen la muestra, en %

División / Número de clubes	Derechos de televisión	Marketing y sponsors	Ingresos netos por transferencias de jugadores	Venta de entradas y cuotas sociales	Otros ingresos	Total
Primera A (20)	18,0	13,9	8,4	31,5	28,2	100,0
Nacional B (7)	26,6	13,1	1,9	27,9	30,5	100,0
Primera B (12)	36,1	15,3	2,6	21,0	25,0	100,0
Primera C (5)	18,4	21,2	3,4	23,5	33,5	100,0
Total (44)	19,8	13,9	7,4	30,6	28,3	100,0

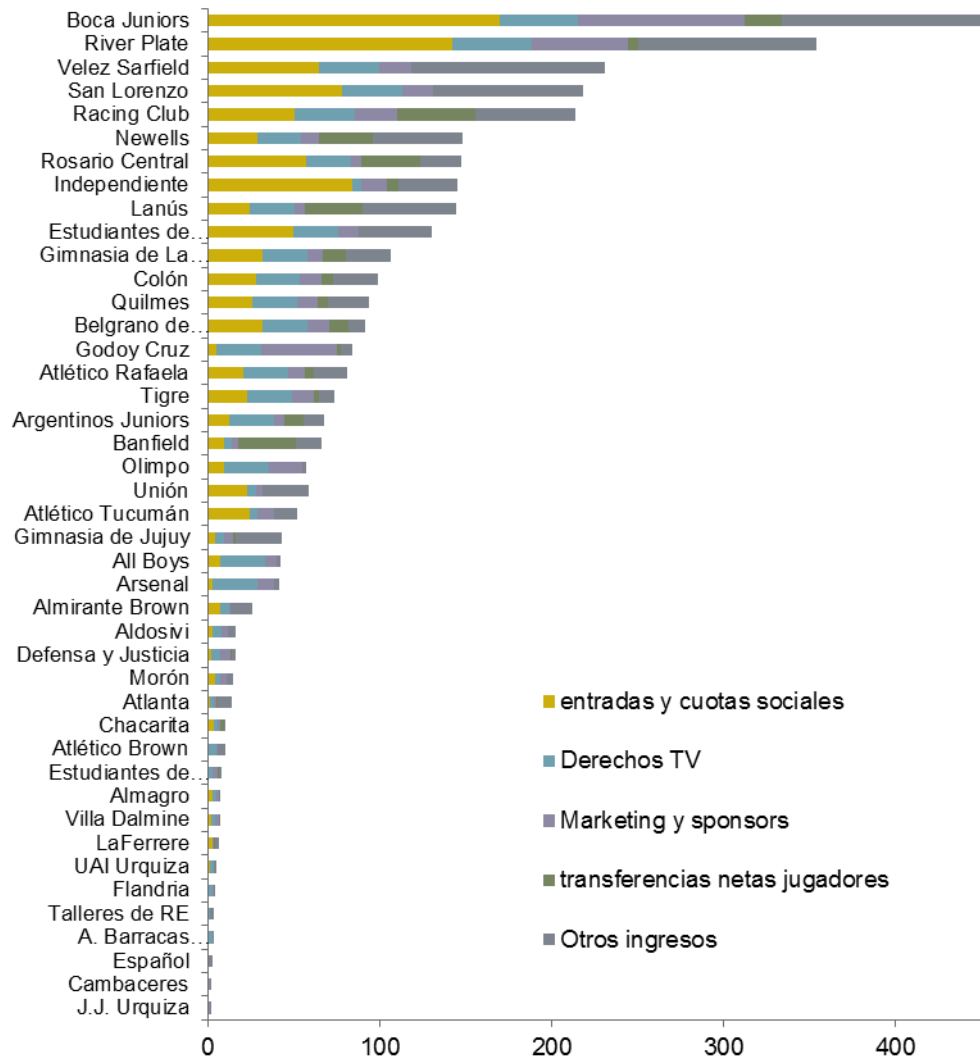
Los Gráficos 4 y 5 muestran la estructura de ingresos de los clubes que conforman la muestra de balances para 2013. La Tabla 4 exhibe las cifras de ingresos de los clubes según fuentes de ingresos en millones de pesos de diciembre de 2013.

La composición de ingresos es aún más heterogénea dentro de cada división. La financiación de los socios y simpatizantes es fundamental en los grandes clubes como Boca Juniors y River Plate. Estos mismo clubes, los derechos de TV representan menos del 10% de sus ingresos. En tanto que estos tienen mayor importancia en los clubes de menores ingresos (Racing, Velez, San Lorenzo, los emblemáticos rosarinos y de La Plata, etc.). Salvo excepciones, los derechos de TV constituyen un componente fundamental de los ingresos de los clubes de divisiones inferiores y sobre todo del interior, así como la contribución de los sponsors, sin los cuales estos clubes no podrían solventar sus costos dada la baja contribución de socios y ventas de entradas al ingreso total.

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

Gráfico 4: Ingresos declarados por los clubes de la muestra. Año 2013

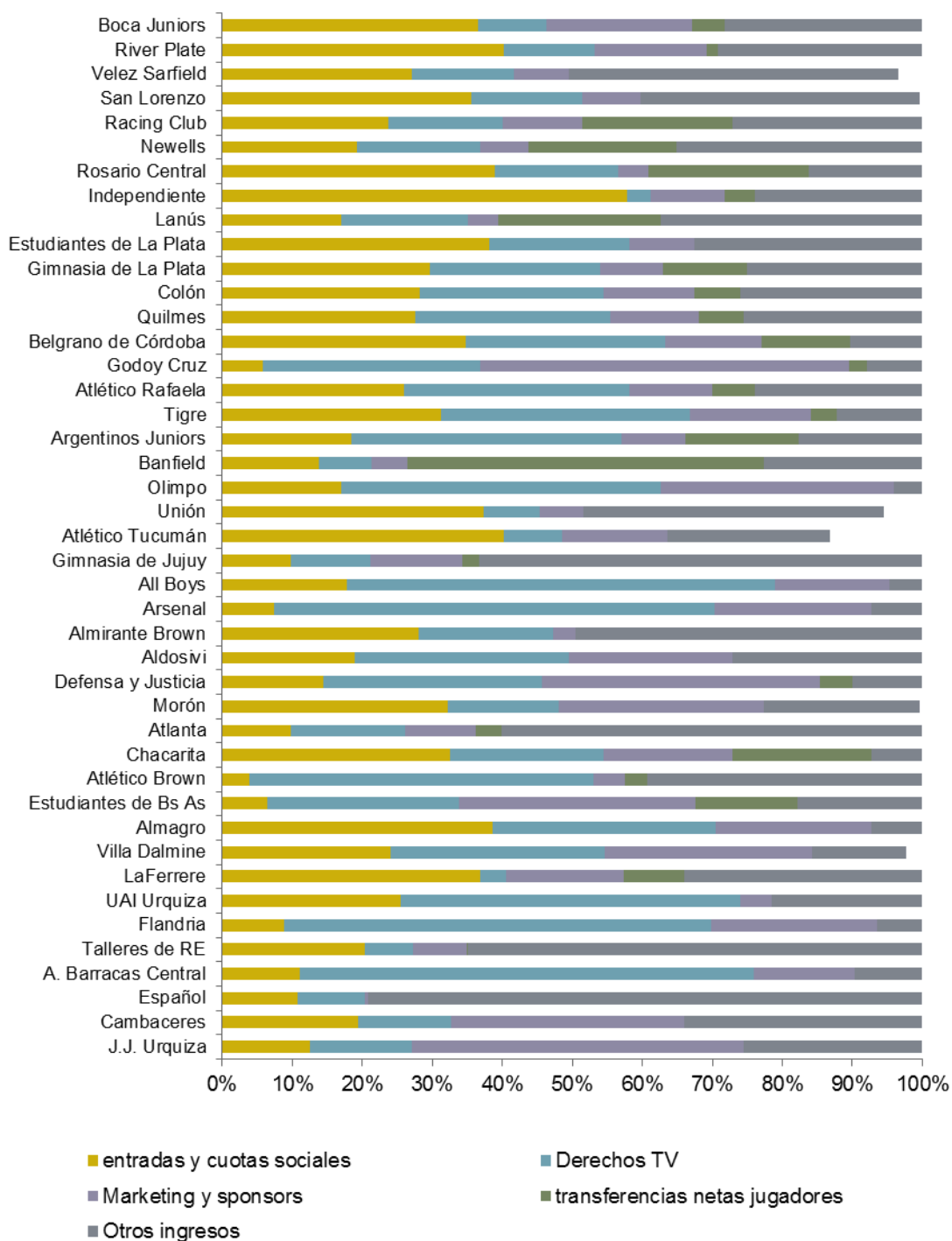
En millones de pesos



Fuente: Elaboración propia

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

Gráfico 5: Estructura de ingresos declarados por los clubes de la muestra. Año 2013



Fuente: Elaboración propia

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

Tabla 4: Ingresos declarados por los clubes de la muestra, en millones de pesos (2013)

	Venta de entradas y cuotas sociales	Derechos de televisión	Marketing y sponsors	Ingresos netos por transferencias de jugadores	Otros ingresos	Total
J.J. Urquiza	0,2	0,3	0,8	0,0	0,4	1,7
Cambaceres	0,4	0,3	0,6	0,0	0,6	1,9
Español	0,3	0,3	0,0	0,0	2,1	2,6
A. Barracas Central	0,4	2,3	0,5	0,0	0,3	3,5
Talleres de RE	0,8	0,3	0,3	0,0	2,4	3,7
Flandria	0,3	2,3	0,9	0,0	0,2	3,7
UAI Urquiza	1,2	2,3	0,2	0,0	1,0	4,7
LaFerrere	2,5	0,3	1,1	0,6	2,3	6,8
Villa Dalmine	1,8	2,3	2,2	-0,2	1,0	7,1
Almagro	2,8	2,3	1,6	0,0	0,5	7,2
Estudiantes de Bs As	0,5	2,3	2,8	1,2	1,5	8,3
Atlético Brown	0,4	4,9	0,5	0,3	4,0	10,1
Chacarita	3,4	2,3	1,9	2,1	0,8	10,4
Atlanta	1,4	2,3	1,4	0,5	8,4	14,1
Morón	4,7	2,3	4,2	-0,1	3,2	14,4
Defensa y Justicia	2,3	4,9	6,3	0,7	1,6	15,9
Aldosivi	3,0	4,9	3,8	0,0	4,4	16,1
Almirante Brown	7,2	4,9	0,8	0,0	12,8	25,8
Arsenal	3,1	26,0	9,2	0,0	3,0	41,3
All Boys	7,5	26,0	6,9	0,0	2,0	42,4
Gimnasia de Jujuy	4,2	4,9	5,7	1,1	27,4	43,3
Atlético Tucumán	24,2	4,9	9,1	-7,9	14,0	44,3
Unión	23,1	4,9	3,8	-3,4	26,5	55,0
Olimpo	9,7	26,0	19,0	0,0	2,3	57,0
Banfield	9,2	4,9	3,5	33,9	15,0	66,5
Argentinos Juniors	12,5	26,0	6,3	10,9	11,9	67,6
Tigre	22,9	26,0	12,7	2,7	9,0	73,3
Atlético Rafaela	21,0	26,0	9,6	4,9	19,4	80,8
Godoy Cruz	4,9	26,0	44,1	2,1	6,7	83,8
Belgrano de Córdoba	31,9	26,0	12,6	11,6	9,5	91,6
Quilmes	25,9	26,0	11,8	6,0	23,9	93,6
Colón	27,8	26,0	12,7	6,4	25,7	98,7
Gimnasia de La Plata	31,6	26,0	9,5	12,9	26,7	106,7
Estudiantes de La Plata	49,7	26,0	12,1	0,0	42,4	130,2
Lanús	24,5	26,0	6,2	33,4	54,0	144,1
Independiente	84,0	4,9	15,3	6,3	34,8	145,3
Rosario Central	57,4	26,0	6,1	33,8	24,0	147,3
Newells	28,6	26,0	10,3	31,3	52,1	148,3
Racing Club	50,7	34,9	24,3	45,7	58,1	213,7
San Lorenzo	77,9	34,9	18,1	-0,8	87,4	217,6
Velez Sarfield	64,7	34,9	18,7	-8,2	112,5	222,6
River Plate	142,4	45,8	56,3	5,7	103,4	353,6
Boca Juniors	169,7	45,8	96,5	21,7	131,4	465,1

Fuente: Elaboración propia

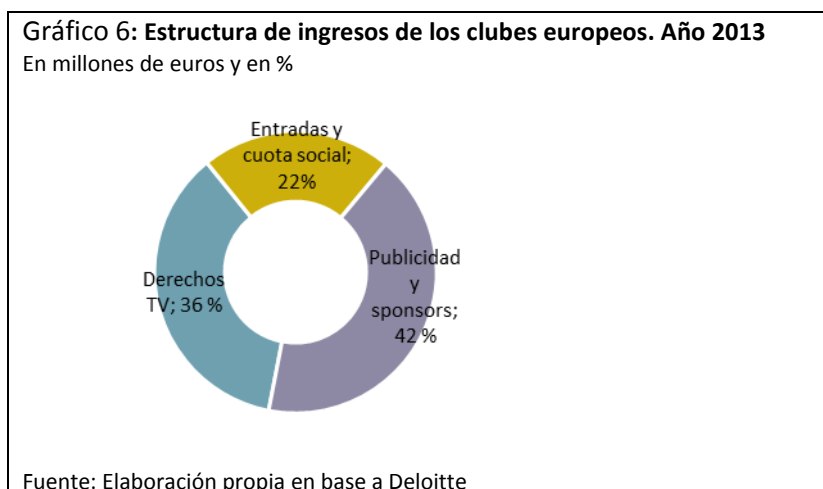
Comparación de la estructura de ingresos con las ligas europeas y latinoamericanas

El fútbol como cualquier industria global es gerenciada, más allá de las pasiones y culturas locales, con los mismos parámetros. En todas las ligas se negocian derechos de televisación, se acuerdan contratos de publicidad y patrocinio deportivo, se venden tickets para el ingreso a los estadios y los simpatizantes pagan sus cuotas sociales. Sin embargo, la estructura de estos ingresos no es igual en cada una de estas ligas. En esta sección se analizarán y compararán los ingresos de las ligas de Europa, Brasil y Argentina con el propósito de identificar y evaluar estas diferencias.

Para ello hemos preparado una serie de gráficos con los ingresos de los clubes de estas ligas utilizando la misma desagregación de ingresos, es decir, derechos de TV, publicidad y patrocinio y, venta de ticket y cuota social. Se excluye por razones metodológicas los ingresos por las ventas de jugadores, una fuente de ingresos que resulta importante en la liga brasilera. Cabe acotar que esta comparación excluye los componentes transferencias netas de jugadores y otros ingresos.

Fútbol europeo

El Gráfico 6 exhibe, en primer lugar, los ingresos de los clubes Europeos en base a la información de los balances elaborada por Deloitte. Los datos están expresados en millones de euros.

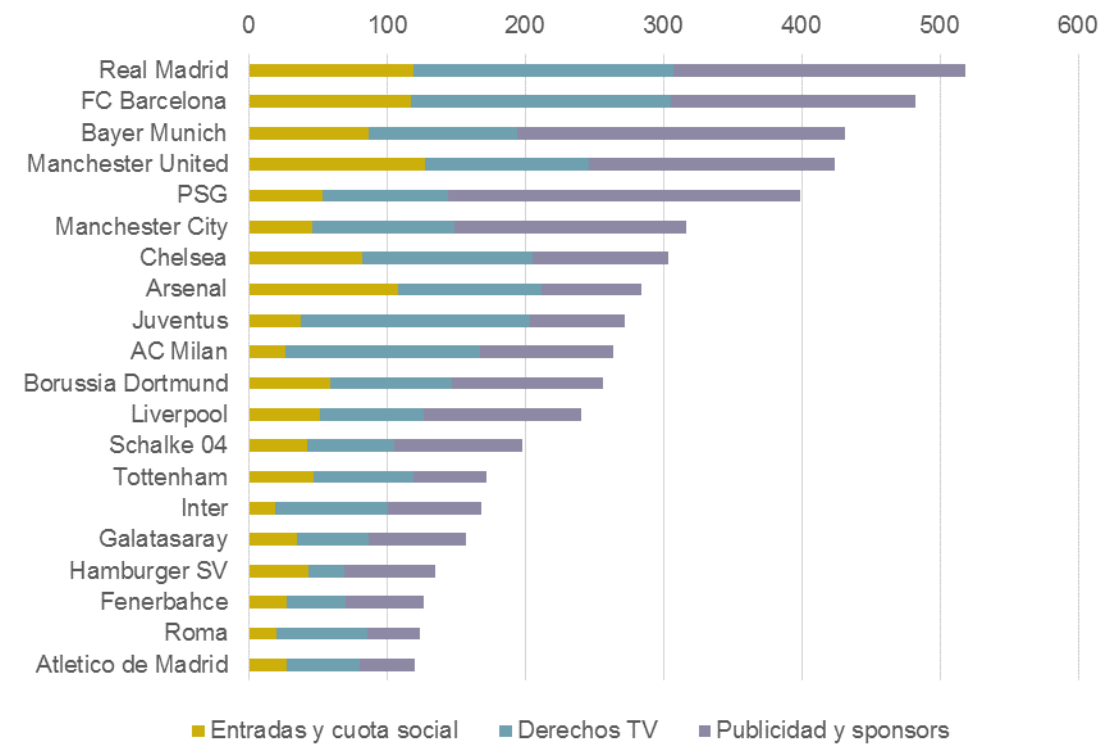


Como se advierte en dicho Gráfico el 42% de los ingresos de las ligas europeas son aportes de publicidad y patrocinio, el 36% derechos de televisión y sólo el 22% aporte de los socios y la venta de tickets los días de partido.

Sin embargo, si analizamos cada una de las ligas europeas encontraremos algunas diferencias, fundamentalmente, la liga italiana en la cual los derechos de TV aportan más del 50% del ingreso de los clubes, como es el caso del Inter, la Juve, el Milan y la Roma. Uno de los resultados que merecen destacarse es la baja participación de los socios y simpatizantes en el financiamiento de los clubes.

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

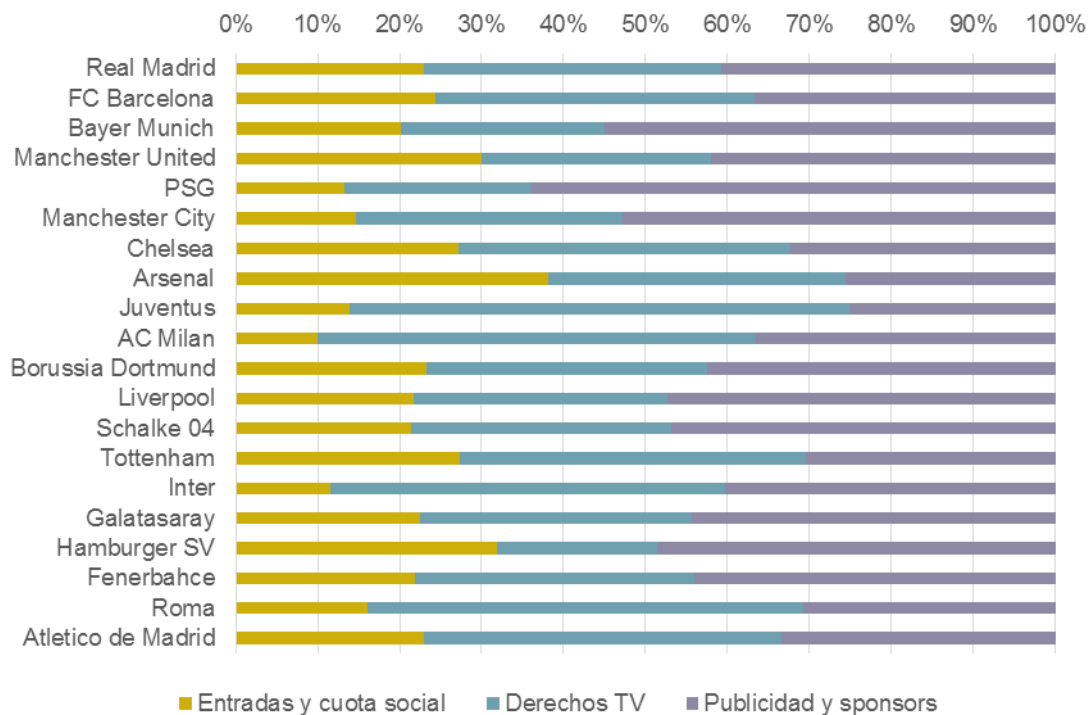
Gráfico 7: Ingresos de los clubes de fútbol europeo, en millones de euros. Año 2013



Fuente: Elaboración propia en base a Deloitte

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

Gráfico 8: Estructura de ingresos de los clubes de fútbol europeo. Año 2013



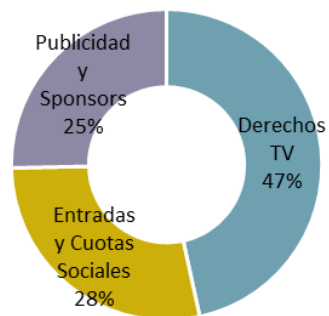
Fuente: Elaboración propia en base a Deloitte

Fútbol de Brasil

En el fútbol brasileiro también los derechos de TV aportan una porción muy significativa de los recursos que disponen los clubes. Para el consolidado de los clubes de fútbol de la Serie A los derechos de TV representan el 47% del total de ingresos de los clubes (350 millones de euros entre los 28 principales equipos brasileiros). Las entradas y las cuotas sociales representan el 28% y la publicidad y los sponsors el 25% restante. Como mencionamos anteriormente, los ingresos por la transferencia (neta) de jugadores es una fuente significativa de recursos para los clubes brasileiros, pero dado que no contamos con las transferencias netas, es decir, el flujo de ingresos y gastos por la transferencia y compra de jugadores, este rubro de ingresos no fue considerado en el análisis.

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

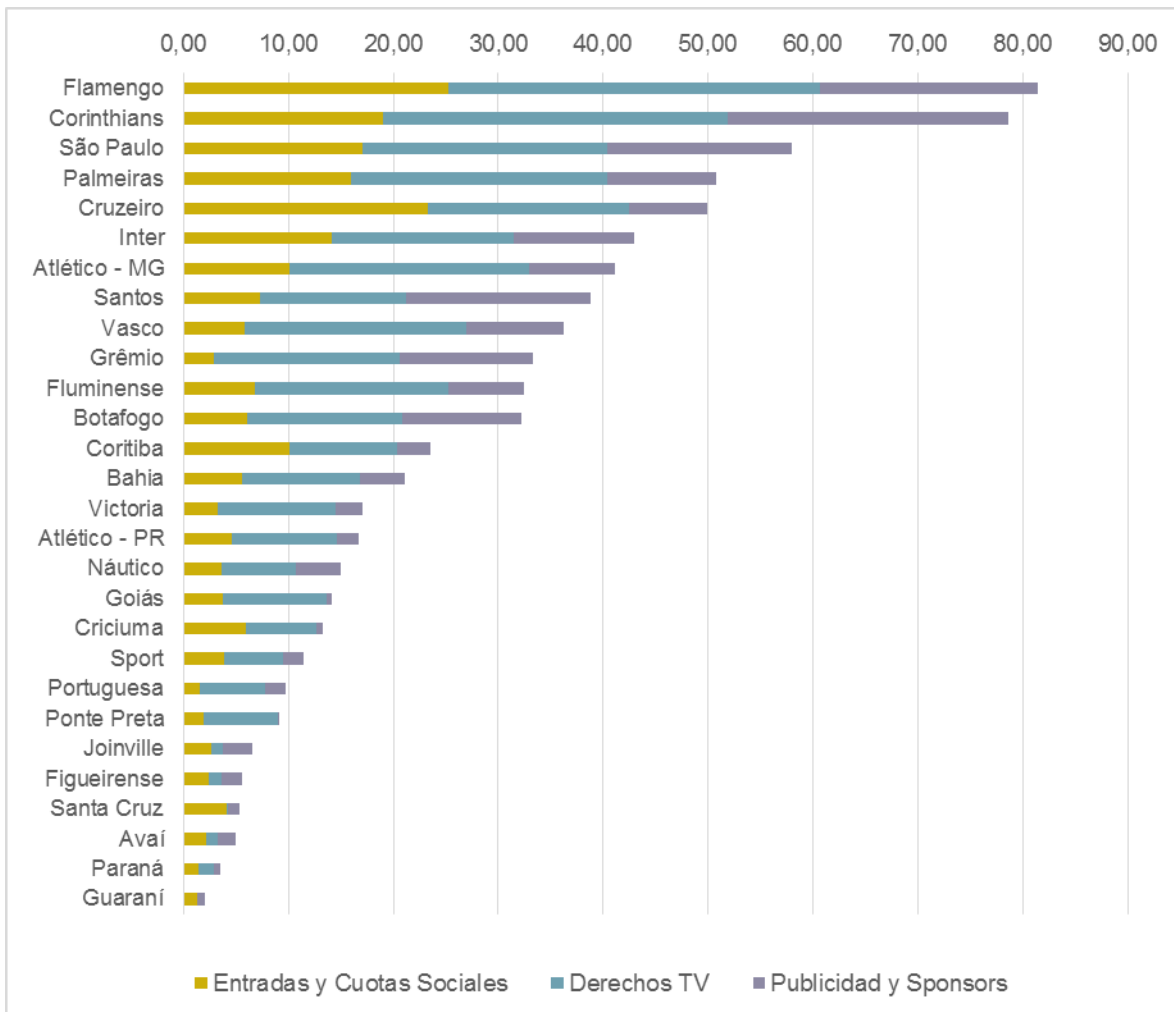
Gráfico 9: Estructura de ingresos de los clubes de fútbol de Brasil. Año 2013



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Pluri Consultoria

Gráfico 10: Ingresos de los clubes de fútbol brasileiro. Año 2013

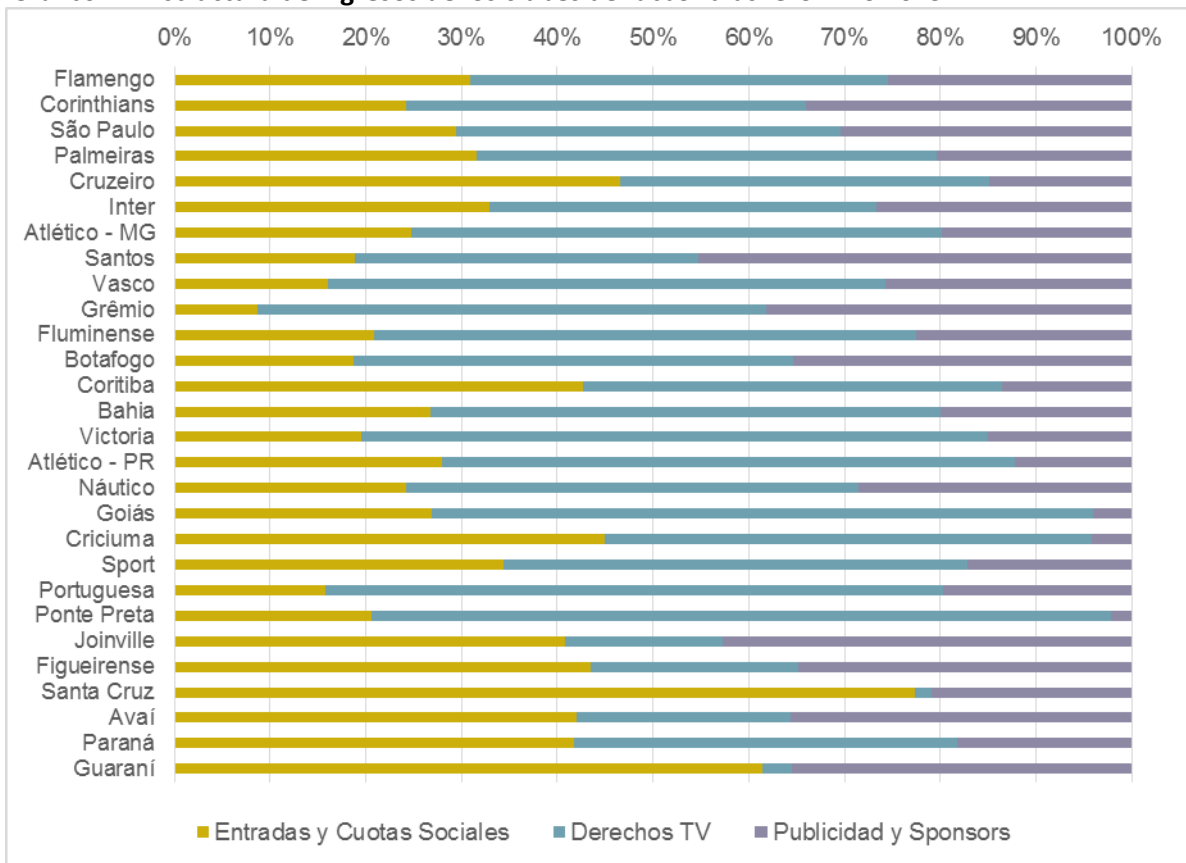
En millones de euros



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Pluri Consultoria

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

Gráfico 11: Estructura de ingresos de los clubes de fútbol brasileiro. Año 2013



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Pluri Consultoria

Fútbol argentino, europeo y brasileiro

Es ampliamente conocido las diferencias entre las grandes ligas europeas y las latinoamericanas en materia de recursos y presupuestos para los planteles profesionales. En esta sección comparamos la estructura de ingresos de los 10 mas grandes clubes (en términos de recursos) de Europa, Brasil y Argentina de manera de poder obtener algunos resultados aunque parciales de la situación del fútbol argentino respecto de estas otras ligas. Los datos se exhiben en los Gráficos 12 y 13.

Como se puede observar las diferencias de ingresos entre los clubes europeos, brasileiros y argentinos son muy significativas, aun considerando los 10 clubes con mayores presupuestos del fútbol local. Real Madrid y Barcelona, los clubes más poderosos de la liga española, manejan recursos por más de 500 millones de euros anuales, en Argentina, en tanto, Boca y River cuentan con presupuestos inferiores a los 30 millones de euros. Pero las diferencias también son significativas respecto de los recursos que manejan los clubes brasileiros. Los clubes argentinos con mayor presupuesto no alcanzan ni el 50% del presupuesto de los clubes de Brasil con mayores ingresos.

La comparación pone de manifiesto también el peso que tienen los ingresos por Publicidad y sponsors y Derechos de TV en los clubes europeos. Para estos clubes, según el último informe de

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

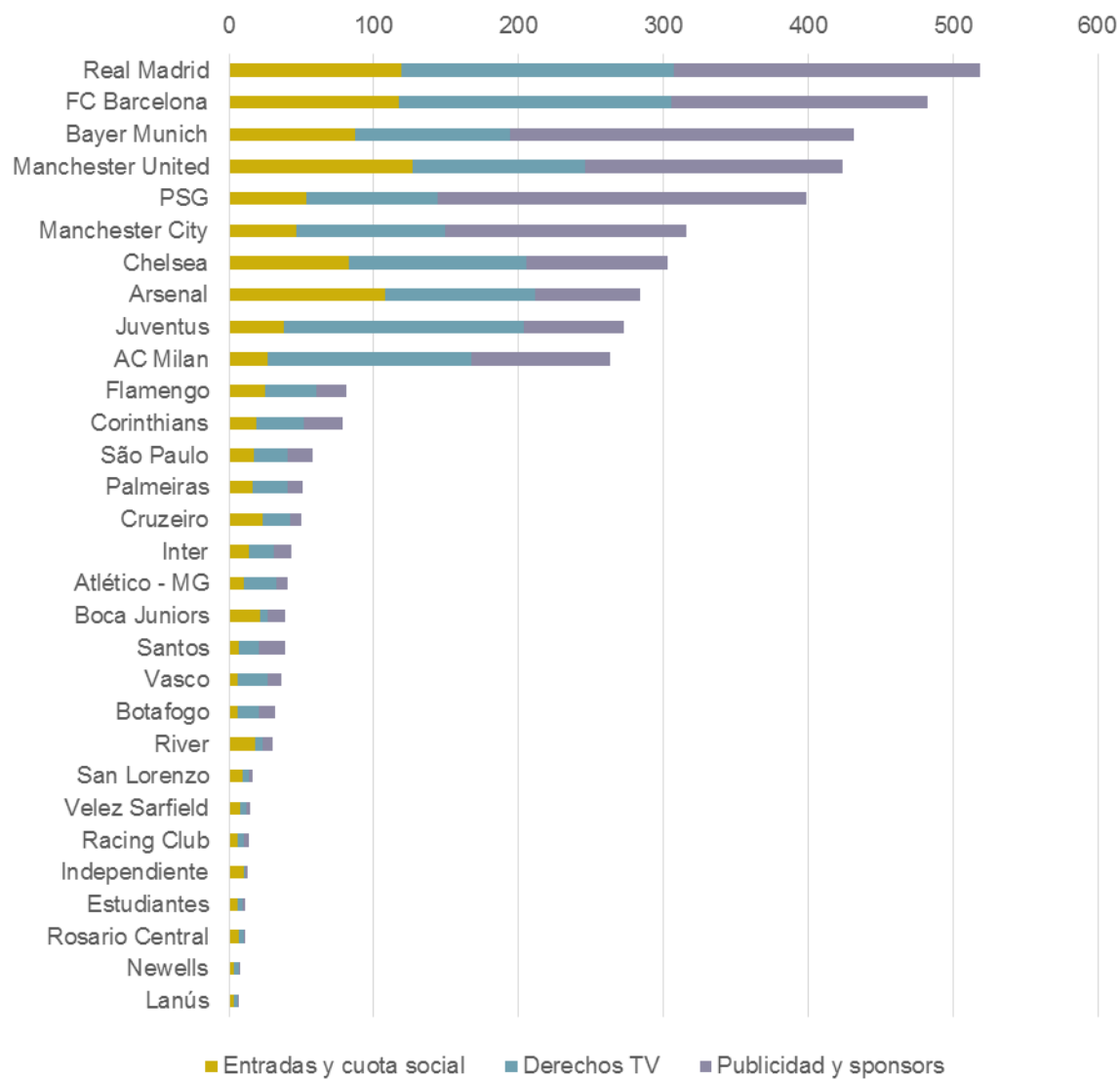
Deloitte¹², los ingresos por Publicidad y derechos de TV representaban el 42% de los ingresos, cuando en Argentina estos ingresos no superan el 30% de los ingresos totales de los clubes.

El otro resultado interesante es que la participación de los ingresos por la venta de entradas a los estadios y cuotas sociales tienen un peso relativo mayor en Argentina respecto de lo que ocurre en Europa y Brasil. En alguna medida el financiamiento de los clubes en Argentina recae principalmente sobre los espectadores y la masa societaria, esto se ve especialmente en Rosario Central, Estudiantes de La Plata, Newell's All Boys, Lanús, Independiente, San Lorenzo, Velez y Racing Club.

¹² All to play for Football Money League, Sports Business Group at Deloitte January 2014.

Gráfico 12: Ingresos 10 mas grandes clubes de Europa, Brasil y Argentina. Año 2013

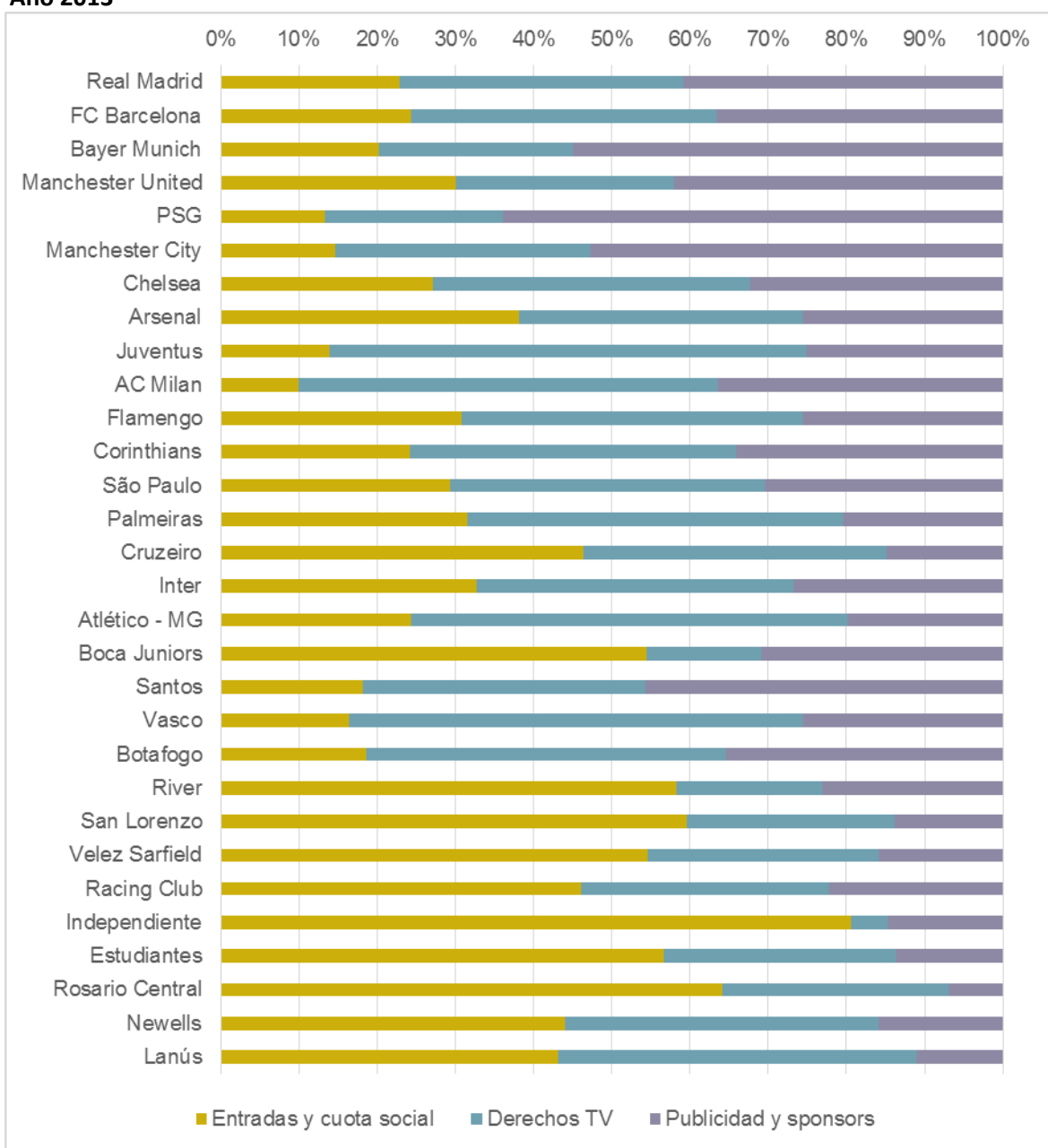
En millones de euros



Fuente: Elaboración propia

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

Gráfico 13: Estructura de ingresos 10 mas grandes clubes del Europa, Brasil y Argentina. Año 2013



Fuente: Elaboración propia

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina



En resumen, los principales resultados que surgen del estudio de los balances de los principales clubes de fútbol de Argentina y su comparación internacional, es que los clubes profesionales argentinos presentan una estructura de ingresos relativamente más diversificada respecto de las otras ligas. El fútbol argentino se financia en proporción mayor con los simpatizantes y socios más que otras fuentes de ingresos. La importancia de los sponsors y derechos de TV crece inversamente con el ingreso de los clubes y adquieren relevancia sobre todo en las divisiones inferiores. El fútbol argentino presenta una estructura de ingresos diferente al europeo o al de Brasil. Los clubes argentinos se financian principalmente con sus simpatizantes (casi un 50%), mientras que en Brasil el principal ingreso tiene como origen los derechos de TV. El fútbol europeo tiene una mayor proporción de ingresos por marketing y sponsors y derechos de TV que por simpatizantes y socios.

El Valor de Producción de los Clubes de Fútbol argentinos

Metodología

Dado que la muestra de balances no es probabilística, aunque si representativa del conjunto de los clubes de fútbol de Argentina, para obtener el valor de producción del conjunto de la actividad de los clubes profesionales y amateurs se optó por la siguiente metodología:

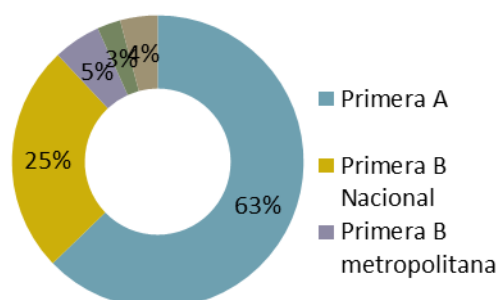
1. Digitalización de los balances y homogeneización de las variables de ingresos/recursos y gastos.
2. Clasificación de los clubes según división.
3. Actualización de las cifras de los balances a precios de diciembre de 2013 según índice promedio de precios de las Direcciones de Estadísticas y Censos de las provincias.
4. Corrección de los ingresos por derechos de TV declarados en los balances por información de AFA sobre el pago de derechos de TV a los clubes.
5. Comparación de ingresos y gastos y saldo financiero para la identificación del valor de producción según criterios de valuación detallados en la sección III.
6. Clubes división A, B, Nacional B, C y Torneo Argentino A no captados: expansión estratificada de los datos de la muestra de balances al total de los clubes profesionales (124) mediante la imputación de ingresos según metodología de vecino más cercano (club referente homólogo).
7. Selecciones nacionales: estimación en base a ingresos totales de la AFA descontando derechos de TV de los clubes.
8. Fútbol Amateur: División Primera D: promedio de los clubes de menor ingreso de 1° C, Torneo Argentino B: expansión estratificada de los datos de la muestra de balances según 90% y 80% de la facturación de los clubes de menor ingreso de 1° C. Torneo interior y ligas regionales, futsal se valorizó de acuerdo a un ingreso anual mínimo por club definido por opinantes calificados.

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

La extrapolación de la muestra de balances al total de clubes de argentino según la metodología detallada anteriormente determinó que el valor bruto de producción de los clubes de fútbol profesional sumará \$ 4.617 millones para el año 2013 (un ajuste del 35% respecto de la muestra original). Los clubes que participan de la Primera A generan un vbp de \$ 2.898,4 millones, prácticamente el 62% de todos los recursos generados por los clubes con fútbol profesional, la Primera B \$ 242,6 millones, la Primera C \$ 120,0 millones y los clubes del Nacional B \$ 1.164,1 millones, (representa el 25% del vbp total) y el torneo Argentino A \$ 239 millones. El detalle se exhibe en la Tabla 5.

Tabla 5: Valor Bruto de Producción de los clubes fútbol profesional por categoría. Año 2013

Categorías (clubes)	en millones de pesos de diciembre de 2013	en %
Primera A (20)	2.898	62,8
Nacional B (23)	1.164	25,2
Primera B (22)	243	5,3
Primera C (20)	120	2,6
Argentino A (40)	192	4,4
Total (124)	4.617	100,0



Fuente: Elaboración propia

Pero esto no es todo, resta agregar el valor bruto de producción de las ligas de fútbol amateur y el vbp de las Selecciones Nacionales. El valor de producción de los clubes de fútbol amateur que incluye la primera D, Torneo Argentino B, C y resto de clubes del interior, así como los clubes de futsal suman otros \$ 3.599 millones, también para 2013. En tanto que el valor de producción de la Asociación de Fútbol Argentina, estimado por la suma de sus costos, excluyendo las transferencias a los clubes por los derechos de transmisión de TV, agregarían otros \$ 644 millones al total.

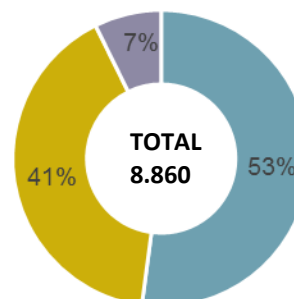
Por lo tanto, se estima un valor bruto de producción del fútbol argentino generado en forma directa por los clubes y la AFA de \$ 8.860 millones para 2013.

Este valor de producción cuenta con la distribución que se exhibe en el siguiente gráfico.

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

Tabla 6: Valor de Producción de los clubes fútbol profesional por categoría, estimación Año 2013

Categorías	en millones de pesos	% vbp	% clubes
Profesional	4.617	52,1	3,8
Amateur	3.599	40,6	96,2
Selecciones Nacionales	644	7,3	
Total	8.860	100,0	100



■ Profesional ■ Amateur ■ Selecciones Nacionales

Fuente: Elaboración propia

Los datos indican que los clubes de fútbol profesional explican 52,1% del vbp, aunque representan menos del 4% de los clubes. La mayoría de los clubes de fútbol son amateurs (96,2%) pero estos sólo explican 40,6% del vbp, en tanto que la actividad de los seleccionados nacionales y del conjunto de actividades de la AFA explican otro 7,3% del total.

Sin embargo, la facturación del total de los clubes no parece un gran negocio cuando se la compara con otras actividades económicas. Por ejemplo, la facturación de los clubes es un porcentaje muy reducido del giro del negocio de los supermercados o de los shoppings. La facturación de los clubes representa solo el 37% de la facturación de los Shoppings del GBA (\$24.000 millones) y solo el 7% de los supermercados a nivel nacional \$131.700 millones. Más aun, los ingresos promedio de un club de 1ªA (\$144 millones) equivalen a la facturación promedio de dos locales de una misma cadena de supermercados en Argentina. Cifras similares se producen en Europa.

No obstante, hay un dato que merece ser destacado, el fútbol profesional es competitivo internacionalmente no solo por la venta de jugadores de alto nivel y su participación en las grandes ligas europeas sino porque los clubes locales participan y ganan campeonatos internacionales. Así como el destacado desempeño de nuestras selecciones nacionales en los mundiales. Los clubes argentinos generan similares resultados y llegan a superar el nivel de los mejores clubes europeos a muy bajo costo, por lo cual es esperable que su incidencia económica argentina sea relativamente menor a otros países “futbolísticos” como España, Inglaterra o Alemania. **Por lo tanto el fútbol argentino es competitivo tanto futbolísticamente como económicamente (por sus bajos costos) a nivel internacional.**

V. LA CONTRIBUCIÓN DEL FÚTBOL A LA ECONOMÍA ARGENTINA

Introducción

Según el análisis de los balances, los clubes de fútbol generan no solo la actividad de fútbol profesional sino que incurren en una serie de gastos a los fines de mantener la actividad amateur, financiar otras actividades deportivas, educativas, sociales, culturales y de entretenimiento. Como se señaló, estas actividades se financian mediante los derechos de transmisión de radio y TV, los ingresos por la transferencias netas de jugadores, los derechos de formación, los ingresos por publicidad y sponsors, las concesiones y el alquiler de estadios para espectáculos, entre otros rubros. Esto como se determinó en la anterior sección se estimó en un vbp de \$ 8.860 millones, aproximadamente 1.000 millones de dólares anuales.

Sin embargo, el efecto del fútbol sobre la economía no se limita a los ingresos y gastos realizados por los clubes en forma directa. Gracias al fútbol, se sostienen una parte importante de otros sectores de actividad económica: producción y venta de indumentaria, producción de programas de TV y radio, edición de diarios y revistas deportivas, portales de noticias deportivas y un sinnúmero de otras actividades (turismo, hotelería, bares y restaurantes, espectáculos).

Pero no solamente estas actividades asociadas son indirectamente generadas por el fútbol. De acuerdo al Gráfico 1, la actividad económica de los clubes y las actividades de otros sectores asociadas al fútbol generan también una serie de efectos inducidos dados por los encadenamientos hacia atrás y hacia adelante: el efecto sobre la economía que traccionan los clubes de fútbol y los sectores asociados gracias a sus proveedores de servicios e insumos y al efecto sobre el consumo inducido por el gasto que realizan los trabajadores y las familias que están empleados en los clubes de fútbol y empresas de actividades asociadas.

Esta sección describe la metodología y los primeros resultados de la estimación cuantitativa de los sectores económicos asociados al fútbol.

Sectores Asociados

Metodología

La iniciativa más importante a nivel internacional fue la adoptada por la Comisión Económica Europea en el año 2007, cuando se publicó el "White Paper on Sports": "The Commission, in close cooperation with the Member States, will seek to develop a European statistical method for measuring the economic impact of sport as a basis for national statistical accounts for sport, which could lead in time to a European satellite account for sport". La creación del EU Working Group 'Sports and Economics' dio por resultado diversas iniciativas a los fines de estimar la Cuenta Satélite del Deporte, de los cuales al presente hay todavía escasos resultados, con el fin de obtener mediciones armonizadas y comparables internacionalmente.

Un sistema de cuentas satélite (CST) es un marco estadístico robusto para medir la importancia económica de una industria específica, por ejemplo el sector deportivo, y en este caso específico,

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

el fútbol, en la economía de un país. En este punto conviene repetir las definiciones brindadas por el enfoque europeo del deporte y que en este trabajo se adaptan al fútbol. De acuerdo al enfoque europeo del deporte (existen tres tipos de definiciones de aplicadas al sistema de cuentas nacionales denominada Vilnius), y que constituyen la base para la compilación de la Cuenta Satélite del deporte (SSA):

“La definición estadística del deporte”: refiere a categoría NACE 92.6 en Europa o forma parte de la CIIU 9241 (Servicios para la práctica deportiva). Esta categoría está compuesta por instalaciones deportivas, así como las organizaciones deportivas profesionales (en nuestro caso los clubes de fútbol).

“La definición estricta del deporte”: incluye todos los sectores que producen bienes e insumos que son necesarios para realizar deporte, por ejemplo en nuestro caso, los fabricantes de calzado deportivo, pelotas y camisetas de los principales clubes de fútbol.

“La definición amplia del deporte”: además engloba todos los sectores de la economía que ofrecen bienes y servicios vinculados al deporte, pero que no son entidades deportivas, por ejemplo, las redes y programas de televisión y radio de difusión relacionados con el fútbol, las actividades turísticas y de espectáculos relacionados con el fútbol, etc.

Esta sección propone realizar la estimación de las actividades directas y asociadas al fútbol mediante una adaptación de la estimación realizadas por Wierny (2013) para el caso de las industrias con derechos de autor en Argentina realizada para la WIPO (World International Property Organization). En efecto, se trata de realizar un corte transversal en todos los sectores de la economía a los fines de identificar y agregar al valor de producción realizado directamente por los clubes de fútbol, las actividades asociadas realizados por otros sectores de la economía. Asimismo cabe destacar que la estimación del vbp y del valor agregado (va) por este método es el primer paso para obtener la Cuenta Satélite del Fútbol, determinando no solamente la oferta total de productos y servicios asociados al fútbol, objetivo de esta sección sino también sus destinos finales (consumo, inversión) a detectar en una futura encuesta a nivel nacional.

La estimación puede realizarse top-down: de las industrias a los productos o bottom up: de los productos a las industrias. Debido a que en Argentina no existe encuestas directas que permitan inferir y desagregar los productos y servicios indirectos asociados al fútbol, se adopta el enfoque top-down: agregando al vbp del fútbol directo estimado en la sección IV, aquella parte del vbp de las industrias asociadas cuyo destino o existencia se deben gracias al fútbol. De acuerdo a Wierny (2013), las industrias y servicios asociadas al fútbol se pueden clasificar en dos categorías:

i. Sectores principales (industrias y servicios core): son aquellas que se dedican íntegramente a la producción del fútbol profesional. A esta actividad se puede sumar el resto de las actividades de los clubes: fútbol amateur, otras actividades deportivas, educación, cultura (museos), concesiones, alquileres para espectáculos, etc. En nuestro caso, corresponde al vbp directo de los clubes de fútbol (profesional y amateurs) + Selecciones Nacionales.

ii. Sectores que dependen parcialmente del fútbol: son aquellas industrias y/o sectores que no son clubes de fútbol pero cuyos productos y/o servicios están en parte relacionados con el fútbol o existen gracias a este. Por ejemplo, la industria indumentaria, los medios de comunicación, los espectáculos, etc.

Al momento de realizarse este informe, Argentina no disponía de estadística confiable que permita obtener el vbp de los sectores asociados y desagregar aquella parte relacionada con el

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

fútbol debido a la crisis de su sistema estadístico que pone en duda y bajo la lupa cualquier dato que pueda provenir del sistema estadístico oficial.

La magnitud de la tarea resultó casi equivalente a la estimación del vbp de los clubes, ya que hubo que recurrir a métodos indirectos que permitan obtener estimaciones confiables a precios corrientes. Para ello se recurrió a la base de datos del proyecto ARKLEMS+LAND de FCE-UBA¹³ para la medición comparable de la productividad en conjunto con la U. Harvard y U. Groningen anteriormente mencionado, de acuerdo a los procedimientos que se detallan a continuación y que son acordes con las prácticas habituales sugeridas por la ONU en el SCN08 que asegura la consistencia de las estimaciones de la actividad económica a nivel sectorial y macroeconómico así como su comparabilidad internacional.

Esta sección describe la metodología adoptada para la estimación de los sectores asociados, que no son clubes, que dependen total o parcialmente del fútbol.

- a) Identificación y estimación de los vbp del total de las industrias que dependen total o parcialmente del fútbol, excluidos la rama 9241 (Servicios para la práctica deportiva) ya incluida como fútbol directo vía extrapolación de balances de clubes en la sección anterior.
- b) Ajuste de los niveles de facturación por economía “no registrada” a cada uno de los sectores asociados.
- c) Ajuste por márgenes de comercio y transporte para valorizar a precios de comprador.
- d) Agregación de las importaciones por rama previo ajuste por márgenes de intermediación y gastos de nacionalización.
- e) Estimación de los coeficientes destino fútbol de las actividades asociadas identificada de acuerdo a estimaciones propias conservadoras, encuestas e informantes calificados
- f) Agregación del vbp de los clubes de fútbol y de los sectores asociados.

En la siguiente tabla se incluyen las ramas de actividad identificadas como sectores asociados, detallando algunos ajustes previos a los anteriormente detallados. Asimismo los mismos se agruparon en agregados que permitan su comparación con actividades secundarias en común realizadas por los clubes de fútbol.

¹³Coordinado por Ariel Coremberg e integrado por Marisa Wierny, Hernan Muñoz y Franco Mastelli.

Tabla 7 **Identificación de los sectores económicos asociados según rama del CIIU**

Rama CIIU	Denominación	
15	Alimentos y Bebidas	Mechandizing, Marketing, Prensa, Publicidad y Sponsors
18	Indumentaria	
19	Cuero y Calzado	
242	Productos Farmacéuticos y Cosméticos	
34	Vehículos Automotores	
35	Otros Vehículos	
369	Otros ncp (Art. Deportivos)	
22	Publicaciones y Edición	
743	Publicidad y Sponsors	
I-642	Servicios de telecomunicaciones	Transmisiones y Producción de Radio y TV
921	Servicios cinematografía, radio y TV y espectáculos, artísticos y ncp	
922	Servicios de agencias de noticias	
551	Hoteles	Turismo, Cultura, Bares y Restaurantes
552	Restaurantes y bares	
I -	Transporte	
923	Servicios bibliotecas, archivos y museos y servicios culturales n.c.p.	Otros Servicios y Actividades
K resto	Otros Socios Empresariales	
752	Prestación pública de servicios a la comunidad en general	
M	Enseñanza	
N	Servicios sociales y de salud	
9249	Servicios para esparcimiento	
45	Construcción	
930	Servicios n.c.p.	

Valor Bruto de la Producción del fútbol Argentino con sectores asociados.

La suma del valor de producción de los productos, servicios y sectores asociados al fútbol dio por resultado un valor de \$ 32.915 millones. Dado que el valor bruto de producción de los clubes de fútbol, estimado en este estudio en \$ 8.860 millones, ello da por resultado que por cada peso generado por los clubes hay 3,7 del giro del negocio del fútbol que se facturan por otros sectores.

En la tabla y gráfico adjunto se puede observar la composición de los sectores asociados. La prensa, publicidad y sponsors participan del 25% del giro del negocio, en tanto que la transmisión y producción de radio y TV un 23,4% y el merchandising (bebidas, indumentaria, etc.) un 22.6%. El turismo, cultura, bares y restaurantes un 8% y el resto de los servicios y sectores un 13%.

De esta manera la totalidad del valor bruto de producción del fútbol argentino, incluyendo los clubes de fútbol más los sectores asociados es de \$ 41.823 millones.

Tabla 8 Contribución sectores económicos asociados al fútbol

En millones de pesos de diciembre de 2013 y en % del total

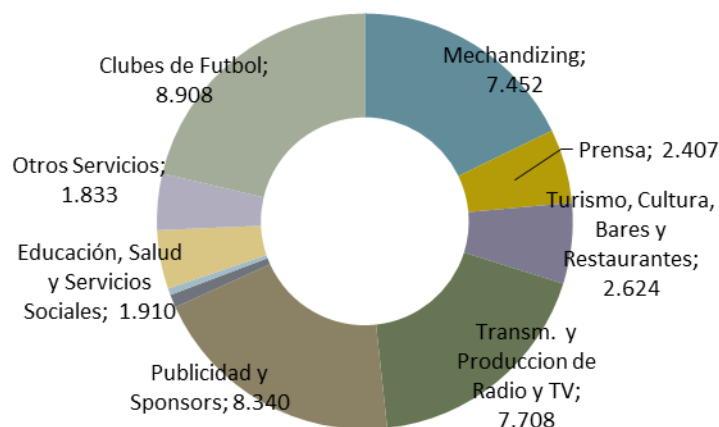
	vbp	en %
Mechandizing	7.452	22,6
Prensa	2.407	7,3
Turismo, Cultura, Bares y Restaurantes	2.624	8,0
Transm. y Producción de Radio y TV	7.708	23,4
Publicidad y Sponsors	8.340	25,3
Servicios Empresariales	426	1,3
Espectáculos	214	0,6
Educación, Salud y Servicios Sociales	1.910	5,8
Otros Servicios	1.833	5,6
Total sectores asociados	32.915	100

Fuente: Elaboración propia

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

Gráfico 15: VBP del Fútbol Argentino con sectores económicos asociados

En millones de pesos de 2013



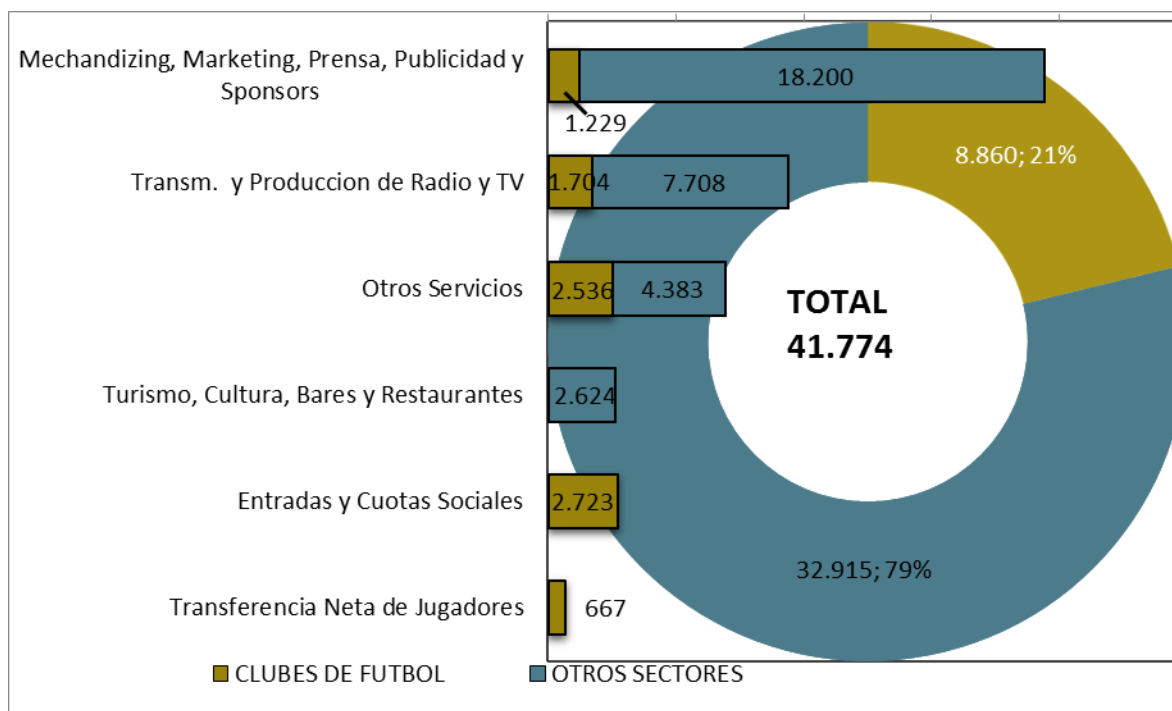
Fuente:

Si agrupamos los ingresos de los clubes por similar clasificación con que se clasificaron las actividades de los sectores asociados se podrá comparar no solo cuanto participa el fútbol en el total del efecto directo: clubes+sectores asociados, sino también por tipo de ingresos, tal como se presenta en la siguiente tabla y Gráfico.

Tabla 9: VBP del fútbol Argentino desagregado por sector y origen

	CLUBES DE FÚTBOL		SECTORES ASOCIADOS		TOTAL
Mechandizing, Marketing, Prensa, Publicidad y Sponsors	1.229	6,3%	18.200	93,7%	19.429
Transm. y Produccion de Radio y TV	1.704	18,1%	7.708	81,9%	9.412
Otros Servicios	2.536	36,7%	4.383	63,3%	6.919
Turismo, Cultura, Bares y Restaurantes		0,0%	2.624	100,0%	2.624
Entradas y Cuotas Sociales	2.723	100,0%		0,0%	2.723
Transferencia Neta de Jugadores	667	100,0%		0,0%	667
Total	8.860	21,2%	32.915	78,8%	41.774

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina



Los clubes de fútbol explican solo el 21% del giro del negocio del fútbol. El 79% se genera en otros sectores. Los clubes participan sólo del 6.3% del merchandasing, prensa y publicidad, el 18% de la transmisión y producción televisiva y radial y un 36,7% del negocio de otros servicios. En tanto que el turismo, cultura y alimentos fuera del hogar asociados al fútbol se genera exclusivamente por sectores asociados. Mientras que los clubes generan sus propios ingresos por simpatizantes vía taquilla y cuotas sociales sin participación de terceros.

Si bien no hay estimaciones disponibles para la actividad económica del fútbol para otros países con excepción de España, a los fines solo ilustrativos se brinda a continuación una tabla de algunos ejemplos europeos de la Cuenta Satélite del Deporte o de similar enfoque.

El ratio entre el VBP de los clubes de fútbol y Sectores Asociados para Argentina estimado en este estudio es de 3,7, esto significa que por cada peso generado por los clubes se generan otros 3,6 pesos en los sectores asociados. Las cifras para el total del deporte en Europa presentan una mayor dispersión, debido a la diversidad y falta de homogeneidad en los criterios aplicados: en Holanda los sectores asociados al deporte (no sólo fútbol) facturaban 3,5 euros por cada euro que generaban los clubes, en Austria 8,7 y Reino Unido 0,6.

La cifra estimada en este estudio, representaría un 2,2% del Gasto en Consumo de los Hogares. A la fecha, la única estimación disponible de la importancia del fútbol en la economía es la presentada para España para el año 1999 por Esquerra-Paredes. De la misma se infiere que el fútbol representaba en España un 2,1% del Consumo de los Hogares. Cifras similares aunque para todos los deportes se estiman para otros países: Polonia 2,1%, Reino Unido 3,2%, Austria 3,6% y Holanda 1,3%. Una estimación más actualizada para la economía Española brindaba cifras del 3,5% para el total del deporte en el total del consumo de los hogares.

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

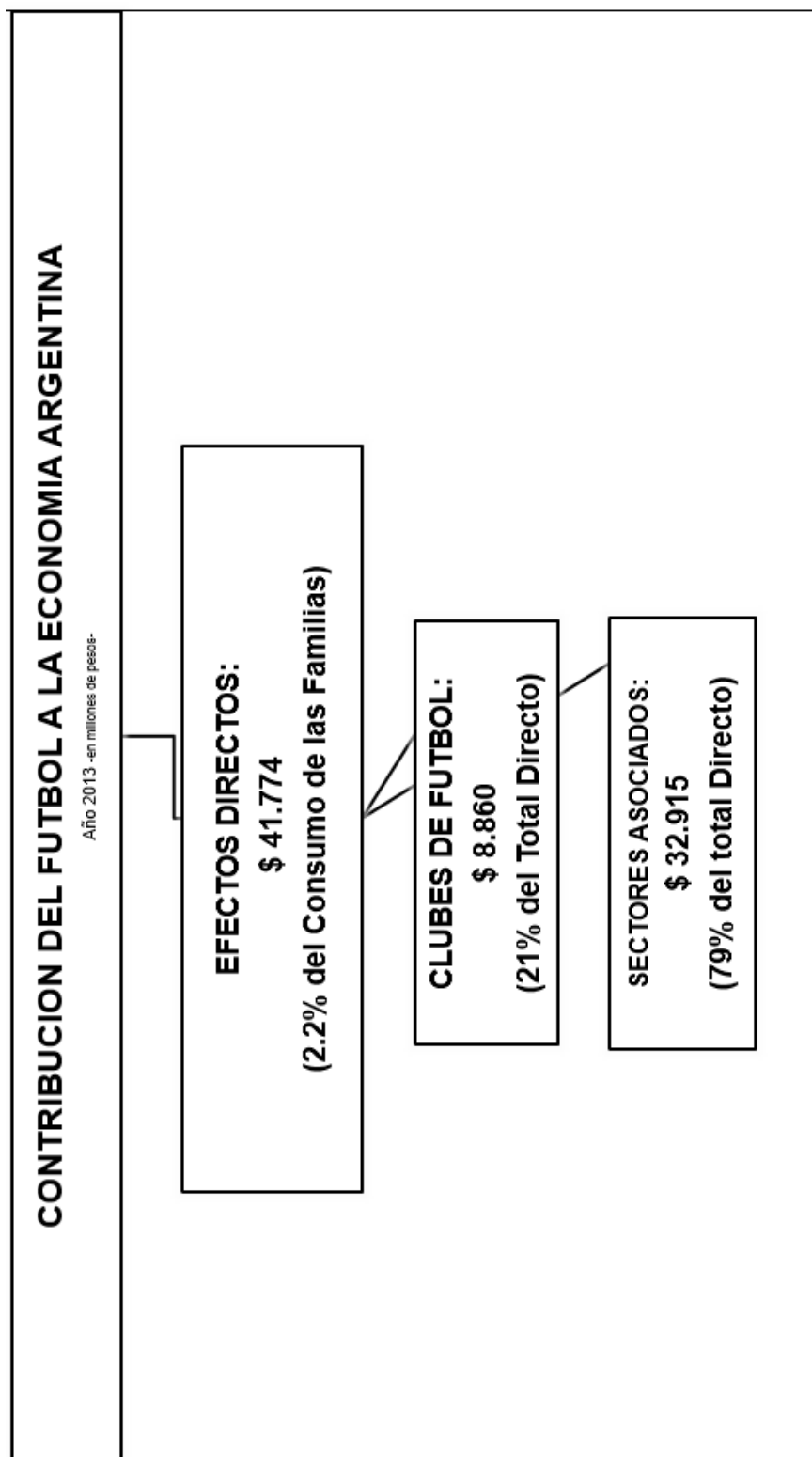
En síntesis, los clubes de fútbol generan un conjunto de actividades y beneficios económicos en la economía argentina que no son apropiados por ellos.

Tabla 10 Comparación el Deporte en Europa y Argentina-Fútbol

	Valor Bruto de la Producción (en millones de euros)					Ratio sectores asociados/ clubes	VBP en % del consumo de los Hogares
			Clubes	Sectores asociados	Total		
Holanda	2006	DEPORTE	2.400	8.480	10.880	3,5	1,3
Austria	2004	DEPORTE	874	7.602	8.476	8,7	3,6
Reino Unido	2004	DEPORTE	21.882	13.996	35.878	0,6	3,2
España	1999	FÚTBOL	1.759				2,1
Argentina	2013	FÚTBOL	8.860	32.915	41.774	3,7	2,2

Fuente: European Commission: 2011, Statistics Netherlands et al.: 2012, Esquerra-Paredes (2001). Argentina (Coremberg, Sanguinetti, Wierny 2015).

Gráfico 16: Cuadro Sintético de del Valor Producción del Fútbol



VI. SINTESIS Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

¿Cuánto es el dinero que movilizan los clubes del fútbol argentino? ¿Cuánto participa el fútbol profesional y amateur? ¿Cómo es la estructura de ingresos de los clubes argentinos respecto de las ligas europeas y brasileras? ¿Son los clubes y la AFA los dueños de la pelota? o en verdad el grueso del negocio está fuera del control de los clubes. ¿Quiénes son los principales financiadores de los clubes y del fútbol en general? ¿Cuánto es la facturación que realizan otros sectores económicos gracias al fútbol? Estas son sólo algunas de las preguntas que usualmente se hacen los hinchas argentinos y que lamentablemente no tenían, hasta ahora, respuesta.

En general existe un enorme desconocimiento sobre los aspectos económicos y financieros que envuelven el fútbol local e incluso internacional. A diferencia de otras ligas, en nuestro país no se producen estadísticas sobre la situación económica de los clubes.

La importancia de medir económicamente esta actividad va más allá de su posible impacto sobre el consumo, inversión y crecimiento de un país. El fútbol como todo deporte genera mejoras en el bienestar, salud y ocio de quienes lo practican y de quienes lo consumen, además de ser un factor igualador de oportunidades e inclusión social. El fútbol profesional ha pasado de ser una actividad recreativa a una actividad espectáculo y un medio extraordinario y poderoso para que las empresas promocionen sus productos y las ciudades y fundaciones se proyecten al mundo. En síntesis el fútbol genera enormes beneficios monetarios y no monetarios pero que no necesariamente se apropian los clubes, cuya actividad y organización se encuentra sujeta a las pasiones más que a la lógica económica.

Este estudio presenta la metodología y estimaciones de la contribución del fútbol profesional y amateur a la economía Argentina, trabajo casi pionero en nuestro país y en el mundo. Esto se hace a partir de la medición de la facturación (Valor Bruto de Producción) de los clubes de fútbol (fútbol profesional, fútbol amateur y otras actividades que generan los clubes) y de otros sectores económicos distintos a los clubes que producen o proveen bienes y servicios asociados al fútbol, como puede ser la fabricación y venta de indumentaria deportiva y de dispositivos electrónicos, la venta de paquetes turísticos y traslados para presenciar eventos deportivos, el consumo de alimentos y bebidas durante los partidos de fútbol, o la producción y difusión de contenidos audiovisuales sobre fútbol, entre otras actividades vinculadas.

Otras dimensiones de análisis serán parte de futuros trabajos tales como la solvencia financiera y patrimonial de los clubes o del Fútbol argentino, el retorno fiscal de la actividad futbolística, los efectos multiplicadores sobre el empleo y la actividad económica en general, el llamado soccernomics que estudia las relaciones entre desempeño deportivos y gasto y solvencia de los clubes (última moda en Europa y Brasil) o las externalidades negativas del fútbol. No obstante, resulta importante señalar que futuras investigaciones de estas otras dimensiones de análisis económico del fútbol argentino se pueden encarar únicamente gracias a la extensión de este primer trabajo de investigación, pionero en su tipo.

La estimación de la contribución del fútbol a la economía argentina mediante la estimación del valor de producción de los clubes y los sectores asociados se sujetó y adaptó a rigurosos criterios metodológicos que aseguren la comparabilidad internacional y con otros sectores de la economía.

En particular se consideraron los siguientes informes y metodologías estadísticas:

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

- Manual Naciones Unidas para el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN08) y Definición Vilnius de la Cuenta Satélite Europea del Deporte.
- *Definición Vilnius del deporte (consenso europeo): “La definición amplia del deporte”:* instalaciones deportivas, así como las organizaciones deportivas profesionales (en nuestro caso los clubes de fútbol). Pero además engloba todos los sectores de la economía que utilizan al deporte como insumo o vinculados directamente con el deporte, pero que no son entidades deportivas, ni proveedores directos de los clubes, ni fabrican bienes o insumos para la realización del deporte, por ejemplo, las redes y programas de radio y televisión relacionados con el fútbol, las actividades turísticas y de espectáculos relacionados con el fútbol, los fabricantes de bienes y productos que utilizan el fútbol y en particular el valor de la marca, como estrategia comercial (útiles escolares con los colores y escudo de los clubes, por ejemplo). A estos sectores se los denomina en este trabajo, sectores asociados

Para ello el estudio diseñó una metodología en dos etapas. Primero se estimaron los recursos que generan los clubes de fútbol, tanto profesional como amateur, a partir de una muestra de balances, en su mayoría correspondientes al año 2013. Cabe acotar que la actualización de algunos balances fechados con anterioridad al año de referencia 2013, fueron actualizados a precios de 2013 y por lo tanto sus cifras pueden no coincidir con los balances originales. Esta muestra de balances, una vez homogenizada y sistematizada se expandió al universo de los clubes de fútbol argentino. Luego, en una segunda etapa, se analizaron los sectores de la actividad económica que producen bienes y servicios directamente relacionados con el fútbol tanto amateur como profesional. Para ello se utilizaron cifras con un alto nivel de desagregación y detalle proveniente de la base ARKLEMS+LAND FCE-UBA.

El estudio analizó con detalle la estructura de ingresos de los clubes y la comparó con la estructura de ingresos de otras ligas de fútbol (europea y brasilera).

En relación a la estructura de ingresos de los clubes el resultado más destacado de este análisis es que en el fútbol argentino el aporte de los socios y simpatizantes al financiamiento de los clubes es mucho mayor que en otras ligas (excluyendo del análisis transferencias y otros ingresos). El financiamiento de los socios y simpatizantes representa casi el 50% de los ingresos totales de las entidades deportivas en tanto que es mucho más bajo el aporte que realizan los medios de comunicación mediante el pago de derechos de TV (30%) respecto de lo que ocurre en Brasil (47%) y en menor medida que Europa (36%). El fútbol europeo se financia mayormente con ingreso por marketing y sponsors, en tanto que el fútbol brasilero casi el 50% de sus ingresos son por derechos de TV.

Sin embargo el fútbol profesional es competitivo internacionalmente no solo por la venta de jugadores de alto nivel y su participación en las grandes ligas europeas sino porque los clubes locales participan y ganan campeonatos internacionales. Así como el destacado desempeño de nuestras selecciones nacionales en los mundiales.

Por lo tanto, el fútbol profesional argentino es no solo competitivo profesionalmente a nivel internacional sino también económicamente ya que compite a nivel de las grandes ligas europeas a bajo costo.

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

La extrapolación de la muestra de balances al total de clubes argentinos según la metodología adoptada determinó un valor bruto de producción de los clubes de fútbol profesional (125) de \$ 4.617 millones para el año 2013. Los clubes que participan de la Primera A generan un valor bruto de producción de \$ 2.898 millones, prácticamente el 62% de todos los recursos generados por los clubes con fútbol profesional, la Primera B \$ 242 millones, la Primera C \$ 120 millones y los clubes del Nacional B \$ 1.164 millones, (representa el 25% del valor bruto de producción total) y el torneo Argentino A \$ 239 millones. Pero esto no es todo, resta agregar el valor bruto de producción de las ligas de fútbol amateur y el de las Selecciones Nacionales. El valor de producción de los clubes de fútbol amateur (más de 3.000) que incluye la primera D, Torneo Argentino B, C y resto de clubes del interior, así como los clubes de futsal suman según esta metodología otros \$ 3.599 millones, también para 2013. En tanto que el valor bruto de producción de la Asociación del Fútbol Argentino, estimado por la suma de sus costos, excluyendo las transferencias a los clubes por los derechos de transmisión de TV, agregarían otros \$ 644 millones. Por lo tanto, se estima un valor bruto de producción del fútbol argentino generado en forma directa por los clubes y la AFA de \$ 8.860 millones para 2013.

La facturación de los clubes de fútbol (\$ 8.860 millones) al contrario del “vox populi” es relativamente baja, representa solo el 37% de la facturación de los Shoppings del Gran Buenos Aires (\$ 24.000 millones) y el 7% de los supermercados a nivel nacional \$ 131.700 millones. Los ingresos promedio de un club de 1º A (\$ 144 millones) representa la facturación promedio de solo dos locales de una cadena de supermercados standard en Argentina. Cifras similares se producen en Europa.

Pero esto es sólo una parte de la incidencia del fútbol en la economía, falta estimar el giro del negocio de los sectores asociados al fútbol local, distintos de los clubes. La suma del valor de producción de los productos, servicios y sectores asociados al fútbol dio por resultado un valor de \$ 32.915 millones. En síntesis, el estudio determinó que el Valor Bruto de Producción del Fútbol Argentino ascendió en 2013 a \$ 41.775 millones, de los cuales \$ 8.860 millones (21%) le corresponde a los clubes de fútbol amateur y profesional y \$ 32.915 millones a los sectores económicos que producen y/o comercializan bienes y servicios gracias al fútbol argentino (79%) (Publicidad, programas de TV y radio, prensa, indumentaria y otros servicios. Esto significa que por cada peso gastado por los clubes se generan 3,7 pesos adicionales en otros sectores de la economía, más de lo calculado para el deporte en Reino Unido y similar a Holanda. La contribución del fútbol a la economía argentina es aproximadamente un 2,2% del consumo de los hogares, cifra similar a lo que aporta el fútbol en España pero menor a lo que ocurre en Reino Unido y Austria, aunque estas cifras incluyen otros deportes.

Este trabajo de investigación, pionero en su tema para Argentina e incluso a nivel internacional, aporta al debate sobre algunos mitos sobre el fútbol argentino.

Mito 1: Los clubes manejan mucho dinero.

Realidad 1: La facturación del total de los clubes es un porcentaje muy reducido del giro del negocio de los supermercados o de los shoppings. Los ingresos promedio de un club de 1ºA (\$ 144 millones) equivalen a la facturación promedio de dos locales de una sola cadena de supermercados. Cuando se analiza los efectos del fútbol en la economía y el presente financiero de los clubes, no solo de Argentina sino del mundo, encontramos que los clubes no parecen apropiarse de todos los beneficios generados por la actividad que genera el fútbol. La mayor parte del dinero que mueve el fútbol no pasa por los clubes sino más bien son los sectores asociados los que más se benefician de lo que genera este deporte. Los clubes de fútbol tienen una participación

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

muy baja en el giro del negocio que genera el fútbol vía merchandising, los medios de comunicación, la publicidad, el turismo y otras actividades.

Mito 2: La TV es el principal financiador del Fútbol Argentino.

Realidad 2: El principal financiador de los clubes más importantes en términos de facturación son los simpatizantes a nivel consolidado. No obstante, los derechos de televisión son un ingreso importante, igualador de oportunidades, en la actualidad de diversos clubes profesionales de 1°B metropolitana, 1°Bnacional, 1°C y torneo argentino A y de los clubes de menores ingresos de 1°A. Los derechos de TV son el principal ingreso de los clubes profesionales en Brasil. Los ingresos por sponsors y marketing son el mayor ingreso de los clubes europeos, seguido de los ingresos de televisión.

Mito 3: El fútbol Argentino se financia con la venta de jugadores.

Realidad 3: Los ingresos netos por transferencias aportan solo el 7% de los ingresos consolidado de los clubes una vez que se descuentan las compras entre clubes argentinos. De todos modos, las transferencias son ingresos netos extraordinarios, de elevada heterogeneidad entre clubes, y resulta necesario un análisis intertemporal de la estructura de financiamiento.

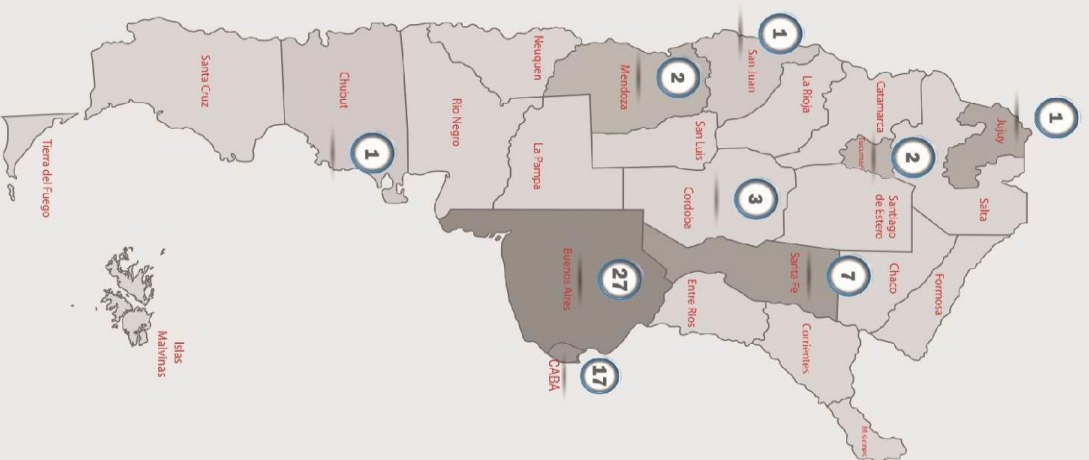
Cuando se analiza los efectos del fútbol en la economía y el presente financiero de los clubes, no solo de Argentina sino del mundo, encontramos que los clubes no parecen apropiarse de todos los beneficios generados por la actividad que genera el fútbol. La mayor parte del dinero que mueve el fútbol no pasa por los clubes sino más bien son los sectores asociados los que más se benefician de lo que genera este deporte.

La Contribución del Fútbol a la Economía Argentina

Bibliografía

- Coremberg, Ariel (2015a): Midiendo La Productividad y Las Fuentes del Crecimiento de La Economía Argentina. El Proyecto ARKLEMS+LAND, en Libro Progresos en Medición de la Economía. Asociacion Argentina de Economía Política AAEP 2015 (prox. edición).
- Coremberg, Ariel (2015b): Natural Resource and Human Capital as Capital Services and its Contribution to Sustainable Development and Productivity KLEMS+N (Natural Capital) Approach. 2015 IARIW-OECD Conference: "W(h)ither the SNA?", April 2015, Session 7: Human Capital, Growth and Productivity in the SNA.
- Deloitte (2014): All to play for Football Money League, Sports Business Group January 2014.
- Ernest Young (2013): Brasil sustentável Impactos Socioeconômicos da Copa do Mundo.
- Espejo-Saavedra Ezquerro, José Luis, A. Paredes y A, Antonio (2001): Elaboración De Un Modelo De Impacto Del Fútbol Profesional Sobre La Economía Española. IO Group
- Murayama, Ciro (2014) "La economía del fútbol" México: Ediciones Cal y Arena,
- Pluri Consultoria (2014): Comparando as finanças dos clubes Parte 1: Receitas.
- Wierny, Marisa (2006). "La economía no observada en la industria manufacturera argentina" Revista Desarrollo Económico Nro. 183, IDES, 2006
- Wierny Marisa, Massot, Juan Miguel (Director) and K.Prieto (2013): "The Economic Contribution of Copyright-Based Industries in Argentina" WIPO (World Intellectual Property Organization)

CLUBES PROFESIONALES



Buenos Aires	27	46	51
CABA	17	24	23
Catamarca		2	2
Chaco		2	2
Chubut	1	3	3
Cordoba	3	4	5
Corrientes		2	2
Entre Rios		4	4
Formosa		2	2
Jujuy	1	2	2
La Pampa		2	2
La Rioja		2	2
Mendoza	2	4	5
Misiones		2	2
Neuquen		2	2
Rio Negro		2	2
Salta		2	2
San Juan	1	2	2
San Luis		2	2
Santa Fe	7	8	10
S. del Estero		2	3
Tucuman	2	3	4

