

Radiografía económica del fútbol nacional

Sustentación de financiamiento				
Fuente de Ingreso	Argentina	Perú	Inglaterra	Europa
Ingresos TV	29%	50%	46%	48%
Recaudación	13%	10%	28%	20%
Otros (Comerciales, Patrocinio, etc.)	19%	20%	23%	22%
Venta de jugadores	38%	20%	-	10%

Drivers de crecimiento:
 • Ingreso publicidad.
 • Crecimiento de abonados.
 • Ingreso TV digital.
 • Nueva infraestructura.
 • Aumento ticket promedio.
 • Mejora en calidad del espectáculo.
 • Renovación de contratos.
 • Participación en campeonatos internacionales.
 • Mejora calidad del espectáculo.
 • Valorización selección nacional.
 • Inversión en fútbol formativo.

Fuente: Deloitte. *Aproximación

Asistencia y recaudación		
Club	Pagantes	Recaudación Bruta
Alianza Lima	147,240	S/. 2'296,926.90
Universitario de Deportes	120,134	S/. 1'163,131.90
León de Huánuco	100,022	S/. 1'418,688.60
Sporting Cristal	70,444	S/. 1'325,178.66
CNI	114,428	S/. 1'296,466.66
José Gálvez	103,375	S/. 983,749.06
Juan Aurich	55,999	S/. 914,000.08
Universidad César Vallejo	68,076	S/. 878,510.72
Sport Huancayo	68,433	S/. 858,327.20
Inti Gas	57,417	S/. 841,562.62
Cienfano	107,979	S/. 692,702.52
Melgar	62,784	S/. 686,559.36
Total Chalaco	34,404	S/. 582,431.52
Sport Boys	66,479	S/. 581,449.90
Universidad San Martín	31,262	S/. 397,669.94
Alianza Atlético	21,782	S/. 382,946.86
Total general	1'220,268	S/. 16'693,012.60

Fuente: Asociación Deportiva de Fútbol Profesional.



Movimiento económico			
País	PBI nominal 2009*	PBI Real per cápita**	Ingreso Fútbol*
Reino Unido	2,180	34,074	3,182
Alemania	3,340	33,868	2,154
Italia	2,118	31,310	2,043
España	1,468	30,643	2,053
Brazill	309	14,581	520
Estados Unidos	1,573	10,505	756
Francia	127	8,494	4,40***

*En miles mds. de US\$. **En US\$. ***Solo recaudación.
Fuente: Deloitte



André Carrillo



Luis Advíncula



Raúl Fernández

DEPORTE
Deloitte señala que la venta de futbolistas debería convertirse en una prioridad de los clubes peruanos, y no solo pensar que su presupuesto se debe sustentar en ventas a la TV.

RICARDO MONTERO

Teófilo Cubillas acababa de cumplir 24 años cuando en 1973 Alianza Lima lo vendió al Basel de Suiza. Los cronistas de la época afirmaban que el pase del jugador más importante del fútbol peruano costó US\$ 300,000. De aquella operación han transcurrido 27 años, y si se tuviera que realizar ahora, los suizos tendrían que desembolsare le equivalente a US\$ 9 millones 720 mil.

En este momento, ningún jugador que actúa en el mercado peruano es tan valioso, y pocos de los que están en el extranjero valentanto. Esmás, los hipotéticos US\$ 9 millones vendrían a ser un tercio de la planilla de futbolistas de los 16 equipos de primera divi-

cifras&datos

- Los sueldos de los futbolistas en el mercado peruano son muy dispares, pues los mejor pagados superan los US\$ 20,000, y los que menos ganan llegan a US\$ 400.
- Según el portal alemán transfermarkt.de, especializado en cotizaciones de fut-

bolistas, el pase de Reimond Manco, del Juan Aurich, es el más caro en el mercado local. Se calcula que vale US\$ 2 millones 100 mil.

Le siguen Paolo del Haza, de Alianza Lima, cotizado en US\$ 852 mil, y Piero Alva, de Universitario, en US\$ 500 mil.

sión. Incluso, si se produjeran ventas de esa magnitud, fácilmente se rebasarían los aproximadamente US\$ 12 millones que se dice que ahora pagan las empresas de televisión para transmitir los partidos de fútbol.

Cambio
Según un estudio de Deloitte, el 50% del financiamiento de

los clubes peruanos se sustenta en los pagos por transmisiones televisivas, y solo el 20% por la venta de jugadores. En Argentina, es diferente: el 29% corresponde a la televisión, y el 38% a la colocación de futbolistas en el extranjero.

En Inglaterra, que no es un exportador de futbolistas, y en los países de la Comuni-

para recordar

- Este 4 de diciembre culmina el plazo para que los clubes se adecuen a la Ley 29504, que promueve su transformación y participación en sociedades anónimas abiertas.
- Los clubes que se acojan a ese modelo societario podrán refinanciar sus deudas tributa-

rias, cuyo plazo vence el próximo 4 de abril.

Según la Sunat, al 30 de setiembre del 2009, los de mayor deuda son: Universitario de deportes, por S/. 70 millones 151 mil; Alianza Lima, S/. 15 millones 767 mil y Cienciano, S/. 7 millones 717 mil.

dad Europea, el porcentaje de sus ingresos por derechos de televisión es casi similar al registrado en el Perú, pero está comenzando a descender a costa de las recaudaciones y de la comercialización de la marca del equipo y los aportes de sus propietarios.

Deloitte subraya en su estudio, presentado en una conferencia en la Universi-

dad ESAN, que "en el corto/mediano plazo se debe trabajar sobre la principal fortaleza, cual es la capacidad de producción de talentos", pues este podría llegar a ser el rubro que generaría en el futuro los ingresos más importantes de los equipos de fútbol sudamericanos.

En el Perú, no hemos avanzado mucho en ese as-

pecto, pues se calcula que el mercado de jugadores jóvenes que podrían ser vendidos a equipos del extranjero no sería superior a los US\$ 3 millones.

Porello, la consultora recomienda que se ponga en marcha un plan planificado y multidisciplinario, "de manera que los resultados dejen de ser un hecho fortuito y pasen a transformarse en la consecuencia lógica de ese trabajo".

Adicionalmente, sostiene que "debería considerarse la aplicación de mejores prácticas en cuanto al potencial de desarrollo comercial que aún se encuentra subexplotado", y marca la necesidad de que también se trabaje intensamente sobre la profesionalización y transparencia de la gestión, de manera de poder canalizar inversión hacia el sector".

Divisiones inferiores, ahí está el negocio del fútbol