

**INFORME
ESPECIAL**

SAD

El fútbol triste



Un informe completo para conocer la historia, comprender el escenario y sacar conclusiones sobre las SAD. Qué son, qué dice la Ley Bases y cuál es la postura de los clubes argentinos. Qué sucede con el modelo en Latinoamérica y en el resto del mundo.Cuál es la cronología de los capitales privados en el fútbol local. Qué ocurre en otros deportes.



El deporte, la política y los negocios

Argentina, al igual que el resto del mundo deportivo, estuvo inmersa en el debate sobre las Sociedades Anónimas Deportivas a lo largo de todo este año. Esta discusión generó una fuerte polarización en la opinión pública, con partidarios y detractores, en donde la disputa se ve fuertemente influenciada por el tenso clima político que existe entre la Asociación de Fútbol Argentino (AFA) y el Gobierno actual.

Lejos de apaciguarse, el conflicto se agrava día a día, involucrando actores claves como políticos, instituciones y sus socios, cuyas posturas se vuelven cada vez más firmes. El presente informe tiene como objetivo ofrecer una visión equilibrada y detallada sobre la temática, alejándonos de los discursos divididos preexistentes.





Capítulo 1: Introducción a las Sociedades Anónimas Deportivas

- 1.1 ¿Qué son las SAD? - Por María Eugenia Lederer
- 1.2 La Ley Bases - Por Rocío Luberiaga
- 1.3 La postura de los clubes - Por Patricio Canulli
- 1.4 Efectos inmediatos: clubes de barrio - Por Thomas Marquez
- 1.5 El fallo judicial - Por Tobías Bolos

Capítulo 2: Las SAD en Latinoamérica

- 2.1 El modelo brasileño - Por Karen Paulas
- 2.2 Las Sociedades Anónimas Deportivas en Chile - Por Franco del Río
- 2.3 El proceso de Asociaciones Civiles a Sociedades Anónimas - Por Valentín Razzeto
- 2.4 El rendimiento de los clubes a nivel continental - Por Matías de Mare
- 2.5 Clubes trueque: el caso Deportivo Maldonado - Por Jerónimo Spangenberg

Capítulo 3: Las SAD en el resto del mundo

- 3.1 ¿Por dónde empezó todo? - Por Franco Zabala
- 3.2 La diplomacia deportiva de los países árabes - Por Avril Niccolai
- 3.3 El capital estadounidenses en las otras grandes ligas - Por Guadalupe Weimann
- 3.4 Ejemplos positivos y negativos - Por Mauro Maida

Capítulo 4: Historia de los capitales privados en el fútbol argentino

- 4.1 La televisación del fútbol y su uso como producto - Por Leandro Piñeyro
- 4.2 Mauricio Macri: El Pionero - Por Leandro Piñeyro
- 4.3 Blanquiceleste S.A - Por Simón Hermida
- 4.4 Centro Español: Un gerenciamiento de promesas incumplidas - Por Victor Besa
- 4.5 Casos actuales en el fútbol argentino - Por Santiago Quintero y Alexander Alarcón

Capítulo 5: Las SAD en otros deportes

- 5.1 NBA - Por Gonzalo Acedo
- 5.2 Fórmula 1 - Por Julieta Farías
- 5.3 Hockey sobre hielo - Por Julieta García



¿Qué son las S.A.D?

Por María Eugenia Lederer

Las Sociedades Anónimas Deportivas (SAD) son entidades que operan con un fin claro: la obtención de beneficios económicos. Surgieron como un modelo de gestión en el que los clubes deportivos son administrados bajo las mismas reglas que las empresas tradicionales. Se introdujeron principalmente en Europa en la década de 1990, cuando muchos clubes enfrentaban problemas financieros derivados de una mala dirección.

A diferencia de las asociaciones civiles sin fines de lucro, que están orientadas hacia la comunidad y promueven la participación activa de los socios en la toma de decisiones, las SAD están dirigidas y controladas por inversionistas. Este modelo elimina la figura de los socios como actores decisivos en la gestión de las instituciones deportivas y en su lugar, el control recae exclusivamente en los accionistas, quienes administran los clubes a través de un Consejo de Administración.

En Argentina, la Ley del Deporte 20.655, promulgada en 1974 y modificada por el artículo 19 bis, establece un marco legal que permite a las entidades deportivas adoptar la figura de una

sociedad anónima. Sin embargo, en la práctica, la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) se opone a que los clubes incorporen esta estructura y advierten que para ser admitidos en las ligas organizadas por la AFA, las instituciones deben estar organizadas como asociaciones civiles sin fines de lucro, argumentando que es el mejor esquema para preservar la identidad de los clubes y su conexión con la sociedad. Además, la AFA sostiene que las SAD, al estar orientadas a maximizar las ganancias, podrían priorizar los intereses económicos sobre los deportivos y comunitarios.

En Argentina, la introducción de las sociedades anónimas en el deporte se convirtió en un tema de debate recurrente desde la crisis financiera que afectó a varios clubes a principios de los años 2000. Por ejemplo, Racing Club estuvo al borde de la quiebra en 1999 y fue intervenido judicialmente. Durante ese período, se planteó la posibilidad de convertir a La Academia en una SAD y el club de Avellaneda fue gestionado temporalmente por la empresa Blanquiceleste S.A. entre 2001 y 2008. No obstante, el club volvió a manos de sus socios tras la desvinculación de la empresa.



La discusión sobre la posible implementación de las SAD resurgió nuevamente con la postura del presidente de la Nación, Javier Milei. Durante su campaña presidencial y tras asumir el cargo, el mandatario expresó su intención de modificar la normativa vigente, permitiendo a las instituciones decidir si desean o no convertirse en sociedades anónimas. Para que la transformación suceda, se requeriría el apoyo de dos tercios de sus socios, lo que plantea una reforma democrática dentro de los clubes. Esta medida se alinea con la ideología liberal de Milei, quien busca la oportunidad de modernizar y brindar mayor libertad a los clubes para organizarse de la forma que consideren más adecuada, sin interferencias del Estado o de otros organismos reguladores.

Uno de los aspectos más destacados de las sociedades anónimas deportivas es su capacidad para atraer capital extranjero y poner sus activos a disposición de un mercado secundario, lo que les proporciona una fuente adicional de financiamiento. No obstante, este modelo también plantea preocupaciones. Muchos temen que la transformación de los clubes en modelos privados ponga en riesgo su vínculo con la comunidad, dado que los inversionistas pueden no compartir los valores y la tradición que gestionan. La idea de que el interés económico prevalezca sobre el bienestar de la colectividad genera resistencia, sobre todo en aquellos que han vivido de cerca la experiencia de pertenecer a un club y valoran su aporte social, cultural y deportivo.



La Ley Bases

Por Rocío Luberiaga

La discusión en torno a las Sociedades Anónimas Deportivas (SAD) no solo se desarrolla en el ámbito legal y económico, sino que también enfrenta disputas judiciales. El proyecto de Ley Bases, enviado por el presidente Javier Milei al Congreso, incluye un apartado específico sobre deportes, que afecta directamente a la normativa deportiva vigente, introducida por el DNU 70/23. A partir del 1 de noviembre de este año, el Gobierno habilitó la posibilidad de que los clubes de fútbol en Argentina puedan transformarse en SAD.

Este cambio fue aprobado por un DNU firmado por Daniel Roque Vítolo, titular de la Inspección General de Justicia (IGJ), que modificó las normativas para permitir que las asociaciones civiles y fundaciones se conviertan en accionistas de sociedades anónimas. Según los artículos 346 y 347 del DNU, "debe aceptarse la participación de asociaciones civiles y fundaciones como accionistas en sociedades anónimas y la transformación de las asociaciones civiles en sociedades anónimas". Además, se facilitó la inscripción de entidades extranjeras con fines de bien común en la República Argentina, lo que abre la puerta a

la entrada de capital privado extranjero en el deporte local.

Con el DNU emitido, el gobierno busca presionar a la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) a modificar su estatuto para la incorporación de las SAD. Actualmente, la AFA tiene prohibido por estatuto la afiliación de un club que sea SAD, por lo tanto prohíbe la participación de los mismos en los torneos. En su artículo 9 sobre admisión, suspensión y expulsión, la AFA establece que sólo pueden incorporarse aquellos que sean asociaciones civiles sin fines de lucro. Esta disposición fue ratificada en la última Asamblea General Ordinaria de la AFA el 23 de noviembre de 2023.

Respetando su estatuto, la casa madre del fútbol argentino y su presidente, Claudio Tapia, junto a las principales autoridades, repudiaron esta clase de políticas por medio de un comunicado del Comité Ejecutivo de AFA, en el que expresó un fuerte desacuerdo y manifestó el aval de FIFA y CONMEBOL. Además, agregó que ante lo dictado por el poder ejecutivo de los DNU 70/23, reglamentado por el Decreto 730/24, realizó una consulta jurídica

CAPÍTULO 1

Introducción a las Sociedades Anónimas Deportivas



a través una carta a FIFA y CONMEBOL, ya que la norma resultaba “violatoria de sus estatutos en relación a la independencia de las federaciones que deben manejar sus asuntos internos sin la injerencia de terceros”.

En sus escritos, ambos organismos apoyaron a la AFA, determinando que es la única entidad competente para decidir si los clubes afiliados deben tener la naturaleza jurídica de asociaciones civiles de manera obligatoria, ya que de manera contraria sería inconstitucional porque va en contra del estatuto.

Ante este escenario, el Presidente de la Nación, quien desde que asumió se muestra a favor de las SAD, explicó la forma en que se implementarían: "Nosotros damos la opción de que se amplíe el régimen de sociedades posibles. Es opcional. Si querés, podés seguir teniendo el club como lo tenés ahora". También, argumentó que “aquellos que se oponen es porque están defendiendo negocios propios”.

Milei se mostró además en contra del concepto de antideportividad e intentó ejemplificarlo: "Lo que puede suceder es lo siguiente: vos

tenés el club 'A' y el club 'B'. Históricamente al club 'A' le iba bárbaro. El club 'B' decide entrar en un formato capitalista, le inyectan dinero y ahora gana siempre. En cambio, al club 'A' con la lógica del pobrismo le va a empezar a ir mal”.

Asimismo, el Presidente de la Nación reafirmó su postura por el modelo privado y publicó en su red social X una imagen en la que mencionó los jugadores que actualmente forman parte de la Selección Argentina y que juegan en clubes que son sociedades anónimas.

Como respuesta, Tapia, junto al Comité Ejecutivo de la AFA, fijó la fecha para las elecciones de autoridades para el 17 de octubre del corriente año y al no presentarse ninguna oposición de dirigentes, que tuvo como fecha límite el 16 de septiembre, esto lo habilitó a presidir la cúpula del fútbol argentino por tercera vez consecutiva hasta el 2029.

La IGJ objetó la convocatoria a elecciones que hizo el “Chiqui”, lo que significó un capítulo más en la guerra declarada entre el Gobierno y la AFA.



La postura de los clubes

Por Patricio Canulli

No es novedad que hay clubes con distintas posturas con respecto a la implementación de las Sociedades Anónimas Deportivas (SAD) en el fútbol argentino. Esta grieta empezó a acrecentarse con la llegada de Javier Milei a la presidencia, ya que el líder de La Libertad Avanza se ha manifestado a favor en reiteradas oportunidades.

Pero por otro lado, la postura del presidente de la Asociación del Fútbol Argentino (AFA), Claudio “Chiqui” Tapia, es la opuesta a la del Presidente de la Nación. Durante la campaña presidencial, varios clubes expresaron su rechazo a las SAD, pero hay otros que entienden que son un cambio necesario para que puedan progresar y competir con otras ligas como la de Brasil, incluso proponiendo seguir un modelo similar al del fútbol de Inglaterra o incluso al de Chile, donde los clubes son mixtos. Luego de estas manifestaciones por parte de las instituciones, la AFA convocó a un plebiscito y 45 clubes rechazaron las Sociedades Anónimas Deportivas, mientras que Talleres de Córdoba fue el único ausente.

Pero no solo los cordobeses, sino que hay otros clubes cuyos ideales están alineados con

los del actual Gobierno, como es el caso de Estudiantes de La Plata, que con Juan Sebastián Verón como presidente propone un sistema mixto en el que convivan ambos modelos. “Nadie quiere un club como el que tenemos nosotros. Nadie va a venir a comprar a Estudiantes, pero sí ser socio del fútbol, eso sí”, comentó la Bruja.

Uno de estos interesados en ser socios del fútbol es el empresario estadounidense Foster Gillet, ex CEO del Liverpool, quien invertirá 120 millones de dólares que Estudiantes destinará a la construcción de los codos y la colocación de techo en el Estadio Jorge Luis Hirschi. También el club creará tres centros de entrenamiento para la capacitación de juveniles y se trabajará en el Country de City Bell, construyendo un polideportivo de primer nivel, con nuevas canchas de hockey y otros deportes, sumado al crecimiento del fútbol profesional para instalarlo en el orden internacional, teniendo en cuenta que como campeón de la Copa de la Liga, Estudiantes está clasificado para la Copa Libertadores 2025.

Al momento de su llegada al país, Foster



Gillett habló en el programa “De Una Con Niembro” por Radio Colonia y se mostró entusiasmado con el proyecto: “Bajo este nuevo gobierno se impulsa a la libertad de elección para individuos e instituciones y es una de las razones por las cuales viajé a la Argentina, para ver si podemos unir a los clubes de fútbol y las comunidades bajo este nuevo modelo”. Acerca de la implementación de las SAD en el país y su posible rechazo por parte de la sociedad, Gillett comentó: “Siempre existe el miedo al cambio, pero este modelo es una oportunidad para que los hinchas puedan disfrutar de un fútbol de mejor calidad. Hoy les quitan a sus mejores jugadores a una edad muy joven y eso hace que baje el nivel del deporte”. El empresario contó que su visita al país también se hizo para aprender y descubrir cómo se vive el fútbol en Argentina y que de momento

no mantuvo diálogo con Milei ni con Tapia, pero que estaría encantado si se le presentase la oportunidad.

La forma en la que Foster Gillett recuperará su inversión será a través de la venta de jugadores del club, shows y recitales en el estadio, distintos acuerdos de sponsors y premios por participaciones en torneos internacionales. Si bien esto no convierte a Estudiantes de La Plata en una SAD, el ingreso de capitales privados por parte de un inversor podría tomarse como el primer paso hacia ese rumbo, y no es el único club que está tomando este camino, ya que hay clubes como Talleres, Defensa y Justicia, Deportivo Riestra o Independiente Rivadavia de Mendoza que tienen posturas muy similares, y a pesar de que hoy pueden ser pocos, este número se irá acrecentando con el pasar del tiempo.



Efectos inmediatos: clubes de barrio

Por Thomas Marquez

Los primeros que se hacen eco de la disputa entre las grandes jerarquías del poder por la decisión de adoptar el modelo de sociedades anónimas deportivas o continuar con las asociaciones civiles sin fines de lucro son aquellos más pequeños, esos mismos que dieron, dan y seguirán dando origen a las grandes estrellas del deporte argentino: los clubes de barrio.

La opinión en conjunto, la que sale a luz, parece ser unilateral y firme, sin mucho revuelo. Los clubes son y quieren ser asociaciones sin fines de lucro. La Red Federal de Clubes de Barrio fue uno de los organismos que alzó la voz y expresó de manera contundente que rechaza la incorporación de sociedades anónimas deportivas al país, ya que la función de estas asociaciones no está limitada a un beneficio económico. Esta postura ya se había tomado hace tiempo, incluso antes de que Javier Milei asumiera como Presidente de la Nación.

Daniel Pacin, integrante de la Confederación Argentina de Clubes de Barrio, en una especie de anticipación, explicaba a fines del año pasado lo que significaría perder las asociaciones civiles: “A los clubes de barrio los quieren

llevar a un negocio inmobiliario y son las que contienen a 8 millones de personas que practican deportes sociales en todo el país, además de que adquieren valores, educación y consiguen amistades”.

También luego del bicampeonato obtenido este año por el seleccionado argentino de fútbol en la Copa América de Estados Unidos, distintas entidades, como por ejemplo la Asociación de Fomento de Parque Chas, felicitaron a sus exjugadores en forma de expresión a la importancia que tuvieron estas en la formación futbolística de cada uno de ellos: “Felicitamos a Enzo Fernández, Gonzalo Montiel, Guido Rodríguez, Nicolás González y Exequiel Palacios, jugadores formados en nuestro club, por la obtención del bicampeonato de la Copa América con la Selección Argentina. Les agradecemos enormemente por haberle dado una nueva alegría al pueblo argentino y por siempre tener presente a la Asociación de Fomento Parque Chas”.

La ley 27.098 titulada “Régimen de promoción de los clubes de barrio y del pueblo” explica de forma prolija la importancia de estos mismos para la integración social, el común

CAPÍTULO 1

Introducción a las Sociedades Anónimas Deportivas



Enzo Fernández en el Club Estrella Federal.



Reconocimiento del club La Justina de San Justo a Leandro Paredes luego de ser campeón en la Copa América 2021.

desarrollo de actividades deportivas no profesionales y la fomentación de la cultura dentro una comunidad a la que se pertenece.

Lo que se destaca en la Constitución Nacional sobre estas entidades barriales no solo está escrito en el papel como una formalidad como tantas otras, sino que se respeta y se cumple porque los más chicos comienzan a sentir la responsabilidad de representar a una institución sin importar el

estatus social del que provienen.

Algunos jóvenes fomentan su sueño de ser deportistas de élite mientras que tantos otros únicamente aspiran a jugar en las divisiones más importantes del club y es donde los más grandes siguen teniendo el alma amateur para seguir participando de aquello que fue tan importante en sus vidas, o mismo para promulgar todo lo que les enseñaron.



El fallo judicial

Por **Tobías Bolos**

En septiembre de este año, la Justicia hizo lugar a una medida cautelar y falló a favor de la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) tras ordenar la suspensión de los artículos 335 y 345 del Decreto de Necesidad y Urgencia N° 730/2023 que le ponía un freno a las Sociedades Anónimas Deportivas (SAD) que contaban con la garantía del Gobierno nacional para introducirse en el fútbol argentino.

Elpidio Portocarrero Tezanos Pintos, juez federal de Mercedes, consideró que la entrada en vigencia de dicha normativa alteró negativamente el estado de situación de un colectivo de incidencia social como son las entidades deportivas -dedicadas al fútbol en este caso-, pues impide desarrollar en libertad su vida asociativa, con la imposición de conductas a los assembleístas a través de actos del Poder Ejecutivo Nacional -art. 335 y 345 del DNU



70/23 y arts. 2° y 5° del Decreto Reglamentario 730/2024-, lo cual modifica sustancialmente una ley emanada del Congreso Nacional en uso de sus facultades legislativas.

El camino hacia el fallo fue iniciado por la Liga de Fútbol de Salto el 30 de enero de este año, proveniente a la provincia de Buenos Aires, ya que el mismo fiscal a cargo de la causa ya había dispuesto una medida cautelar que suspendía los mismo artículos del DNU N°70/2023. La diferencia es que la resolución que se dio a conocer también afecta la reglamentación del decreto que en agosto de este año dispuso la AFA y todas las instituciones deportivas a reformar el estatuto para permitir que las SAD hagan su arribo al país en un tiempo de un año.

En la resolución, el fiscal Portocarrero hizo hincapié en el conflictivo contexto en torno a las SAD. “Para cualquier persona humana que haya transitado la vida de un club deportivo y social, en cualquiera de sus dimensiones económicas -incluyendo la gratuidad-, no puede negar la importancia trascendental que ha significado para su formación física, moral y ética, lo que se traduce innegablemente en el fortalecimiento de una vida digna y saludable”.

La modificación que se impulsa (obligación de incluir una forma societaria hoy prohibida y la imposición de un plazo para la modificación de sus estatutos) urge ser suspendida, pues resultaría irreparable el daño ocasionado por el transcurso del tiempo desde el inicio de la acción y la sentencia definitiva.

Tras conocerse el fallo judicial, Claudio “Chiqui” Tapia se manifestó en contra durante un discurso ante los dirigentes de la Primera Nacional. “No es lo que queremos y representamos”, expresó el presidente de la AFA, en

“

No es lo que
queremos y
representamos

”

Claudio Tapia, Presidente de la AFA, durante un discurso ante los dirigentes de la Primera Nacional.

clara disidencia con la postura expuesta por el gobierno actual en cabeza de Javier Milei. Por otro lado, el exdirigente de Barracas Central explicó que el fútbol de la Segunda División conlleva un modelo sólido basado en las asociaciones sin fines de lucro, por lo que ir en contra de eso sería no asegurar el derecho al deporte que ostenta todo ciudadano.

Por otra parte, Pablo Toviggino, actual tesorero de la AFA, ratificó la postura de Tapia vía X: “Las estrategias cambian y el resultado es el mismo. Los clubes son de los socios. Ni siquiera el ‘generoso’ plazo de un año para adaptar los estatutos de AFA, establecidos por la reglamentación de una norma que en principio anunciaron como operativa, modificará la voluntad de nuestra Asamblea de integrarnos con asociaciones civiles”.



El modelo brasileño

Por Karen Paulas

Brasil promulgó la Ley 14.193, conocida como Sociedades Anónimas del Fútbol, en agosto de 2021 y en consecuencia varios clubes atravesaron una transformación que dio inicio a la nueva era para el fútbol brasileño.

La Sociedad Anónima del Fútbol (mayormente conocida como SAF en Brasil), es una entidad corporativa dedicada particularmente a la práctica profesional del fútbol en ambas ramas, masculina y femenina. La otra particularidad de las SAF es que se pueden mezclar con otras actividades vinculadas al fútbol, entre ellas la capitalización de activos de propiedad intelectual en el deporte y las propiedades de estadios y centros de entrenamiento.

Existe el “voto afirmativo” para que el club que se transformaría en SAF pueda tomar decisiones vitales como el cambio eventual del nombre del club o reubicación de la sede en una ciudad diferente. Prácticamente se busca salvaguardar las tradiciones del club, otorgando a la institución original el poder de resistir cambios importantes que entren en conflicto con la historia.

Los clubes brasileños se llenaban de deudas

hasta ser insostenibles y por eso decidieron transformarse en sociedades anónimas con un gran inversor internacional. Este contexto explica la aceptación que tienen las SAF en los hinchas. Un ejemplo de lo anteriormente mencionado es el City Football Group, dueño de clubes en cuatro continentes y 11 países diferentes, que se sumó al territorio brasileño y compró una parte del Club Bahía.

El club brasileño cedió el 90% de sus acciones por 200 millones de dólares y el 10% restante quedó para la institución. Mientras fue una institución sin fines de lucro, Bahia fue dos veces campeón de la Serie A de Brasil, en 1959 y 1988. En su vitrina lleva 4 Copas del Nordeste, un torneo regional, y 62 torneos estatales y 50 Campeonatos Baianos. En la Copa Sudamericana participó en ocho ocasiones entre 2012 y 2021, mientras que en la Copa Libertadores se hizo presente solo 3 veces: 1960, 1964 y 1989.

La Ley 14.193 estableció un tipo de estructura societaria para los clubes de fútbol que remiten a la Ley de Sociedades Anónimas y posibilita nuevas formas de financiación. La ventaja de las SAF se focaliza en la capacidad de obtener



fuertes ingresos que una asociación sin fines de lucro no podría obtener. Con este nuevo modelo se pretende revitalizar el fútbol brasileño después de varios años de despilfarro.

El caso del Cruzeiro es uno de los más recientes y famosos en Brasil debido a su comprador. Ronaldo Nazário, leyenda del fútbol, adquirió en 2021 una parte mayoritaria del equipo en el que dio sus primeros pasos futbolísticos por 70 millones de dólares. Este proceso no fue a través de una votación de los socios del club, pero fue aceptada debido a que la situación financiera era crítica. El “Fenómeno” contó con la ayuda de XP, un grupo inversor brasileño con el deseo de sanear a Cruzeiro, que se encontraba en la segunda división brasileña, un hecho que nunca había ocurrido, y adeudaba 14 millones de dólares, 9 de ellos corres-

pondientes al sueldo de jugadores. Es decir, hubo futbolistas que no cobraron durante su paso por el equipo de Belo Horizonte y habían iniciado acciones legales en su contra.

El club selló su vuelta a la Serie A con una clasificación a la actual Copa Sudamericana, en la que sigue con vida tras haber eliminado a Boca en octavos de final. Sin embargo, un hecho que ocurrió en esta edición de la segunda competencia continental más importante hizo que la gestión Ronaldo-XP diera un giro de 180 grados. Alianza FC logró un empate en su visita a Brasil por la fase de grupos, algo impensado porque “Los Vallenatos” peleaban por no descender en su liga y se había enfrentado a un Cruzeiro plagado de estrellas locales por su inyección financiera. Tras el encuentro, los hinchas brasileños desplegaron



un telón con la figura de Ronaldo en la entrada del estadio y la incendiaron. Dos semanas después de este hecho, el exfutbolista anunció su salida luego de haber vendido su parte a la cadena de supermercados BH.

El caso de Coritiba es diferente. En mayo del año pasado publicó un comunicado anunciando el resultado de la votación por parte de los socios del club respecto a la venta de “Coxa”. 8179 sufragios a favor y 305 en contra para que el equipo del sur de Brasil se convirtiera en sociedad anónima. Glenn Stenger, presidente del grupo inversor Treecorp, fue quien selló el trato en una suma de 200 millones de dólares por el 90% de las acciones. La deuda del club era de USD 56.000.000, la cual todavía siguen pagando.

El nuevo presidente aseguró que una vez cancelada la deuda se enfocará en renovar el club por completo. Hasta el momento, Stenger no invirtió en el equipo de fútbol, y la prueba más fehaciente de ello está reflejada en la tabla de posiciones de la Serie B. Coritiba se encuentra más cerca de los puestos de descenso que del repechaje para la máxima categoría brasileña. Si bien desde lo financiero están logrando el propósito, Coritiba terminará 2024 más cerca de la tercera categoría que del retorno al Brasileirao.

La firma estadounidense 777 Partners compró en 2022 el 70% de Vasco Da Gama por 140 millones de dólares. El equipo de Río de Janeiro convivía con una deuda superior a los USD 100.000.000 al momento de la transacción y además disputaba la Serie B. El manejo de este grupo inversor fue parecido al de Treecorp con Coritiba: primero las cuentas,

La Justicia de Brasil retiró el manejo de Vasco Da Gama a Wander por fraude económico y fue devuelto a los dirigentes anteriores

MARZO DE 2023

luego el fútbol. Tras haber vuelto a la máxima categoría y con las cuentas en proceso de saneamiento, el grupo desembolsó USD 19.000.000 en fichajes.

Con la aprobación por parte del Congreso de la Nación del Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) 70/2023 que habilitó la inclusión de las SAD en Argentina, Josh Wander, fundador de 777 Partners, se reunió con Daniel Scioli, Secretario de Turismo, Ambiente y Deportes, para comunicarle su interés de invertir en el fútbol argentino.

¿Qué pasó poco tiempo después? La Justicia de Brasil retiró el manejo de Vasco Da Gama a Wander por fraude económico y fue devuelto a los dirigentes anteriores en mayo. Resulta que esta empresa cuenta actualmente con causas de fraude tras sus manejos en otros clubes. Este hecho significó un revés para Scioli y Javier Milei, fervientes impulsores de las Sociedades Anónimas en el fútbol argentino.



Las SAD en Chile

Por Franco del Río

Las Sociedades Anónimas Deportivas (SAD) llegaron a Chile en 2005 como una solución para modernizar y profesionalizar la gestión de los clubes deportivos, especialmente en el fútbol. Esta forma jurídica se introdujo con la Ley N° 20.019, que estableció un marco legal para la creación y operación de SAD en el ámbito deportivo.

La Ley permitió que los clubes deportivos profesionales se constituyeran como sociedades anónimas. Antes de esta normativa, la mayoría de los clubes operaban como asociaciones sin fines de lucro, lo que limitaba su capacidad de captar inversiones y manejar eficientemente sus finanzas. La idea detrás de la creación de las SAD era introducir un enfoque empresarial en la gestión de los clubes, permitiendo la captación de capital privado y promoviendo una administración más profesional.

La primera SAD en Chile fue Colo-Colo. Su experiencia fue pionera y marcó el inicio de una nueva era para el fútbol de ese país. A nivel positivo, permitió a los clubes acceder a nuevas fuentes de financiamiento y adoptar prácticas de gestión más modernas. Sin em-

bargo, también presentó desafíos y problemas que afectaron a algunos clubes de manera negativa.

Aspectos positivos

1. Profesionalización y Modernización

La transformación en SAD permitió a los clubes adoptar una estructura empresarial más profesional. Esto incluyó la mejora en la administración, la implementación de prácticas de gestión modernas y una mayor transparencia en la gestión financiera. Por ejemplo:

- Colo-Colo: Al convertirse en SAD, el club logró modernizar su infraestructura, incluyendo el estadio Monumental, y adoptar una gestión profesional que le permitió mantenerse competitivo a nivel nacional e internacional. La profesionalización también facilitó la contratación de jugadores de renombre, como Iván Zamorano y Marcelo Bartelt, contribuyendo a su éxito en torneos locales e internacionales.

- Universidad de Chile: La transformación en SAD en 2007 permitió al club mejorar su infraestructura y alcanzar importantes logros deportivos, como la conquista de la Copa Sud-



americana 2011, gracias a una gestión más moderna y una mayor inversión en el plantel.

2. Captación de Inversiones

A partir del paso a sociedades anónimas, los clubes pudieron atraer inversiones privadas. Esto facilitó la mejora en la infraestructura y permitió la contratación de jugadores de mayor calidad. Ejemplos:

- O'Higgins: La SAD permitió al club invertir en mejoras para su estadio y en la contratación de jugadores, lo que llevó a su ascenso en la Primera División y a una destacada participación en el Torneo de Apertura 2013, donde

alcanzó la final.

- Audax Italiano: La conversión en SAD facilitó la inversión en su estadio y en su canteira, mejorando su competitividad y resultados en el torneo local.

3. Sostenibilidad Financiera

Las SAD ofrecieron una alternativa a la dependencia de los ingresos provenientes exclusivamente de la venta de entradas y la publicidad. La posibilidad de emitir acciones y otros instrumentos financieros proporcionó una base más sólida para la sostenibilidad financiera a largo plazo.



Aspectos negativos

1. Problemas Financieros y Deuda

Aunque la posibilidad de captar inversiones fue una ventaja, algunos clubes enfrentaron problemas financieros debido a una gestión inadecuada o a decisiones empresariales erróneas. Ejemplos de esto:

- Universidad de Chile: A pesar de sus éxitos deportivos, el club enfrentó dificultades económicas en ciertos períodos, con problemas de deuda que afectaron su estabilidad. Estos problemas financieros llevaron a conflictos internos y afectaron su rendimiento en el campo durante algunas temporadas.

- Deportes La Serena: Este club ha tenido problemas financieros significativos tras su conversión en SAD. La mala gestión económica y las decisiones empresariales inadecuadas llevaron a crisis financieras, afectando su desempeño en la cancha y su estabilidad a largo plazo.

2. Pérdida de Identidad

La conversión en SAD a veces llevó a la percepción de que los clubes se estaban alejando de su identidad y valores tradicionales. La administración empresarial puede priorizar el éxito financiero sobre la conexión emocional con los aficionados. Ejemplos:

- Universidad de Chile: En algunos períodos, los aficionados expresaron preocupación por la percepción de que el club estaba perdiendo su identidad tradicional en favor de un enfoque más comercial y empresarial.

- Coquimbo Unido: Enfrentó críticas por una gestión que algunos consideraron demasiado enfocada en el negocio, en lugar de en las tradi-

ciones del club y el vínculo con la comunidad.

3. Inestabilidad y Crisis

La gestión inadecuada y las malas decisiones empresariales han llevado a crisis en algunos clubes. Por ejemplo:

- Deportes La Serena: Este club enfrentó dificultades significativas debido a problemas financieros y de administración. Las decisiones empresariales erróneas llevaron a descensos y problemas de desempeño en la cancha, mostrando cómo una mala gestión puede tener graves consecuencias.

- San Luis de Quillota: Similar a Deportes La Serena, San Luis ha experimentado problemas financieros y de administración que afectaron su desempeño y estabilidad en el torneo local.

Las Sociedades Anónimas Deportivas en Chile han traído consigo una serie de cambios significativos en la forma en que se gestionan los clubes deportivos, especialmente en el fútbol. La introducción de esta forma jurídica permitió una mayor profesionalización y acceso a nuevas fuentes de financiamiento, lo que ha tenido un impacto positivo en muchos casos. Sin embargo, también ha presentado desafíos significativos, incluyendo problemas financieros y la pérdida de identidad en algunos clubes.

El equilibrio entre la modernización empresarial y la preservación de la identidad y valores tradicionales del deporte es crucial para el éxito de las SAD. La experiencia chilena demuestra que mientras la gestión profesional puede ofrecer muchas ventajas, también es fundamental una administración adecuada y una visión que respete las tradiciones del deporte y las expectativas de los aficionados.



El proceso de conversión

Por Valentín Razzeto

A lo largo de América del Sur existen distintos tipos de Sociedades Anónimas Deportivas (SAD), como así también hay muchos procesos diferentes para convertirse en tales. En algunos modelos, las decisiones las toman los mandatarios de turno; en otros casos, van de la mano de los socios mediante una votación democrática y en algunos, los clubes pueden elegir entre diferentes procedimientos para convertirse en una SAD, como sucede en Uruguay.

En Chile, por ejemplo, el proceso de pasar de una asociación sin fines de lucro a una SAD

es decisión netamente de los dirigentes del club, teniendo así el total control de la situación y dejando al margen al socio. Por este motivo, los hinchas chilenos tienen la sensación de que los accionistas son invasores y no una parte propia de la estructura institucional de la actividad del club. Actualmente, de la mano de Jaime Pizarro, ministro de deportes del país trasandino, se busca modificar un poco la norma, en la cual los objetivos principales a cambiar son los de terminar con la multipropiedad y también poner fin a los representantes que tienen mucha influencia en





los clubes.

Un ejemplo de tantos es el Club Deportivo Huachipato, que anunció en junio de 2015 que iba a pasar a ser una SAD controlada por Victoriano Cerda, dueño de la Siderúrgica Huachipato. Desde entonces el equipo “Acero” ha llegado a instancias decisivas y, en diciembre de 2023, se coronó campeón de la Primera División chilena. Pero al día siguiente los dirigentes decidieron poner a la venta el club por 6 millones de dólares.

”Hoy abrimos la puerta para salir de la propiedad y gestión del club, de manera tal de poder reemplazar a los actuales accionistas por otros que tengan esa fuerza y energía necesarias para esta nueva etapa”, declaró Cerda.

Después de la obtención del título, el nivel futbolístico no fue el mismo y algunos hinchas aseguran que el motivo es la suspensión

de la empresa por tiempo indefinido, ya que atraviesa una fuerte crisis económica.

Actualmente, sólo hay tres equipos que pertenecen a una corporación en vez de a una SAD y son: Cobresal (único en la Primera División), Curicó Unido, actualmente en la Primera B y Puerto Montt, que compite en la Segunda División chilena.

Por otro lado, en Colombia, el proceso de transición se realiza mediante un concilio en el que los socios tienen el derecho de elegir el modelo a seguir (totalmente diferente al modelo chileno). Uno de los casos más recientes fue el del Deportivo Cali, que atraviesa la peor crisis financiera de toda su historia. Mediante una asamblea extraordinaria los socios del club expresaron, con el 93% de los votos a favor, que el “Verdiblanco” se convierta en una SAD para que así pueda sustentar todas



las deudas. Esta modificación se verá reflejada legalmente en un período de 12 a 18 meses. Otro ejemplo colombiano es el de América de Cali, que en 2010, por votación de sus hinchas (67% de los votos) se convirtió en una SAD y, finalmente dos años después, los “Diablos Rojos” presentaron a la División Mayor del Fútbol Colombiano (Dimayor) su renacer como institución y se convirtieron oficialmente en una sociedad anónima deportiva.

En Colombia, en la mayoría de los casos, los socios ven como única salida para poder superar los malos momentos financieros la posibilidad de dejar de ser una asociación civil y pasar a ser una SAD.

Uruguay, en cambio, tiene distintas formas de convertirse en un ente empresarial. La primera es que desde un principio se cree una SAD, pero tendrá que competir en la Segunda División Amateur y ascender por méritos deportivos, o formar una SAD y firmar un contrato para transferir los derechos deportivos a un equipo que ya esté registrado en la Asociación Uruguaya de Fútbol (AUF) y que se encuentre

compitiendo en alguna de las categorías de la asociación. La segunda forma es que un club constituido como una agrupación sin fines de lucro se transforme en SAD, siendo así una elección de los dirigentes del club. Y la tercera y última manera que poseen es mediante el proceso por el cual una institución deportiva, que está organizada como una Asociación Civil u otra forma jurídica, se divide para convertirse en una SAD.

Después de que la Auditoría Interna de la Nación uruguaya apruebe la constitución de la SAD y ésta sea inscrita en el Registro Nacional de Comercio, debe constituirse en el Registro de Instituciones Deportivas de la Secretaría Nacional de Deportes dentro de los quince días naturales siguientes a su publicación en el Diario Oficial.

La modalidad predominante de incorporar inversiones privadas en el fútbol uruguayo ha sido mediante la creación de una SAD, seguida de la firma de un acuerdo de cesión de derechos deportivos con un club ya afiliado a la AUF.



El rendimiento de los clubes

Por Matías de Mare

La implementación de las Sociedades Anónimas Deportivas (SAD) en Latinoamérica ocurrió en distintos momentos según el país. Considerando las ligas más importantes, la primera que las permitió fue la chilena en el año 2005, en el caso de Uruguay en 2009, Colombia en 2011 y la más reciente, Brasil en 2021.

Esta disparidad hace difícil poner un punto en la historia para iniciar una comparación

entre el rendimiento de los dos modelos de clubes, pero resulta interesante, en vista de los argumentos que suelen esgrimir quienes defienden ya sea las Sociedades Anónimas o las Asociaciones Civiles, hacer un relevamiento para observar cómo fue el rendimiento de cada uno de los modelos en los últimos años. Con este fin dividiremos en dos momentos, primero, a partir de 2010 para los equipos colombianos, uruguayos, chilenos y mexicanos (aun-





que los modelos difieren en algunos detalles en cada país y no siempre son SAD nos referiremos a las Sociedades Anónimas en general), y luego, a partir del 2021 para sus pares brasileños.

En la Copa Libertadores 2010 hubo tres conjuntos que podrían considerarse Sociedades Anónimas que llegaron a playoffs: San Luis, Universidad de Chile, y Guadalajara. Fue una buena Copa para las SAD, ya que, aunque San Luis quedó eliminado en octavos de final, el equipo trasandino llegó a semifinales y su par mexicano a la final, donde perdió ante Inter de Porto Alegre, una Asociación Civil.

En 2011 también fueron tres los clubes privatizados que pasaron la fase de grupos de la máxima competencia continental: Chiapas, América y Universidad Católica. Esta vez no tuvieron un buen desempeño, ya que ninguno de los tres pasó los cuartos de final.

En la edición 2012 cuatro clubes que no pertenecían a sus socios consiguieron llegar a fase eliminatoria: Atlético Nacional, Universidad de Chile, Unión Española y Cruz Azul. De ellos solo el equipo chileno consiguió el pase a cuartos, donde quedó eliminado.

La Libertadores 2013 solo tuvo tres representantes de las Sociedades Anónimas: Independiente Santa Fé, Real Garcilaso y Tijuana. Los tres pasaron de fase, y solo el conjunto colombiano llegó a estar entre los mejores cuatro, donde perdió con Olimpia.

En 2014 fueron cuatro los clubes SAD que avanzaron a octavos: León, Santos Laguna, Unión Española y Atlético Nacional. Solo el elenco colombiano pasó de fase, donde fue derrotado por Defensor Sporting.

En 2015, los únicos equipos que son una SAD que lograron llegar a instancias de mata mata fueron Tigres, derrotado en la final ante

River, y Atlético Nacional.

La edición de 2016 contó con cuatro clubes que no eran una Asociación Civil entre los dieciséis mejores: Toluca, Deportivo Táchira, Pumas y Atlético Nacional. Los últimos dos pasaron a cuartos y el equipo colombiano llegó a la final.

Los años 2017, 2018, 2019 y 2020 no fueron buenos para las Sociedades Anónimas en la Copa. Contando las cuatro ediciones, solo dos equipos, Atlético Nacional y Colo Colo, lograron superar la fase de grupos.

Las Libertadores del 2021 y 2022 también tendrían aplastante mayoría de Asociaciones Civiles. En la primera, de los clubes privatizados solo Universidad Católica logró pasar a playoffs y en la segunda, únicamente Deportes Tolima. Por último, en 2023 serían dos equipos colombianos, Atlético Nacional y Deportivo Pereira, los representantes de las SAD que llegaron a octavos, en donde fueron eliminados.

Pasando en limpio, en los 13 años analizados, ningún club manejado por capitales privados fue campeón y fueron pocas las ocasiones en las que llegaron a estar entre los cuatro mejores. Si bien es cierto e innegable que en parte puede deberse a que en ese período la mayor parte de los clubes eran de sus socios, los que no lo eran no representaban una minoría tan pequeña como para justificar su rendimiento.

Está claro que este relevamiento no es definitivo para sacar una conclusión sobre qué modelo es mejor, pero, por lo menos, demuestra que no existe una diferencia sustancial en el manejo que haga que los clubes que no pertenecen a su gente se destaquen por encima de los que sí. Es imposible saber de qué manera evoluciona este fenómeno en Latinoamérica, pero, al menos por ahora, la supuesta superioridad de la gestión privada no parece evidenciarse.



Trueques: el caso Deportivo Maldonado

Por Jerónimo Spangenberg

El Club Deportivo Maldonado es una institución deportiva uruguaya fundada en 1928 con el nombre de Batacazo Football Club. En sus primeros 50 años de historia el equipo se desempeñó en la Organización de Fútbol del Interior, en donde se mantuvo hasta que en 1994 se afilió a la Segunda División del fútbol uruguayo y empezó su recorrido profesional.

De ahí en adelante el equipo creció y tuvo altibajos, logró ascender y mantenerse seis temporadas y luego volvió a bajar, es decir, todos procesos normales de un equipo del interior del país oriental. Su particularidad llegaría en 2009, cuando el club se transformó en la primera institución en convertirse en Sociedad Anónima Deportiva del país charrúa, proceso por el que más tarde pasarían otros muchos clubes.

Sin embargo, en la discusión sobre la implementación de distintos modelos para el desarrollo de los clubes no solo se debate la eficiencia, el rol de los socios y el valor social, sino que también se abren posibilidades que eran difíciles de imaginar en asociaciones civiles. Es sabido que al convertirse en una SAD, lo que antes era un club social, con interés en

el desarrollo de sí mismo y de sus integrantes, pasa a ser una empresa, que en algunos casos puede alejarse de los objetivos comunes que suelen tener los hinchas.

El caso de Maldonado es llamativo por distintas razones, por ejemplo, seguramente para la mayor parte de los fanáticos del fútbol resulta difícil creer que ese cuadro chico “tuvo” en los últimos años en su plantel jugadores de la talla de Jonathan Calleri, Gerónimo Rulli o Alex Sandro. Y el “tuvo” va entre comillas porque los que adquirieron el pase de esos futbolistas son los dueños del grupo inversor que maneja la institución, por eso deportistas como esos no jugaron ni un minuto con la camiseta del club.

La estrategia a simple vista no reviste demasiada complejidad. El equipo uruguayo oficia de “puente” entre el club vendedor y el comprador. Adquiere la ficha del futbolista a un valor más alto que lo normal y lo vende un poco más barato, sin embargo no decide a quién venderlo, solo hace de mediador. El negocio reside en los bajos impuestos que tiene el país oriental para regular este tipo de transacciones, por lo que todos los involucrados obtienen una porción de la torta.



Sin embargo, este tipo de operaciones fraudulentas están prohibidas por la FIFA, que aclara en la Circular 1464: “Ningún club o jugador podrá firmar un contrato con un tercero que conceda a dicho tercero participar, parcial o totalmente, del valor de un futuro traspaso del jugador”. Pero como en todo, los idearios del negocio tienen una manera de cubrirse. Aunque está reglamentada la imposibilidad de realizar estas transacciones, el grupo inversor utiliza a Maldonado como fachada, es decir, aseguran que no es un grupo inversor quien realiza las operaciones, sino una institución deportiva, con hinchas, entrenadores, profesionales y demás. Por una parte es cierto el argumento que esgrimen: el equipo juega en la Primera División, tiene inferiores y profesionales que le brindan posibilidades de crecimiento a los jugadores. Pero por otro eso funciona así porque es la única manera de

mantener en pie el negocio, lejos de las prohibiciones de la FIFA.

Más allá del porqué del interés del máximo ente regulador del fútbol mundial en controlar este tipo de gestiones, lo cierto es que toda esta trama de negocios desplaza y excluye a los actores principales: los hinchas. ¿Cuánto podría importarle, por ejemplo, a los dueños del club si Maldonado pierde la categoría? Para los fanáticos de cualquier equipo eso es un escenario desesperante, que se buscaría evitar, pero ¿qué cambio le significaría a los inversores, considerando que lo que realmente les genera ingreso seguiría funcionando a la perfección? Es claro que los incentivos para quienes manejan estos grupos no están puestos en el desarrollo de la institución, y mientras tanto los verdaderos simpatizantes de este tipo de clubes seguirán sufriendo los manejos de quienes llevan adelante estos proyectos.



¿Por dónde empezó todo?

Por Franco Zabala

La liga de fútbol más vista del mundo es la Premier League. Todos y cada uno de los 20 conjuntos que la integran tienen algo en común: son empresas.

Denominarlos como Sociedades Anónimas Deportivas o SAD sería un tanto erróneo, dado que la terminología oficial de, por ejemplo, Tottenham Hotspur es una “Limited Company” (Compañía Limitada).

Es cierto que tienen algunas reglas puntuales por su relación con el fútbol, como podría ser el famoso Fair Play Financiero (un límite de gasto para equiparar a los conjuntos), pero eso no significa que no funcionen como lo que son, compañías privadas.

El ejemplo de los Spurs no es al azar. Los ingleses fueron los primeros en tener a los capitales privados integrados en su fútbol y, más importante, legislados. Originalmente, todos los conjuntos se habían formado como entidades civiles, al menos hasta 1912.

Durante ese año, se promovió una ley para que los clubes pudieran repartir sus ganancias entre los socios que, a su vez, funcionaban como accionistas. El límite que habían impuesto era el del 7,5% de los márgenes anuales totales,

para impedir que cualquiera participara en el club con el único fin de ganar dinero.

Más de medio siglo después, uno de los afiliados más acumulativos del club decidió invertir sus bonos en la bolsa de valores de Londres. Se trataba de Irving Scholar, fundador de la Tottenham Hotspur P.L.C (Public Limited Company), que terminó por adquirir al club en sí.

De ahí en más, el resto es historia. Tal fue la apropiación de este sistema que ni en la segunda división del fútbol inglés es fácil encontrar asociaciones civiles. Prácticamente todas son empresas.

A los británicos los siguieron los franceses, que tan solo dos años después ya habían hecho un hueco en sus leyes para poder meterse en el mercado bursátil. Como tal, el sistema de ambos países es prácticamente idéntico y también se hallan similitudes en la preferencia por este modelo que tuvieron los galos. A día de hoy, toda la primera división tiene clubes-empresas.

Para mediados de la década, el bolsillo de un político haría ruido en el Calcio. Silvio Berlusconi, antes de ser primer ministro de Italia, fue uno de los primeros tanos en comprar un club de fútbol.

CAPÍTULO 3

Las SAD en el
resto del mundo



Un joven
Irving Scholar.



Herbert Hainer, presidente electo del
Bayern Munich desde 2019.



Gianluigi Buffon, campeón del
mundo con Italia, cuando jugaba
para el Parma.



El estadio del Olympique de Lyon,
uno de los clubes de la máxima
división francesa.

En 1986, Berlusconi se convirtió en el dueño del Milan y sentó las bases de lo que pasaría a ser una nueva regla en la nación itálica. Un momento: si ese fue el primer club “SAD”, ¿qué era el Parma, fundado por la empresa Parmalat?

Los Crociati fueron, al menos en sus principios, una asociación civil como cualquier otra. Eran un pulmón de la empresa de lácteos, pero esta solamente se involucraba en lo relacionado a auspicios y el apoyo económico.

Las leyes le permitían a los italianos convertir a sus clubes en entidades financieras incluso un

año antes de lo que lo hicieron los británicos. De cualquier modo, no sería hasta 1996 que podrían repartir acciones en la bolsa de valores.

La distinción más grande la tuvieron los germanos. Además de ser los últimos en sumarse a la moda, impusieron una reglamentación muy especial: el famoso 50+1. Dos años antes del cambio de siglo, en Alemania se pavimentó el camino para la entrada de las empresas al fútbol local, no sin antes poner un peaje importantísimo.

En este país, los clubes deben pertenecer, al

CAPÍTULO 3

Las SAD en el
resto del mundo



Silvio Berlusconi, con los títulos que logró el club durante su dirigencia.



Florentino Pérez, presidente electo del Real Madrid, con las Champions League del club.

menos en un 50%+1 a los socios. Por más dinero que entre en cualquiera de las entidades, las mismas continuarán bajo el mando de sus afiliados y no de sus inversores. Esto también es debido a que, en caso de incumplir la norma, la licencia para participar de la Bundesliga (Primera División del fútbol local) será revocada.

Es una forma proteccionista de permitir el ingreso de los capitales externos al fútbol en sí. Aún así, hay excepciones que están permitidas por el contexto histórico. Tanto el Wolfsburg (de la empresa automotriz Volkswagen) o el Bayer Leverkusen (de la empresa farmacéutica Bayer) habían sido fundados por las propias compañías hacía ya muchos años atrás, por lo que se permitió que continuaran bajo el control de los mismos al 100%.

El país que sí tiene Sociedades Anónimas Deportivas como tal es España. Allí, la legislación llegó en 1990 con la Ley del Deporte y a día de hoy, solamente 4 clubes no son empresas:

el Athletic Bilbao, el Club Atlético Osasuna, el Fútbol Club Barcelona y el Real Madrid Club de Fútbol.

A lo largo de los años han habido cambios en las normas de todas las ligas. Los españoles en 2022 quitaron la necesidad de ascender a 2ª división como mínimo para poder convertir al club en una SAD. La regla del Fair Play Financiero, previamente mencionada, también fue agregada con los años por la UEFA (Unión Europea de Asociaciones de Fútbol). Lo que no cambia es la raíz de la cuestión.

En cuatro de las cinco ligas más grandes del fútbol europeo, las asociaciones civiles se volvieron la excepción y dejaron de ser la norma. Alemania es la única que se mantiene como la única nación que las repele y limita en gran medida. En cuanto a Italia, Inglaterra, España y Francia, todas se han abierto, de diferentes maneras y a sus respectivos tiempos, a la inversión de capitales.



La diplomacia de los países árabes

Por Avril Niccolai

El deporte ya no es solo una actividad de entretenimiento, sino que se ha convertido en una poderosa herramienta para que los países árabes muestren su imagen al mundo. Los gobiernos de Qatar, Arabia Saudita y Emiratos Árabes, entre otros, han usado el deporte para esparcir su ideología, cultura y desarrollo económico. El fútbol se ha vuelto un fenómeno mediático y ha alcanzado audiencias masivas en todo el mundo. Los países árabes han invertido mucho en clubes de fútbol y eventos deportivos internacionales. Estas inversiones no solo buscan ganar dinero. Hay motivaciones complejas detrás de cada compra como mejorar sus relaciones políticas y su imagen, con el objetivo de mostrar su poderío económico y político a través del deporte.

Comprar un equipo de fútbol es una forma de ganar prestigio y estatus. El fútbol es un deporte global con mucha visibilidad mediática, y tener un equipo de alto nivel puede hacer que una familia o un país mejore su imagen en el escenario internacional. Un ejemplo claro se dio cuando el jeque Mansour bin Zayed Al Nahyan, de la familia real de Abu Dhabi, compró el Manchester City a través del

City Football Group. Desde su adquisición en 2008 ha ganado muchos títulos de la liga local e internacionales y ha logrado una gran visibilidad global, elevando el perfil del país y su familia real en el ámbito deportivo.

Desde la compra del Paris Saint-Germain (PSG) por el Fondo de Inversión Qatarí, Qatar Sports Investments (QSI) en 2011, Qatar ha podido aumentar su presencia en el deporte mundial, promoviendo su cultura y alianzas en Europa y otros países.

A partir de ese crecimiento, logró de alguna manera limpiar su imagen y olvidar las denuncias por violaciones de derechos humanos en su país con la organización del Mundial 2022. Aunque eso no es todo. Hoy en día Qatar cumple un papel muy importante en el mundo y en las relaciones internacionales, como en el caso de los Acuerdos de Paz de Doha entre los Estados Unidos y Afganistán en 2020, en el que Donald Trump, entonces presidente del país norteamericano, le encargó al enviado especial estadounidense en Afganistán, Zalmay Khaliljad, negociar un acuerdo con los talibanes en Doha, donde llevaba tiempo instalada gran parte de la dirigencia talibán, encabezada



Mansour Bin Zayed Al Nahyan, dueño del Manchester City.

por Mulá Abdul Ghani Baradar y así ser espacio neutral donde se realizó el acuerdo.

Otro caso donde juega un papel de mediador es en la guerra entre Israel y Gaza que por sus relaciones con ambos países negocia la liberación de rehenes y trabaja la idea de dar cese a la guerra.

Aspectos económicos

La diversificación es una estrategia clave para reducir los riesgos asociados con la volatilidad del mercado petrolero, que es su principal fuente de ingresos. Invertir en el fútbol y en otras áreas del entretenimiento les permite diversificar sus carteras de inversión y no depender solo del petróleo.

Khalifa bin Zayed Al Nahyan, expresidente de Abu Dhabi, ha invertido en el club español Deportivo Alavés. Esta adquisición no solo diversifica sus inversiones fuera del sector energético, sino que también le proporciona oportunidades de ingresos adicionales a través de los derechos de televisión y el patrocinio. En los últimos años se vio cómo la inversión en jugadores y mano de obra de estos países

en el deporte fue cobrando frutos. Cada vez entran más inversiones y forman parte en todos los eventos deportivos, aumentando el ingreso en turismo.

Si bien es cierto que la inversión en el fútbol y otras áreas del entretenimiento también conlleva riesgos, como la volatilidad de los ingresos y la incertidumbre en el rendimiento de los equipos o eventos, a estos jeques que ya nacieron ricos no es algo que les preocupe. Estas inversiones tienen más que ver con su entretenimiento y su forma de mostrar el poder que tienen. El rédito económico es solo una parte.

Qatar fue sede de la Copa Mundial de la FIFA en 2022, lo que demostró su capacidad para organizar eventos internacionales de gran envergadura y le provocó un gran ingreso de divisas y un aumento del turismo en el país. También sucede cuando estos países que no pueden encontrarse más alejados a la cultura del deporte resultan sede o sponsor de un evento deportivo como un Gran Premio en la Fórmula 1, amistosos de selecciones o finales de competencias europeas.



El capital de EE.UU. en las ligas extranjeras

Por Guadalupe Weimann

El fútbol europeo está atravesado en la actualidad en su gran mayoría por capitales e inversionistas extranjeros. Lo que lleva a pensar por qué millones de empresarios empezaron a ver en el fútbol un negocio donde depositar su capital y si es un negocio tan redituable como para gastarlo.

En su mayoría, cuando uno pregunta en general qué país creen que deposita más capital en este deporte, la respuesta es China, Arabia Saudita, o incluso Rusia. Pero una investigación de CEO World Eleven, que profundiza en el mundo del fútbol, lleva a entender que Estados Unidos gasta más capital y es el propietario de muchos clubes que conocemos de las ligas europeas. Los números arrojan que el capital norteamericano se hace con el 20% de la propiedad de los clubes de las grandes ligas europeas.

Pionera no solo en la creación y reglamentación del fútbol tal como lo conocemos, Inglaterra fue asimismo el primer país europeo en aceptar la participación de dinero de empresas privadas en el fútbol. En los albores del siglo XX, sus clubes ya repartían dividendos a sus accionistas. De hecho, en 1912 se dictó una

norma que impedía que el lucro superara el 7,5% de los beneficios anuales, con el objetivo de evitar que la avaricia por ganar dinero fuese el principal motivo a la hora de participar como socio en un club. La limitación estuvo vigente durante 60 años, hasta que alguien descubrió cómo gambetearla y abrió las puertas a una nueva era.

En Europa casi sin excepción, los clubes son agrupaciones estrictas y exclusivamente dedicadas al fútbol. Son muy pocos los clubes que ejercen o han ejercido funciones sociales como en Latinoamérica. Este proceso fue impulsado por variados factores. Algunos propietarios consideran a los clubes como activos de prestigio, mientras que otros buscan capitalizar el potencial de ingresos latentes del fútbol.

Luego de los Estados Unidos, los siguientes inversionistas son China, Arabia Saudita y Suiza. En la actualidad, 45 clubes europeos dependen del dinero norteamericano. El último en unirse a la lista fue Genoa FC de la Serie A. Cabe destacar que Italia es el sitio favorito de los yanquis para depositar su capital.

Los norteamericanos se metieron tanto en el negocio del fútbol que se los puede encontrar



Stan Kroenke, accionista mayoritario de Arsenal, Denver Nuggets, Los Angeles Rams, Colorado Rapids y Colorado Avalanche.

haciendo negocios como fichar a Cristiano Ronaldo para que vuelva a Old Trafford, como también siendo parte de las cesiones de jugadores prometedores de grandes clubes para que los guíen hacia el ascenso.

Algunos ejemplos de clubes en manos de norteamericanos:

- Arsenal está en poder del multimillonario Stan Kroenke, propietario de la franquicia Denver Nuggets de la NBA. Tiene 74 años y no todo su capital gira en torno al deporte. Sus primeros logros como inversionista fueron en el mercado inmobiliario y ese éxito lo llevó a poseer alrededor de 18 millones de metros cuadrados de propiedades y una participación mayoritaria StorageMart, una empresa que ofrece servicios de alquiler de almacenamientos a particulares y empresas. En 1990 empezó a invertir en el deporte y desde entonces no paró. Hoy tiene en su poder franquicias de fútbol (Colorado Rapids de la MLS), fútbol americano (Los Angeles Rams de la NFL), y hockey sobre hielo

(Colorado Avalanche de la NHL).

- Liverpool en manos de Fenway Sports Group, dueños de los Boston Red Sox de la MLB. Poseen también la mayoría de los Pittsburgh Penguins de la NHL, el 50% del equipo del Nascar RFK Racing y un equipo de la TGL, una nueva liga de golf creada por Tiger Woods y Rory Mcilroy. En 2022 inauguraron el MGM Music Hall, un exclusivo estadio para eventos musicales con capacidad para 5000 personas.

- AC Milan, propiedad de Elliott Management Corporation, marca liderada por Paul Singer, el multimillonario de 73 años y cara visible de los fondos buitres que negociaron con Argentina.

- AFC Fiorentina es manejado por Rocco Comisso, multimillonario empresario y director de Mediacom, la quinta compañía de televisión por cable más grande de los Estados Unidos.

- AS Roma está en manos de Dan Friedkin, excéntrico multimillonario, productor de cine, coleccionista de aviones de combate.

- RCD Mallorca pertenece a Robert Sarver, es cofundador del fondo de inversiones Southwest Value Partners.

Otros casos emblemáticos son Manchester United, en manos de la Familia Glazer, una millonaria familia de Florida; Ipswich Town, que pertenece a Brett Johnson, CEO de la empresa Benevolen Capital; Sevilla y UD Alcorcón, ambas bajo el ala de Robert Sarver, cofundador del fondo de inversiones Southwest Value Partner.

En Francia y Dinamarca, cinco clubes tienen amplia presencia inversora estadounidense. También hay presencia norteamericana en países como Irlanda, Grecia, Países Bajos, Portugal y Suiza. Estados Unidos ve en el fútbol europeo una oportunidad de negocio para extender su poder. Y no hay liga de prestigio que escape al poder del dólar en el fútbol.



Ejemplos positivos y negativos

Por Mauro Maida

Los clubes del fútbol en Alemania se mostraban antes del 1998 como organizaciones civiles sin fines de lucro, hasta que en octubre de 1998 la regla cambió y se permitió la propiedad privada. Entonces los clubes pasaron a ser sociedades anónimas deportivas tanto públicas como privadas, pero con la salvedad de la Regla 50+1.

Esa regla se refiere a una cláusula en las regulaciones de la Bundesliga, en la que se establece que al menos un 50% +1 voto debe estar en mano de sus socios. Por ejemplo: Bayern Múnich tiene el 75 % a favor de los socios y el 25 % del capital privado. Eso se divide entre las empresas Adidas AG, Audi AG y Allianz SE.

Casos de éxito

Manchester City

Los Ciudadanos fueron comprados en 2008 por el Abu Dhabi United Group. De a poco fueron construyendo un imperio que llenó la vitrina de títulos. Desde 2011/2012, el club de Manchester ganó una Champions League, un Mundial de Clubes, una Supercopa de Europa, 8 Premier League, 2 FA Cup, 6 Copa de

la Liga y 4 Community Shield.

PSG

El club francés fue comprado en 2011 por Qatar Investment Authority (QIA), quien compró el 70 % de las acciones del club. Ganó nueve títulos en las últimas 11, superando al Olympique de Marsella con 10. Su primer título fue en la temporada 2012/13 y previamente sólo habían ganado dos Ligas.

Newcastle

La institución inglesa fue adquirida por un grupo inversor de Arabia Saudita y pudo clasificarse a la Champions League luego de 22 años, tras haber quedado 4º en la Premier League.

Casos de fracaso

En el resto del mundo, el modelo de las SAD generó más problemas que soluciones, aunque los defensores sólo mencionan a la Premier League como ejemplo. En España, sólo cuatro clubes de La Liga no son sociedades anónimas: Barcelona, Real Madrid, Osasuna y Athletic



Manchester City, el caso que les gusta usar de ejemplo a los defensores de las SAD.

Bilbao. El resto, privatizados, le debe al fisco español más de 500 millones de euros.

Manchester United

Los Diablos Rojos fueron de los primeros en abrir la lista de las SAD, pero la decisión no se tradujo en éxitos deportivos. El último reclamo de los hinchas es que el club sea vendido a otros dueños. La última Premier League obtenida fue en la temporada 2012/2013 y el último título internacional fue la Europa Lea-

gue 2016/2017. Poco para un club con tanta historia.

FC Andorra

El club andorrano estuvo al borde de la quiebra desde el 2007/08, hasta que en 2018 Gerard Piqué lo compró. El equipo se encuentra compitiendo la segunda división de la liga española, pero con chances de perder la categoría ya que se ubican en el puesto 18° de 22 equipos.



La televisación, el fútbol como producto

Por Leandro Piñeyro

La posibilidad de transmitir las imágenes en vivo de los partidos fue uno de los grandes disparadores del interés de las empresas en nuestro fútbol. Al momento de hablar de inversiones de capitales privados en este deporte, resulta indispensable enfocar la mirada hacia su televisación.

El auge del fútbol como fenómeno popular en los años 50 dio lugar a que una de las primeras transmisiones audiovisuales nacionales haya sido en El Viejo Gasómetro, en donde San Lorenzo recibió a River Plate el 18 de noviembre de 1951, un mes después de la emisión en directo del discurso de Eva Perón en Plaza de Mayo, que fue la primera de la historia. Ese mismo año, Canal 7, el precursor en Argentina, transmitió también ambas finales del Campeonato de Primera División entre Racing y Banfield, siendo La Academia el primer campeón televisado en el país.

En un principio, la transmisión de los partidos no era una idea que le atrayera mucho a los dirigentes de los clubes, ya que temían que fuera un causal de reducción en la asistencia a los estadios. Hoy en día, para algunos clubes de Primera División, la fracción percibida por

los “derechos” audiovisuales que reciben significa gran parte de sus ingresos anuales.

Luego de varios partidos de prueba, en 1954 Canal 7 firmó con la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) el primer contrato audiovisual con la entidad. Este invirtió una suma cercana a los 500.000 pesos anuales de ese momento en la cobertura de 30 partidos del campeonato, pero no restringía a otras señales, en ese momento inexistentes, de generar imágenes del partido ya que era algo impensado.

Luego de que el gobierno de facto comandado por Pedro Eugenio Aramburu concretara la llegada de los canales privados en la década de 1960 tras entregar a empresas las licencias de los canales 9, 11 y 13, las imágenes del fútbol permanecieron en Canal 7, que transmitía un reducido y selecto grupo de partidos anualmente.

Durante la década de los 70, el fútbol continuó su aumento de popularidad y la organización de la Copa del Mundo en el país en 1978 permitió al canal, llamado durante este periodo Argentina Televisora a Color (ATC), perfeccionar las transmisiones deportivas de-



bido a una gran inversión en el canal estatal del gobierno militar para llevar a cabo la transmisión de los partidos.

En los años 80 comenzaron a surgir programas como Todos los Goles de Canal 9, en el que mostraban imágenes de lo sucedido en algunos estadios. Ellos llevaban sus propios equipos, filmaban los goles y luego los pasaban en su programa aprovechando que la AFA nunca había regulado la generación de contenido de los partidos por otros medios.

El inconveniente comenzó el 4 de agosto de 1985 cuando se comenzó a emitir Fútbol de Primera, un programa producido por Torneos y Competencias, creado por Carlos Ávila y transmitido por ATC. Este revolucionó los derechos del fútbol en la pantalla chica, ya que se hacía una cobertura mucho mayor de los partidos más importantes de cada fecha, explotando el contenido del público que asistía a las canchas, con compactos de mayor duración y le sumaba comentarios de Enrique Macaya Márquez y relatos, primero de Mauro Viale y luego de Marcelo Araujo. “Cuando

apareció Torneos, con Carlos Ávila a la cabeza, se aumentaron los recursos, se comenzó a editar mejor y empecé a involucrarme más. Antes, los resúmenes iban sin mayor producción, yo hacía un breve comentario y me iba a mi casa”, recordó Enrique Macaya Márquez. El programa alcanzaba picos de rating muy altos e impensados para una emisión deportiva en esa época, lo que comenzó a generarle ingresos a la productora que los invertía en mejoras de la tecnología para la transmisión de partidos. Torneos y Competencias, presidida por Carlos Ávila, fue la primera empresa en pagar por los “derechos” de imagen del fútbol argentino estableciendo una gran relación con el presidente de la AFA, Julio Humberto Grondona.

Así fue como en 1987 la Asociación del Fútbol Argentino firmó un contrato con Torneos y Competencias, que continuaba en ATC, por la exclusividad de las imágenes. En 1991 firmó un convenio con Televisión Satelital Codificada (TSC), compuesta por Grupo Clarín y Torneos y Competencias en partes iguales. El acuerdo rubricado el 19 de abril de ese año



Imagen de pantalla del primer partido con transmisión exclusiva de TSC.

cedió “en forma exclusiva a TSC los derechos de transmisión para la explotación comercial de encuentros de fútbol correspondientes a los campeonatos que AFA organiza en la actualidad u organice en el futuro para su transmisión en directo por el sistema de televisión codificado, de la Capital Federal, interior del país y del exterior, a saber: un encuentro que se disputa el día viernes anterior a cada fecha y, como complemento, los derechos para la transmisión de un encuentro de fútbol que se disputa los días domingo de cada jornada del campeonato del que se trate”.

El primer cotejo transmitido por la señal fue un River contra Rosario Central en El Monumental el viernes 30 de agosto de 1991, correspondiente al Torneo Apertura. De esta forma, TSC se convirtió en el primer medio en obtener los “derechos” para la exclusividad

de transmisión de la Primera y Segunda División del fútbol argentino.

Los partidos comenzaron a televisarse por canales codificados, la mayoría pasaron de jugarse en simultáneo a dividirse para poder ser transmitidos. Llegó el sistema “pagar para ver” a nuestro fútbol, los clubes comenzaron a percibir una gran suma de dinero proveniente de la televisión y se marcó un quiebre en la organización, cultura e intereses de nuestro fútbol que desembocó en la predominancia del mercado en los clubes.

Actualmente, la encargada de negociar el contrato sigue siendo la AFA, quien dejó la exclusividad de imagen en manos de las empresas Turner (TNT SPORTS) y FOX (ESPN PREMIUM), luego de su contrato con el Estado entre 2009 y 2017 mediante el programa Fútbol Para Todos.



Mauricio Macri: El Pionero

Por Leandro Piñeyro

La implementación de las Sociedades Anónimas Deportivas en el fútbol tiene años de intentos fallidos. El primero en presentarlo de forma seria y estructurada fue el expresidente de la Nación Mauricio Macri. Desde que era únicamente empresario se interesó en este modelo de gestión deportivo siendo su máximo impulsor en las últimas décadas.

En 1993, cuando era un joven empresario en plena campaña para presidir Boca Juniors, el tandilense intentó jugar su primera ficha hacia

la privatización de los clubes. Se reunió en la Quinta de Olivos con el entonces Presidente de la Nación, Carlos Menem, con el presidente de la Asociación del Fútbol Argentino, Julio Grondona, y con Francisco Ríos Seoane, presidente de Deportivo Español, club ubicado en Bajo Flores que era sensación debido a su meteórico ascenso en el fútbol local y vivía sus años dorados.

El proyecto consistía en pagar 15 millones de dólares por el plantel, cambiarlo de sede social a la costa atlántica, modificar su nombre a Mar



CAPÍTULO 4

Historia de los capitales privados en el fútbol argentino



del Plata Fútbol Club y contratar a César Luis Menotti como entrenador. Las cuatro partes llegaron a un acuerdo y solo restaba una asamblea de socios en la que se vote la aprobación de la medida.

De esa manera, el 20 de junio de ese año y luego de una fogosa reunión en el gimnasio de la institución, más de dos mil socios del Gallego rechazaron el proyecto y el club continuó con sus funciones debido al sufragio popular de sus beneficiarios. Luego de dicha elección, Ríos Seoane que soñaba con la venta de la institución, terminó llevándola a la quiebra unos años después.

Mientras presidió Boca Juniors, en 1997 fundó un Fondo Común de Inversión para comprar jugadores en la Bolsa de Comercio. Esta metodología consistía en que Mauricio Macri, Antonio Rattin y Jorge Griffa le recomendaban un jugador a los inversores, quienes aportaban dinero para realizar la transacción a cambio de un porcentaje del futbolista.

No obstante, su mayor acercamiento al desembarco de capitales privados en el fútbol argentino fue un año más tarde, cuando le pre-

sentó a Julio Grondona la idea para modificar el estatuto de la AFA y convertir los clubes en Sociedades Anónimas Deportivas. Don Julio, que consideraba inviable el proyecto, vio una clara posibilidad de evidenciarlo y llamó a una reunión en la casa madre del fútbol argentino en la que se votaría la medida. Ernesto Cherquis Bialo, periodista e investigador uruguayo que tenía una cercana relación con Grondona, reveló tiempo después que el objetivo de la votación era otro: “Los otros 38 integrantes del Comité Ejecutivo pasaban, antes de la reunión, por la ferretería de Sarandí donde se encontraba el ‘viejo caudillo’ (Grondona)”.

Dicha elección terminó 38 a 1 en contra de la modificación del estatuto vigente, dejando la famosa frase de Julio Humberto Grondona a Mauricio Macri: “Perdimos, Mauricio”.

En su faceta como Presidente de la Nación, Macri también manifestó sus intenciones de reflotar el proyecto, pero obtuvo nuevamente el revés de los dirigentes de la AFA, quienes mantuvieron la postura del expresidente de la entidad con respecto al tema. Aun así, cumplió su deseo de que la televisación vuelva a pertenecer al sector privado en 2017, año en que rompió el contrato que mantenía al programa Fútbol Para Todos como propietario de los derechos audiovisuales del fútbol argentino.

En la actualidad, el expresidente de la Fundación FIFA, reafirmó su postura y apoyó el decreto del actual mandatario argentino Javier Milei sobre la reglamentación para la constitución de las SAD, celebró la decisión del gobierno de permitir la llegada de Sociedades Anónimas Deportivas a nuestro fútbol. “Es un paso adelante, para tener más inversiones y un espectáculo de más calidad, con mejores planteles y mejores estadios”, escribió en la red social X.



“Ha dejado de existir Racing Club asociación civil”

Por Simón Hermida

Racing Club de Avellaneda vivía el peor momento de su historia cuando perdió la categoría en 1983 y permaneció dos temporadas en la B. Años más tarde, luego del ascenso a Primera División, parecía que La Academia empezaba a acomodarse tras ganar la Supercopa 1988, pero lejos de ser un piso para volver a sus épocas doradas, Racing fue de mal en peor. En 1987 había asumido Juan De Stefano como presidente de la institución y se mantuvo hasta 1995, cuando tomó el poder Osvaldo Otero y antes de la quiebra, se encargó de la política académica Héctor Daniel Lalín, la máxima figura sobre aquel mal momento del club de Avellaneda.

En 1998, luego de tres mandatos fraudulentos por parte de diferentes dirigencias del club, Lalín reconoció que no podía hacerse cargo económicamente de Racing, quien debía más de 30 millones de dólares y solicitó la quiebra. El juez Enrique Gorositegui la declaró y asignó a la síndico Liliana Ripoll para que se encargara de las finanzas de la institución.

El 4 de marzo de 1999 se ordenó que se liquiden todos los bienes de La Academia con una frase de Ripoll que quedó en la historia del

fútbol argentino: “Ha dejado de existir Racing Club Asociación Civil”. Años más tarde, esas palabras se convirtieron en canción de cancha: “...La vieja chiflada decía, que Racing no existía, que tenía que ser liquidado...”.

Ese mismo día, Lalín intentó explicarles a los hinchas por qué el gerenciamiento era lo mejor para el club y recibió el impacto de un redoblante en la cara. Tres días después, “El Primer Grande” tenía que enfrentar a Talleres de Córdoba, pero la quiebra no lo permitió. Esa misma tarde, El Cilindro recibió a más de 30 mil hinchas que se reunieron para que el club no cierre. La Cámara de Apelaciones dictaminó que el club podrá permanecer abierto más allá de seguir quebrado.

A mediados de 2000, luego de lo recientemente ocurrido con el club de Avellaneda, se sancionó la ley 25.284, conocida como la Ley Racing, que consiste en que un club puede pedir la quiebra mientras el mismo siga funcionando pero no con los mismos dirigentes elegidos por sus socios a través del voto, sino que con un órgano fiduciario compuesto por un contador, un abogado y un director deportivo asignados por un juez. Esta ley se creó para que los clubes



Un símbolo de la época, la foto de Sergio Quinteros recibió el premio Rey de España.

no puedan desaparecer debido a la importancia que tienen en la sociedad de nuestro país. El 29 de diciembre de ese mismo año el empresario Fernando Marín presentó un proyecto de gerenciamiento para sanear las cuentas de Racing. El nombre de la empresa que se haría cargo de las deudas del club sería Blanquiceleste S.A, quien se encargaría del gerenciamiento de la parte futbolística del club, así como también del estadio. El 2 de enero del 2001 la compañía tomó el

mando de Racing luego de que el juez Gorostegui, quien estaba a cargo de la quiebra sufrida por el club de Avellaneda, aprobó el proyecto presentado por Fernando Marín. Fue la primera empresa en un club de la primera división del fútbol argentino.

Blanquiceleste S.A. no fue la única compañía que quiso responsabilizarse del gran déficit que poseía La Academia. Racing 2000 y Clavesol S.A. eran las otras dos instituciones, pero sus propuestas fueron descartadas. La Justicia le



entregó el poder a Marín por diez años con opción a 5 años más por 2 millones de dólares y una segunda alternativa de 3 millones por un lustro más.

El primer torneo del gerenciamiento en Racing fue el Clausura 2001, con Reinaldo Merlo como técnico para pelear la Promoción y entre las promesas de fichajes de gran jerarquía se sumó Maximiliano “El Chanchi” Estévez, entre otros nombres un tanto menores. El equipo dirigido por Mostaza tuvo un gran primer campeonato, donde no solo evitó el descenso, sino que finalizó quinto. Lo mejor vendría después: en el Apertura 2001, La Academia se consagró campeón después de 35 años sin títulos locales.

Parecía que nuevamente Racing iba a renacer, pero lejos de eso el técnico campeón dejó el puesto por diferencias con el dueño de Blanquiceleste. Los hinchas empezaron a mostrar su rechazo hacia este modelo y especialmente en contra de Marín, ya que el club y la empresa compartían las cuentas, es decir que la corporación podía usar el dinero de la institución sin ningún tipo de límite.

La venta de los jugadores es un gran ejemplo. Nunca se rindieron cuentas de las ventas de jugadores como Diego Milito, Maximiliano Moralez, Gabriel Mercado, Sergio “Chiquito” Romero, y Mariano Gonzalez, quien fue vendido en 2004 a un grupo empresario por 800 mil dólares. El jugador surgido del predio Tita Mattiussi siguió vistiendo la camiseta celeste y blanca, y tiempo después el Palermo de Italia compró su pase por 2 millones de euros.

No iba a ser la última vez que Blanquiceleste S.A realizaba este tipo de negocios para beneficios propios, ya que a Racing lo usaba como

vidriera y no como un proyecto futbolístico serio. Luego de ese tan ansiado título en 2001, Racing no volvió a levantar una copa en lo sucesivo, y lejos de eso, se mantuvo cerca del descenso en reiteradas ocasiones, hasta incluso jugar la Promoción frente a Belgrano en 2008. Blanquiceleste S.A fue de mal en peor. Fernando Marín renunció a la presidencia y Fernando De Tomasso, vicepresidente hasta ese momento tomó el poder. Finalmente, la empresa quebró en 2008 y dejó Racing, por lo que el club volvió a ser de los socios.

A la Academia le costó adaptarse económica y también futbolísticamente. Recién en 2012 en adelante se empezó a acomodar financieramente debido a las ventas de una generación dorada formada en las inferiores del club con jugadores como Rodrigo De Paul, Luciano Vietto, Ricardo Centurión y Bruno Zuculini, entre otros. Gracias a los jugadores surgidos en el Predio Tita Mattiussi, Racing vendió por más de 100 millones de dólares en menos de 10 años y se alzó como uno de los clubes con mejor economía de la Argentina.

A partir de 2014, con la vuelta de Diego Milito, un Racing positivo y el campeonato de la mano de Diego Cocca, el primer campeón mundial argentino logró volver a competir futbolísticamente en la liga local e incluso jugando frecuentemente la Copa Libertadores.

En conclusión, a Racing no le benefició estar gerenciado por una empresa y ser una Sociedad Anónima. Si bien en un principio pareció ayudarlo a acomodarse económicamente y le permitió coronarse campeón en 2001 luego de una campaña épica, La Academia pudo salir adelante como club siendo una asociación civil, con la dirigencia elegida por sus socios.



Centro Español: un gerenciamiento de promesas incumplidas

Por Victor Besa

Bastión de su comunidad y con una rica tradición e historia, Centro Social y Recreativo Español es un club que, aunque con una menor visibilidad mediática que otros equipos históricos del ascenso argentino, tiene una gran trayectoria y una etapa reciente marcada por el intento de un gerenciamiento privado. Este proceso, como en el caso de otros clubes del fútbol local, surgió como una respuesta aparentemente milagrosa ante la crisis económica que atravesaba la institución. Sin embargo, al igual que en otros ejemplos, las expectativas no se alinearon con la realidad.

Centro Español fue fundado el 24 de junio de 1934 por inmigrantes españoles en Buenos Aires, especialmente residentes de la zona de Hae-do. Compitiendo mayormente en las categorías más bajas, el club nunca llegó a experimentar los éxitos deportivos de otras instituciones de origen inmigrante, como Deportivo Español. Sin embargo, logró consolidarse como un pilar para su comunidad, manteniendo vivo el espíritu de pertenencia y el compromiso con sus socios.

Hacia principios del presente siglo, la situación financiera del club se tornó insostenible. Las deudas acumuladas y la falta de recursos lleva-

ron a la dirigencia a considerar alternativas que pudieran salvar a la institución de la desaparición. El presidente de fútbol por aquellos años, Aníbal Caso, también tenía que desenvolverse como vocal y en sus ratos libres atendía el buffet junto a su esposa. “No podemos vivir de la pelota”, expresó el dirigente en una nota a Clarín en 2007. En ese contexto, apareció la posibilidad de un gerenciamiento privado como solución.

Ya para finales de 2006 comenzaba a circular el rumor de que Centro sería gerenciado. Esto despertó el interés de varios grupos inversores, como el del periodista Enrique Sacco, quien quería llevar el club a Bolívar. Finalmente, estas negociaciones no prosperaron. La institución resolvió que el gerenciamiento finalmente lo realizaría el empresario Sergio Sack y su equipo, quienes se comprometieron en 2010 a finalizar las instalaciones del club, lo que incluía el estadio.

El modelo llegó a los gallegos con la promesa de sanear las finanzas del club y devolverlo a una situación competitiva. La administración privada “al rescate” era una figura conocida en aquellos años. Se trataba de una propuesta que seguía la tendencia de otros clubes que, como Racing Club o Ferro Carril Oeste, habían op-

CAPÍTULO 4

Historia de los capitales privados en el fútbol argentino



tado por entregar la gestión a empresas para evitar la quiebra.

El acuerdo implicaba que la empresa gestora asumiría el control financiero, haciéndose cargo de las deudas y gestionando los recursos para garantizar su supervivencia. A cambio, la empresa buscaría generar ingresos a través de la venta de jugadores, acuerdos comerciales y la explotación de las instalaciones del club.

Este esquema generó expectativas entre los hinchas, que veían en el gerenciamiento una oportunidad para que Centro Español pudiera aspirar a competir en categorías superiores. Y estas ilusiones entre los fanáticos se sostenían -al principio- ya que se armaron algunos planteles competitivos que concentraban en la casa quinta del gerenciador, lo que era algo poco frecuente. Este compromiso resonaba como una posible nueva etapa para el club de Haedo.

Lamentablemente, como en muchos otros casos de gerenciamiento, la realidad no cumplió con las expectativas. A nivel deportivo, Centro Español no logró mejorar sus resultados de manera significativa, y el equipo continuó en

las divisiones más bajas del fútbol argentino. La falta de inversión en infraestructura y en el plantel se hizo evidente, lo que generó malestar entre los hinchas y los socios del club.

En lo económico, la situación no fue mejor. A pesar de las promesas de mejorar las finanzas del club, la empresa gestora no pudo reducir las deudas. Además, las operaciones de venta de jugadores, uno de los pilares sobre los que se basaba el gerenciamiento, no rindieron los frutos esperados. Esto provocó una falta de transparencia en la rendición de cuentas, lo que incrementó la desconfianza hacia la gestión privada.

Es por todo este contexto, que en un comunicado emitido en 2014, el club gallego decidió poner fin a esta etapa de administración privada, debido a un incumplimiento en el contrato y algunas faltas más: “Se finalizó el gerenciamiento de Sergio Sack por incumplimientos en el contrato. El gerenciador debía entregar las instalaciones finalizadas, que constaba de una cancha 11, con vestuarios y tribuna. Por otra parte la dirigencia decidió no seguir con dicho contrato tras las

CAPÍTULO 4

Historia de los capitales privados en el fútbol argentino



ventas no autorizadas por el club de Jonathan Herrera y Gonzalo Bravo a sus respectivos clubes. Por último, tras realizar una investigación sobre los datos entregados por dicha persona a la hora de firmar el contrato, se encontraron que la empresa que puso como nombre legal no existe, y el domicilio es un terreno baldío”.

Con la salida de la gestión privada, el club volvió a manos de sus socios, quienes se encargaron de retomar las riendas bajo el modelo tradicional de asociación civil sin fines de lucro. Sin embargo, las secuelas del gerenciamiento se hicieron sentir durante años, y el club tardó en recuperar su estabilidad. Pese a todo, los gallegos han vuelto a incursionar en la aventura privada.

En 2023, Central Español consiguió el título de Primera D, categoría que jamás abandonó desde su creación (salvo en las cinco oportunidades que fue intervenido) y este año juega la Primera C por la decisión de AFA de unificar estas ligas. Está mejor deportivamente y con una estabilidad provisoria en lo económico. Este nuevo gerenciamiento tuvo resultados: fue campeón e hizo una gran campaña en Copa Argentina.

Una fuente anónima que pertenece al cuerpo técnico de Diego Herrero, entrenador campeón en 2023 con el equipo de Villa Sarmiento, de-

claró como exitoso el año de gerenciamiento y aseguró que: “Si bien no fue tanta la inversión, le dio la estructura para que Centro pase a ser un equipo profesional, ya que nosotros llegamos a un club amateur”.

Por otro lado, otra fuente que pertenece a la directiva del club definió ciertos puntos al respecto: “Está bueno tener un gerenciamiento, ya que al no recibir tanto dinero por parte de AFA, ellos te administran tema de sponsors, mercado, finanzas, etc. Pero el problema está cuando se presentan conflictos de interés, sobre todo en los temas relacionados a los fichajes y el mercado de pases. Hay gerenciamientos que se creen por encima de los técnicos y las directivas, y eso no está bueno”.

No tiene un gran estadio (aún), pero tal vez no lo necesita. Quizás, esas aspiraciones no corresponden al sentimiento del hincha, sino a promesas de un grupo gerenciador que solo respondía a sus propios intereses. Un gerenciamiento que no se imponga por encima del club fue lo mejor, pero habrá que ver si esto se sostiene en el tiempo. Su identidad es, en palabras del propio presidente en conversación con Olé, la de un “orgulloso club de barrio con fútbol de AFA y gente que trabaja ad honorem”. Y eso, es todo lo que desean preservar.



Casos actuales en el fútbol argentino

Por Santiago Quintero y Alexander Alarcón

Podemos decir que en la actualidad el 90 por ciento de los dirigentes están en contra de las Sociedades Anónimas Deportivas (SAD) y a favor de los clubes como Asociaciones Civiles sin fines de lucro o, por lo menos, es lo que predicán tanto en sus declaraciones en los medios de comunicación como aquellos posteos en redes sociales en defensa de la Asociación de Fútbol Argentino (AFA) previo a las elecciones presidenciales entre Javier Milei y Sergio Massa.

En ese 10 por ciento restante se encuentran los dirigentes de varios clubes de Primera División. El principal interesado es el presidente de Talleres de Córdoba, Andrés Fassi, que surge como el referente no político de la idea, quien hace ya varios años maneja el club a través de un gerenciamiento de capitales externos provenientes desde México, siendo uno de los cuatro propietarios del Grupo Pacheco de aquel país.

“Argentina es el único país del mundo donde no se aceptan las SAD. Aceptar que ingresen recursos extranjeros a potenciar nuestros clubes es una decisión a favor de la AFA. Respeto que el 98 por ciento de los clubes quieran seguir siendo sociedades sin fines de lucro, pero

que nos permitan a los que no queremos serlo”, declaró el mandatario que llegó a Talleres en 2014 por el 78 por ciento de los votos de los socios y un año y medio después pasó de estar en el Federal A a ser uno de los protagonistas del torneo de Primera División, además de un predio de primer nivel para todas las divisiones juveniles y el plantel profesional.

Una razón fundamental de que se lo mencione como uno de los promotores de las SAD es el modo de representatividad por assembleístas con el que cuenta Talleres en el club. Hay 100 personas designadas por el oficialismo que representan a la masa societaria completa. Según el DNU, se necesitarán dos tercios del padrón total para que el fútbol del club pase a ser sociedad anónima. Lo que equivale a 67 assembleístas que levanten la mano en favor de dicha moción, aunque dicha posibilidad está sujeta a la decisión de la AFA de aceptar la propuesta del Gobierno actual.

Defensa y Justicia es otro equipo que no se proclamó a favor de cambiar la metodología de los clubes de Argentina pero tampoco lo hicieron en contra, algo que resulta lógico ya que en la actualidad el “Halcón de Varela” se maneja



a través de un sistema híbrido, que cuenta con una asesor profesional quien acompaña a José Lemme, presidente actual.

Cristian Bragarnik, cuestionado en el ámbito del fútbol por la gran cantidad de jugadores que representa y la manera en la que los mueve por equipos en los que trabaja, es el autor intelectual de todo lo que es hoy en día Defensa y Justicia.

En un fútbol argentino tan resultadista y poco crítico de las formas, influye en el pensamiento de los hinchas del humilde equipo del sur de la Provincia de Buenos Aires, sobre todo luego de lograr el histórico ascenso a Primera División y los dos títulos internacionales, y la gran vidriera para los jugadores surgidos de los denominados grandes que son cedidos para su-

mar minutos y experiencia que en sus clubes no pueden conseguir.

“Asesoro en toda la parte profesional. A partir del éxito del club me encariñé y soy como un dirigente, más por el bien del club que por el bien personal. Eso no pasa en otros lados. Mi trabajo es transparente. Tenemos elecciones como tienen todos los clubes, la gente puede votar, somos una asociación civil y demostramos que trabajando se puede crecer”, declaró Bragarnik, quien actualmente es dueño del 90 por ciento de las acciones del Elche de España, equipo que acaba de descender a la Segunda División la temporada pasada.

Defensa y Justicia ha sido una de las instituciones que mejor se manejó en los últimos años. Su orden, planificación y organización le



permitieron además de los logros deportivos, construir el Centro de Entrenamiento de Alto Rendimiento “Campeones del Mundo” con parte de los ingresos por las ventas de Enzo Fernández, Guido Rodríguez, Lisandro Martínez y Nahuel Molina al exterior.

El último caso de Primera División es Deportivo Riestra, que se encuentra envuelto en varias críticas debido a los fallos arbitrales decisivos desde su trayectoria desde la Primera D hasta su arribo a la máxima división. Otro de los manejos que difieren con la idea de ser una asociación civil sin fines de lucro son las casi nulas actividades que ofrece para sus aproximadamente 600 socios del equipo de Bajo Flores, que incluyen fútbol masculino y algunas actividades culturales para los vecinos del barrio.

Victor Stinfale, abogado de Diego Armando Maradona hasta su fallecimiento, es el actual presidente de Riestra. Llegó al club lindero al estadio de San Lorenzo en el año 2012, y estuvo presente en todos los meteóricos ascensos hasta llegar a enfrentar a River y Racing entre otros.

Otra de las particularidades del club del abogado son los llamativos sponsors que posee

ante la poca cantidad de hinchas que asisten a su estadio. Speed es uno de ellos. La empresa de bebidas energéticas es dirigida por Walter Santángelo, amigo de Stinfale. Por eso Maradona presenció varios encuentros en el Guillermo Laza, aunque es improbable que el “10” esté de acuerdo con que los socios no participen de las decisiones de sus clubes o que las mismas instituciones no sean influyentes en la sociedad como sí lo fue Argentinos Juniors con él cuando vivía en Villa Fiorito.

La reglamentación del fútbol argentino no permite las Sociedades Anónimas Deportivas ni los gerenciamientos en los clubes. Esto no impide que existan casos donde hay un gerenciamiento encubierto. En ocasiones puede aplicarse a través de empresarios que ponen técnicos y jugadores, también a través de empresas que desembolsan mucho dinero a cambio de publicidad. Por eso la mayoría no se declara como un claro aficionado de las Sociedades Anónimas o del gerenciamiento en las instituciones, ya que en varios casos ocurre pero de una manera el estatuto del ente del fútbol argentino que no lo impida.





La NBA, el negocio por encima de todo

Por Gonzalo Acedo

La NBA, liga madre del baloncesto internacional, presenta un formato que es un perfecto reflejo de la cultura estadounidense, en el que el foco de las instituciones gira, por sobre todas las cosas, en ser redituables de forma económica, y en la que la obtención de títulos se convierte en un objetivo secundario.

Algo que refleja el punto planteado es la organización estructural de las franquicias de la NBA: el propietario, quien la compra, designa un General Manager (Director Deportivo, en español), que es el encargado de colocar las piezas de todo el organigrama y de la toma de decisiones deportivas de la institución, siendo delegadas en él todas las responsabilidades que tienen que ver con el equipo y su juego. Si uno traza la comparación con el fútbol argentino, podemos notar que esto ya marca una diferencia que salta a la vista, debido a que los presidentes de los clubes en el modelo que actualmente se lleva a cabo en la AFA están presentes constantemente en las operaciones deportivas de los clubes como es la contratación del director técnico o jugadores del plantel. Si bien la delegación de responsabilidades en un manager

deportivo es algo que se empieza a ver en algunos casos (River o Racing, entre otros), está muy lejos de ser una moneda corriente como lo es en las ligas norteamericanas, y en este caso puntual en la NBA.

Otra característica que demuestra a la NBA como una liga en la que la ganancia económica es el principal objetivo es la compra y venta de las franquicias mismas, y no hace falta viajar muy atrás ni buscar ejemplos muy insólitos de esto. El último campeón de la liga, los Boston Celtics, fueron adquiridos por el empresario Wyc Grousbeck en el año 2002 y, tras la obtención del título de 2024, comenzó el proceso de venta de la franquicia, la cual adquirió por 320 millones de dólares y venderá por un impresionante número de 5 mil millones de dólares. Esto puede resultar un choque para la cultura argentina, ya que desprenderse del equipo campeón, que además cuenta con material de sobra para repetir la gesta el próximo año, es algo que no se acostumbra a ver en nuestro país. Pero nuevamente, esa postura implica un enfoque pasional que los empresarios norteamericanos no tienen, ya que, viéndolo en términos de crecimiento, el patrimonio va-



lor de los Celtics (y por consecuente parte del patrimonio de Grousbeck) creció un 1500% en 22 años.

Resuelto esto, podemos volver a la duda original que implicaba entender cuál es la diferencia entre una franquicia y una sociedad anónima deportiva. Y la respuesta es bastante simple: nada ocurre sin la autorización de la NBA.

En diciembre de 2011, Los Ángeles Lakers, Chris Paul y David Stern, comisionado de la NBA, fueron protagonistas de una historia que refleja lo mencionado. En la cuna del baloncesto, algo común es el sistema de tradeos de jugadores, en el que dos o más franquicias intercambian piezas de sus equipos para, a la larga o a la corta, ganar “mutuamente”. Esta era la intención de los Lakers, los Rockets y

los Hornets, que tenían preparado un acuerdo para que el base Chris Paul llegara al equipo de California, comandado por Kobe Bryant. Pero los planes de David Stern, máximo dirigente de la NBA, eran otros.

En aquel entonces, los Hornets (que se encontraban en un constante cambio de sede) habían quedado a cargo, parcialmente, de la NBA para la toma de decisiones, ya que los dueños de la franquicia a cargo eran temporales y se corría el riesgo de que tomaran decisiones pensando en su patrimonio personal más que en la institución.

Y una de esas decisiones equivocadas, bajo el criterio de Stern, era el trade que protagonizaba Chris Paul, en el que los Hornets entregarían a una de las máximas estrellas de la liga a cambio



“

...quería que los Hornets fueran una propiedad atractiva para un posible comprador.

”

Stu Jackson, mano derecha de David Stern, dueño de los Hornets, hablando sobre la visión del dueño del equipo.

de Lamar Odom, Luis Scola y Goran Dragic, un combo de buenos jugadores, pero no a la altura del base que estaban otorgando. Lo que llevó al comisionado a cancelar el traspaso.

“David hizo algún comentario de que la razón por la que vetó el intercambio fue porque no era un paquete lo suficientemente atractivo para un jugador del calibre de Chris Paul. Eso era una verdad a medias. La otra parte era que también sentía que quería que los Hornets fueran una propiedad atractiva para un posible comprador”, fueron las palabras de Stu Jackson, la mano derecha de David Stern, tras la suspensión de intercambio.

Finalmente, Chris Paul consiguió salir de Hornets y llegó a Los Ángeles, pero a la vereda de enfrente, los Clippers, donde vivió algunos

de sus mejores años como basquetbolista, aunque muy lejos de lo que pudo haber sido vestido de amarillo y violeta.

La decisión le costó muchas críticas a David Stern, que fue abucheado en el estadio de los Lakers en cada una de sus visitas hasta el día que dejó el cargo.

Todos los detalles plasmados en estas líneas sirven como un breve pero eficaz resumen del modelo de franquicias deportivas: es un sistema en el que los propietarios buscan maximizar sus ganancias económicas sin tener la obtención de logros deportivos como norte principal, pero siempre y en todo momento con la liga como intermediario de la toma de decisiones para asegurarse que las franquicias sigan siendo competitivas.



Fórmula 1, un torneo de marcas

Por Julieta Farías

En el automovilismo, puntualmente en la Fórmula 1, relacionamos las Sociedades Anónimas Deportivas con las grandes escuderías a las que pertenecen, ya que en la mayoría de los casos se trata de reconocidas marcas.

Una de las más importantes es la escudería Ferrari, que es el equipo más longevo, exitoso y victorioso de la parrilla. Fue fundada en 1929 por Enzo Ferrari mientras se ocupaba de la gestión deportiva de Alfa Romeo. Entrenó a va-

rios pilotos y compitió para la escudería hasta 1938, cuando fue contratado como presidente del departamento de carreras. En 1933 salió a la luz la marca con la insignia de la escudería Ferrari luego de que Enzo los modificara y comenzara a correr en ellos.

En 1940 dejó Alfa Romeo para unirse a su escudería porque había rumores de que la iban a absorber y tomar los cargos en el control de la competencia. Por los cuatro años que le quedaban de contrato, Ferrari no podía competir y





Enzo Ferrari, creador de un emblema del automovilismo.

tuvo que convertirse por poco tiempo en Auto Avio Costruzioni Ferrari.

En 1947 Ferrari comenzó a trabajar y producir sus propios autos en serie. En 1969 Fiat Group se incorporó como parte del consejo de administración y se volvió uno de los accionistas de la compañía.

Actualmente, el principal accionista de la compañía italiana es Fiat Group, que posee el 90%, mientras que un 5% de las acciones ha sido comprado, en 2005, por una compañía de los Emiratos Árabes Unidos, mientras que

el restante 5% pertenece a Piero Ferrari, hijo de Enzo.

Otra de las escuderías más importantes hoy en día en la grilla de Fórmula 1 es Mercedes-AMG Petronas Motorsport, que se encuentra entre las mejores cuatro por sus grandes victorias a nivel mundial y sus grandes motores.

Por el momento se encuentra bajo propiedad de Mercedes-Benz Group, que es una empresa multinacional automotriz de nacionalidad alemana. Pero esta escudería pasó por varios cambios en su nombre debido a los diferentes



accionistas que fueron entrando y saliendo.

El 16 de noviembre de 2009 se confirmó la compra del 75,1% de Mercedes a Ross Brawn del equipo de Brackley. Como socios mayoritarios quedaron Mercedes-Benz y Aabar. El equipo fue renombrado por primera vez como Mercedes Grand Prix. Debido a esta unión, Mercedes anunció que se desvincularía parcialmente de la escudería McLaren, que le compró el 40% de su equipo. Igualmente le siguieron vendiendo sus motores hasta el fin de la temporada 2014.

Para diciembre del mismo año anunciaron un nuevo patrocinio, que vincula a la empresa petrolera Petronas y Mercedes GP. Esta compañía estuvo encargada del patrocinio de Sauber y BMW Sauber durante 15 años, por lo que creyeron que seguiría en ambos equipos. Pero no, decidieron quedarse solamente con Mercedes.

En 2012 hubieron varios equipos que modificaron su nombre. Uno de ellos fue Merce-

des GP, que pasó a llamarse Mercedes-AMG Petronas. AMG es la división más competitiva de Mercedes Benz y participa activamente en el mundo de los deportes motor desde hace más de 40 años. Es llamada así por sus ingenieros: Aufrecht, Melcher y Grobaspach. Además, AMG ha sido la encargada de producir y mantener el Safety Car.

Para 2013, Toto Wolff, actual director ejecutivo del equipo, y Niki Lauda, ex piloto de la escudería, compraron el 30 y 10% de las acciones respectivamente, convirtiéndose en grandes accionistas de la compañía.

En consecuencia, las diez escuderías que se encuentran compitiendo actualmente en la F1 pertenecen a marcas compuestas de accionistas y organizadas por un director ejecutivo. Buscan patrocinadores que les brinden dinero para mejorar sus autos pero terminan compitiendo los pilotos que más ingresos generan para el grupo inversor que mantiene cada compañía.



Hockey sobre hielo, negocio sobre hielo

Por Julieta García

Las Sociedades Anónimas Deportivas (SAD) se encargan de gestionar y administrar clubes deportivos de manera profesional. Si bien en Argentina no existen aún entidades como tal, en otros países podemos observarlas o encontrar modelos de financiamiento que se acercan a esto. Algunas también simulan ser una “franquicia”, como se mencionó anteriormente, o que contaron con el apoyo de empresarios que optaron por

apostar económicamente para enaltecer a una institución.

Hay equipos que sin ser una SAD tienen estructuras comerciales que buscan generar ingresos a través de patrocinios, merchandising y otros medios, como la venta de entradas, pero esto no necesariamente significa que estén funcionando con fines de lucro. Sin embargo es importante mencionar aquellos equipos que funcionan exitosamente como





franquicia.

El hockey sobre hielo es un deporte profesional muy practicado y consumido en América del Norte y la Liga Nacional de Hockey (NHL) es la principal liga profesional de hockey sobre hielo en Estados Unidos y Canadá, y está considerada una de las principales ligas profesionales de hockey sobre hielo del mundo.

La NHL está compuesta por 32 equipos, de los cuales 25 están ubicados en Estados Unidos y 7 en Canadá. De la misma forman parte dos equipos que funcionan bajo el modelo de franquicia: Detroit Red Wings (EE.UU.) y Toronto Maple Leafs (Canadá).

El Detroit Red Wings es un equipo profesional de hockey sobre hielo que juega en la Liga

Nacional de Hockey (NHL). El presidente de Detroit Red Wings es Christopher Ilitch, quien también es el presidente de Ilitch Holdings, una empresa que posee varios negocios incluyendo restaurantes, hoteles y equipos deportivos.

Christopher es hijo de Mike Ilitch, quien compró los Red Wings en 1982 y fue fundamental en el éxito del equipo durante su mandato. Bajo la dirección de Mike Ilitch, los Red Wings ganaron cuatro Copas Stanley y se convirtieron en uno de los equipos más exitosos de la Liga Nacional de Hockey.

Tras el fallecimiento de Mike Ilitch en 2017, Christopher Ilitch asumió el papel de presidente de los Red Wings y ha continuado con



la tradición de su padre de apoyar al equipo y buscar el éxito en la liga. La familia Ilitch también es dueña de otros negocios en Detroit, incluyendo el equipo de béisbol Detroit Tigers y la cadena de restaurantes Little Caesars.

Al funcionar bajo un esquema de franquicia y no poseer un club y socios que aporten económicamente para su funcionamiento y desarrollo, su financiamiento proviene de varias fuentes.

Una parte importante de sus ingresos proviene de la venta de entradas para sus partidos en el Little Caesars Arena, como también de los derechos de televisión a través de las transmisiones de los juegos, que incluyen acuerdos con cadenas locales y nacionales.

A su vez, poseen patrocinios con empresas

como marcas de autos, cervezas y distintos productos. La venta de merchandising con productos con su logotipo y colores (camisetas, gorras y otros artículos) también forma parte de sus ingresos.

Como miembro de la NHL, los Red Wings reciben una parte de los ingresos de la liga, incluyendo los derechos de televisión y patrocinios a nivel de la competición, y como también se observa en el fútbol, se inclinan por la venta de lo que se denomina “naming rights”, en la que el equipo puede vender los derechos de naming (nombre) del estadio o arena a una empresa, lo que genera un ingreso adicional.

Es importante tener en cuenta que, para que sea rentable económicamente, tienen patrocinadores y socios corporativos que apoyan



al equipo de manera financiera. Algunos de los patrocinadores principales del equipo son Little Caesars, una cadena de pizzerías fundada por Mike Ilitch (dueño del equipo). Disponen también de otros patrocinadores que incluyen a empresas como Coca-Cola, Ford y Bud Light.

En la misma liga se encuentra el Toronto Maple Leafs, una franquicia que es propiedad de Maple Leaf Sports & Entertainment (MLSE), que es una empresa de entretenimiento y deportes que a su vez posee otros equipos deportivos de Toronto, como los Raptors de la NBA y el Toronto FC de la Major League Soccer (MLS).

El actual presidente de Toronto Maple Leafs es Brendan Shanahan, un exjugador profesional de hockey sobre hielo que compitió durante 21 temporadas y ganó tres Copas Stanley con los Detroit Red Wings. Después de su retiro, Shanahan se convirtió en ejecutivo y asumió el papel de presidente de los Maple Leafs en 2015.

Toronto Maple Leafs es uno de los equipos más antiguos y exitosos de la NHL, fundado en 1917. Han ganado 13 Copas Stanley, siendo su última victoria en 1967. El equipo ha tenido muchos jugadores legendarios a lo largo de su historia, incluyendo a Dave Keon, Darryl Sittler, y Mats Sundin. Actualmente, se encuentran en reconstrucción y para volver a ser competitivos en la liga.

Al operar como una franquicia, el Toronto Maple Leafs tiene una estructura corporativa que incluye accionistas, directores y ejecutivos que toman decisiones para el equipo. Esta estructura les permite generar ingresos a través de la venta de entradas, patrocinios, derechos de televisión y otras fuentes mencionadas en el caso anterior, y reinvertir esos ingresos en el equipo y sus operaciones. Esto también les permite acceder a aprovechar beneficios fiscales y financieros que ayudan a sostener y mejorar el equipo. Sin embargo, siguen habiendo críticas sobre la influencia del dinero y los intereses corporativos en el deporte.

INFORME ESPECIAL

SAD

El fútbol triste



DICIEMBRE 2024

STAFF

Gonzalo Acedo, Alexander Alarcón, Víctor Besa, Tobías Bolos, Patricio Canulli, Matías De Mare, Franco Del Río, Julieta Farías, Julieta García, Simón Hermida, María Eugenia Lederer, Rocío Luberiaga, Thomas Márquez, Mauro Maida, Avril Niccolai, Karen Paulas, Leandro Piñeyro, Santiago Quintero, Valentín Razzeto, Jerónimo Spangenberg, Guadalupe Weimann y Franco Zabala. Todos/as los/as redactores son alumnos de 2ºA TN de Deportea.