



Módulo 2. Dilemas éticos en la financiación del deporte



☰ Unidad 4.2

☰ Referencias

Unidad 4.2

Introducción

En esta lectura vamos a explorar los dilemas que existen en torno a la manera en que se financia el deporte, un tema que genera muchas controversias y que requiere entender tanto los principios como los intereses que están en juego. A lo largo del texto, discutiremos posibles regulaciones que podrían contribuir a que el financiamiento sea más transparente y justo. Sin embargo, incluso con la implementación de estas normas, veremos por qué resulta difícil garantizar que todo el proceso sea íntegro.

Hacia el final, presentaremos algunas propuestas para lograr una financiación más justa en el ámbito deportivo, acompañadas de ejemplos prácticos que ilustran los distintos desafíos que enfrentan los deportes en este sentido. Pero antes de entrar en detalles, es importante empezar por lo básico: ¿cómo y por qué se financia el deporte?

Financiación del deporte

Existen muchos deportes diferentes que se practican en todo el mundo, y cada uno se financia de maneras distintas. ¿Por qué necesitan esa financiación? Algunos deportes implican altos costos debido a que necesitan equipos especializados y lugares adecuados para su práctica, lo que puede representar un gasto que muchos atletas o jugadores no pueden asumir por sí mismos.

Incluso en deportes que parecen más accesibles, como el fútbol, los costos pueden acumularse rápidamente. El uniforme, el campo, el estadio, el personal... Todo eso suma bastante dinero, y a medida que un club asciende de categoría, los gastos también aumentan.

En los niveles más altos, es común ver grandes cantidades de dinero involucradas en el traspaso de jugadores, alcanzando en algunos casos cifras millonarias. Pero, ¿de dónde sale todo ese dinero? Es lo que discutiremos a continuación.

Cómo se financia el deporte

Como hemos mencionado, el deporte puede financiarse de muchas formas. Históricamente, el deporte ha sido financiado por personas con recursos económicos que tenían interés en alguna disciplina o en el éxito de un equipo local. Este modelo de financiación sigue vigente hoy en día, ya que muchos clubes, organizaciones o atletas reciben apoyo económico de personas con dinero, quienes, en algunos casos, no buscan obtener un retorno financiero.

No hace falta ser millonario para apoyar económicamente a un deporte. Un ejemplo de esto son las carreras de caballos, donde grupos de personas se juntan, reúnen sus recursos y compran un caballo de carreras. Luego, comparten las ganancias que este pueda generar.

Los gobiernos también tienen un rol clave en la financiación deportiva. A nivel nacional, destinan fondos para fomentar la participación, mejorar instalaciones y formar entrenadores, además de apoyar a los deportes de élite. Sin embargo, no todos los deportes reciben este tipo de apoyo, ya que el financiamiento suele enfocarse en aquellos en los que el país se destaca o que tienen presencia en eventos como los Juegos Olímpicos.

La razón por la cual los gobiernos invierten en deporte puede variar. Por un lado, buscan promover la actividad física para mejorar la salud de la población, reduciendo, por ejemplo, los niveles de obesidad. Por otro lado, el éxito en el deporte también ayuda a proyectar una imagen positiva del país a nivel internacional, lo que puede ser un fuerte incentivo.

Aparte del apoyo económico de personas o gobiernos, las organizaciones deportivas siempre buscan atraer fondos adicionales de fuentes externas. Uno de los métodos más comunes es el patrocinio. Este ha sido, durante muchos años, una parte clave de los ingresos en el deporte y no parece que vaya a perder importancia en el futuro, tal como se observa en la siguiente figura.

Figura 1. ¿Cómo puede el patrocinio deportivo beneficiar a una marca?



Fuente: Blissett, 2022, <https://bit.ly/3H9YbMg>

Los patrocinadores pagan una cantidad a una organización deportiva para asociarse con ella, ya sea para un evento específico o como parte de un acuerdo a largo plazo que da seguridad a ambas partes. El objetivo es que, a través de esta asociación, los consumidores se sientan influenciados de forma positiva, lo que se espera se refleje en un aumento de las ventas.

El deporte también puede financiarse mediante cuotas de membresía o entradas a los partidos. Anteriormente, esto era una fuente clave de

ingresos en los deportes de alto nivel, ya que la asistencia a los estadios representaba una parte importante de los ingresos y, en muchos casos, determinaba el éxito económico de los equipos. Aunque este tipo de financiamiento sigue siendo importante en las categorías inferiores, en las ligas más grandes ha sido reemplazado por el patrocinio, los premios de torneos y los contratos televisivos.

Estos nuevos métodos de financiación surgieron con la comercialización del deporte y el avance de la cobertura en televisión y redes sociales. Como resultado, algunos deportes han generado grandes ingresos debido al creciente interés del público a nivel mundial. Sin embargo, con la cantidad de dinero que se mueve hoy en día, también han surgido debates sobre la ética de este modelo. Continuaremos profundizando en este tema, pero primero debemos definir qué se entiende por ética en el deporte.

Ética en el deporte

En términos generales, la ética puede ser difícil de definir. Aunque en algunos contextos es evidente qué significa actuar éticamente, como ocurre en la investigación académica, en otros ámbitos es más complicado. ¿Quién tiene la responsabilidad de establecer lo que es ético? ¿Por qué se les atribuye la autoridad moral para decidir qué está bien o mal? El deporte es uno de esos ámbitos donde resulta difícil determinar lo que es aceptable, y esto puede depender de muchos factores, a pesar de que las reglas sobre ciertos comportamientos sean

claras. Por ejemplo, factores como **quién** comete una acción, **cuándo** ocurre y **cuál** es el resultado final pueden influir en la percepción de lo que es correcto o incorrecto.

Un ejemplo claro es el de simular una falta en el fútbol. Engañar al árbitro está en contra de las reglas de cualquier deporte, pero si se estuviera jugando la final de la Copa del Mundo, algunos jugadores optarían por exagerar una caída para obtener un penalti. Los aficionados del equipo lo verían como una parte más del juego y celebrarían la acción, mientras que los seguidores del equipo contrario lo condenarían, exigiendo incluso sanciones severas para el jugador.

Volvamos a la pregunta inicial: ¿cómo se debe regular la ética en el deporte? Kvalens y Hemmestad sugieren que “una manera de abordarlo es formular un conjunto de reglas detalladas que definan los límites de lo que se debe y no se debe hacer para rendir bien y ganar” (2010, p. 57). Este enfoque tiene sentido, ya que al establecer reglas claras, se reduce la posibilidad de que aparezcan áreas grises y, por lo tanto, se minimizan los comportamientos poco éticos. En lo que respecta a la financiación, ya existen algunas reglas que abordan este tema, y sobre ellas hablaremos más adelante.

Pero, más allá de la financiación, ¿qué otros problemas éticos podemos observar en el deporte? Estos pueden ser muy variados: desde la relación entre entrenadores y deportistas, hasta las acciones de los jugadores tanto dentro como fuera del campo, o incluso el

comportamiento de los directivos en relación con la organización deportiva. En la práctica, esto significa que estas personas pueden actuar de manera contraria a las expectativas de otros actores dentro del ámbito deportivo. Las razones detrás de estas conductas pueden variar y, en muchos casos, están motivadas por el deseo de ganar, aunque no siempre es fácil saberlo con certeza. Lo que está claro es que el deporte involucra una gran cantidad de factores, lo que hace difícil controlar todos los posibles escenarios.

¿La financiación en el deporte siempre es ética?

Lamentablemente, la respuesta a esta pregunta es no. El dinero que financia el deporte no siempre proviene de fuentes éticas y puede llevar al deporte a situaciones problemáticas con personas, organizaciones o incluso con la ley. Incluso cuando no se trata de algo ilegal, los aficionados pueden estar en desacuerdo con las decisiones que toma una organización. A continuación, explicaremos algunas maneras en las que el deporte puede verse involucrado en prácticas que no son éticas.

Uno de los temas más comentados actualmente es la relación entre el deporte, en especial el fútbol, y las empresas de apuestas. La conexión entre deporte y apuestas ha existido desde hace siglos; ya en la Antigua Grecia, durante los Juegos Olímpicos, la gente apostaba en las competiciones. Con el tiempo, esta práctica no ha dejado de crecer, y hoy en día las apuestas están muy presentes en el mundo del

deporte. En la siguiente imagen se puede ver cómo las apuestas han llegado a tener un impacto considerable en varias disciplinas deportivas.

Figura 2: ¿La Premier League tiene un problema con las apuestas?



Fuente: Armstrong, 2022, <https://bit.ly/3LqtZiF>

Traducción de la figura 2

Número de clubes que tienen como patrocinador principal en su camiseta a empresas de apuestas durante la temporada 22/23, por liga:

Premier League: 8

La Liga: 1

Ligue 1: 2

Serie A: 0

Bundesliga: 0

Es prácticamente imposible ver un evento deportivo sin notar que algunos de los patrocinadores están relacionados con las apuestas, y aquí es donde radica el problema. Las empresas de apuestas están más que dispuestas a aparecer en las camisetas y en los estadios de los clubes deportivos, y a cambio les entregan grandes sumas de dinero por hacerlo.

Legalmente, nada impide promover las apuestas, es un negocio como cualquier otro, y tanto las personas tienen derecho a apostar como las empresas de apuestas a ganarse la vida. Sin embargo, existen preocupaciones sobre la ética de que este tipo de empresas tengan tanta presencia en el deporte. Además, hay que considerar que la

disponibilidad de plataformas de apuestas, incluidas las redes sociales, que permiten apostar las 24 horas del día, ha impulsado aún más el fenómeno de las apuestas a nivel mundial.

Las investigaciones han mostrado que, con el aumento de la disponibilidad de apuestas en todo el mundo, cada vez hay más personas con problemas de adicción al juego. Esto no solo es un problema grave para quienes sufren estas adicciones, sino también para los gobiernos, que deben encargarse de su atención cuando desarrollan problemas de salud relacionados (McGee, 2020). Además, cada vez más jóvenes tienen acceso a las apuestas, lo que ha incrementado los problemas derivados de esta actividad, en parte porque apostar se ha vuelto algo socialmente aceptado. ¿Cómo no va a serlo si los anuncios están presentes en las camisetas de nuestros equipos favoritos y se ven en la televisión prácticamente todo el tiempo?

Sin embargo, los grupos de aficionados y otros actores vinculados al fútbol han comenzado a señalar las prácticas poco éticas de algunas empresas de apuestas. Un ejemplo son los anuncios que aparecen junto a las secciones de los programas de los partidos que están dirigidas a niños. También se ha criticado que estas empresas enfoquen sus esfuerzos en personas con evidentes problemas de adicción, incentivándolas a seguir apostando más dinero. Lo más sorprendente es que 72 clubes ingleses han firmado acuerdos con el patrocinador de la competición, Sky Bet, para recibir una parte de las

pérdidas que generan los apostadores que apuestan en sus propios equipos (Davies, 2022). Esto ha provocado acusaciones de que están aprovechándose económicamente de sus propios seguidores.

Al igual que sucede con la polémica en torno al patrocinio de apuestas, otras formas de patrocinio han generado reacciones similares. Algunos aficionados creen que ciertos clubes solo se preocupan por el dinero que obtienen de los patrocinadores. Para ellos, no importa el vínculo que se crea con un país u organización ni lo que esa relación pueda significar para ambas partes. Un ejemplo es el Arsenal FC, de la Premier League inglesa, que ha firmado un acuerdo de patrocinio con el país de Ruanda, a través de su junta de turismo, Visit Rwanda.

Figura 3. El patrocinio del Arsenal para la visita a Ruanda: impacto, críticas y opinión de los aficionados



Fuente: D'Urso & McNicholas, 2022, <https://bit.ly/41SQ1zN>

La asociación entre el Arsenal y Ruanda ha generado críticas entre algunos aficionados debido a los problemas del país, como las elecciones injustas, la represión de la oposición y la censura de los medios. Los seguidores sostienen que un equipo como el Arsenal no debería vincularse a un gobierno con este tipo de controversias. Además, esta relación le da legitimidad a Ruanda, que en lugar de ser conocido por su régimen político cuestionable, pasa a ser visto como patrocinador de equipos de fútbol de alto nivel, como también es el caso del PSG.

El Norwich City, cuando ascendió a la Premier League, también enfrentó un problema similar, aunque no con un país. Tras su ascenso,

el club buscaba un nuevo patrocinador y firmó un acuerdo con la casa de apuestas BK8 para que fuera su patrocinador principal. Sin embargo, el acuerdo fue rápidamente criticado por varios grupos de aficionados, no solo porque BK8 es una empresa de apuestas, sino también porque su página web estaba vinculada a contenido sexista (Bailey, 2021). El acuerdo, valorado en 5 millones de libras, fue cancelado solo tres días después, ya que los aficionados señalaron la contradicción entre este patrocinio y el trabajo comunitario del club, que apoyaba la campaña #hergametoo (también su juego), una iniciativa contra el sexismo en el deporte.

El club aceptó la crítica y publicó el siguiente comunicado a modo de disculpa y explicación: “Nuestro club no apoya ni respalda imágenes que resulten degradantes o que puedan incomodar, ya que no representan nuestros valores como club inclusivo y comunitario. No deberíamos asociarnos con ninguna entidad que promueva este tipo de contenido” (MacInnes, 2021, párr. 5).

El caso de Ruanda y otros acuerdos de patrocinio similares nos lleva a reflexionar sobre un fenómeno reciente: la creciente participación de Estados en la financiación del deporte. Aunque el patrocinio de organismos turísticos o aerolíneas nacionales ha sido común durante años, lo que ha cambiado es el aumento de fondos provenientes de entidades vinculadas directamente con los gobiernos de estos países.

Esta situación plantea un dilema importante en el deporte, especialmente en el fútbol, aunque también ocurre en otras disciplinas. Por un lado, la inversión es bien recibida porque puede hacer que las ligas sean más competitivas. Pero, por otro lado, preocupa quiénes tienen el control real de los equipos y qué intereses están detrás de esas inversiones, considerando lo que estos equipos representan para millones de aficionados.

En este contexto surge la pregunta de si es ético que los Estados inviertan tanto dinero en los clubes deportivos. Muchas de estas inversiones vienen acompañadas de grandes campañas publicitarias y sumas millonarias, lo que puede considerarse como una forma de «dopaje financiero». Estas enormes inversiones crean una ventaja financiera que otros clubes difícilmente pueden igualar, lo que genera una competencia desigual. Para evitar que este tipo de prácticas afecte de manera desproporcionada a la competición, se han establecido controles como el *fair play* financiero, un tema que abordaremos en el siguiente apartado.

Pero, aunque estas medidas parecen razonables, ¿no nos estamos olvidando de algo? El fútbol es, al fin y al cabo, un mercado como cualquier otro. Además, los clubes, ahora gestionados como empresas, buscan obtener el máximo beneficio económico. Entonces, ¿por qué no querrían aprovechar estas inversiones para llegar a lo más alto? ¿Deberíamos esperar que los clubes o las organizaciones deportivas apoyen reglas que limiten sus ingresos, incluso si esto va en contra de

sus propios intereses? Aunque los aficionados podrían querer que se limiten los gastos de los clubes rivales, esto no necesariamente beneficia a sus propios equipos. Aquí es donde surge el dilema entre lo que es ético y lo que no. Por ejemplo, muchos aficionados del Newcastle United están de acuerdo con la compra del club por parte del Fondo de Inversión Pública de Arabia Saudita (PIF); puesto que esta adquisición les ha permitido competir con los equipos más poderosos de la Premier League. Sin embargo, los seguidores de otros clubes no lo ven con tan buenos ojos, ya que esta situación añade presión sobre sus propios equipos, ya que ahora deben competir contra otro club con recursos financieros mayores, lo que afecta sus posibilidades de éxito.

Figura 4: Los aficionados del Newcastle celebraron con entusiasmo la compra del club, sin prestar atención a las críticas por el historial de violaciones de derechos humanos en Arabia Saudita



Fuente: Wilson, 2021, <https://bit.ly/40DIV2l>

Una de las mayores críticas a este tipo de inversiones es que algunos clubes son patrocinados por países como Arabia Saudita, donde se criminalizan los derechos de las personas LGBT+. Esto contradice directamente los valores de inclusión y derechos humanos que estos mismos clubes y ligas promueven. En este contexto, resulta difícil creer en la sinceridad de los valores que los clubes dicen defender cuando aceptan dinero de países con políticas tan opuestas.

Además, el hecho de que el deporte esté dejando de ser una actividad vinculada a las comunidades locales para convertirse en una industria altamente comercial no es bien visto por todos. Muchos sienten que el espíritu original del deporte se está perdiendo en una

especie de competencia desenfrenada por atraer inversiones, lo que lo aleja de sus raíces. Tal vez este sea simplemente el camino que ha tomado el deporte, una forma de progreso donde los aficionados ya no son el elemento más importante dentro de todo el sistema.

Hasta aquí hemos expuesto varios ejemplos de fuentes de financiación que, para algunos, podrían considerarse poco éticas. Pero, ¿cuáles son realmente las consecuencias de estos problemas? ¿A los aficionados les importa, o mientras su equipo esté ganando, el resto pasa a segundo plano?

Impacto de la financiación no ética

Los problemas que hemos mencionado no pasan desapercibidos; por el contrario, tienden a generar reacciones fuertes de aficionados, periodistas deportivos e incluso gobiernos. En especial, los aficionados del deporte son los que más alzan la voz cuando consideran que algo no es ético, y lo hacen de forma muy directa. Las redes sociales han amplificado esta posibilidad, permitiéndoles no solo discutir estos temas entre ellos, sino también interactuar directamente con sus clubes y otras organizaciones deportivas.

Un ejemplo claro es lo que ocurrió con el Norwich City. Los seguidores del club, al expresar su descontento, consiguieron que este reconsiderara algunas de sus decisiones comerciales. En situaciones como esta, los clubes se preocupan por el impacto que tales decisiones

pueden tener en su imagen, ya que un equipo que hasta entonces era visto como ético podría comenzar a ser percibido como una entidad que solo busca ganancias, sin importar las consecuencias. Esta mala imagen podría hacer que tanto los aficionados como otros socios se distancien del club, perdiendo así su apoyo.

En los últimos años, ha habido cambios en las normativas debido a la percepción de que algunos clubes han adoptado prácticas consideradas poco éticas. Un ejemplo que ya mencionamos es el *fair play* financiero en el fútbol. Este sistema se implementó porque algunos clubes, tras ser comprados por propietarios muy ricos, empezaron a gastar millones de libras, dólares o euros para fichar a los mejores jugadores. Esto se percibe como poco ético, no solo porque introduce una especie de «dopaje financiero», sino también por la preocupación sobre el origen de esos fondos. Si el dinero proviene de fuentes dudosas o cuestionables, por muy bien que el club intente actuar, siempre habrá críticas sobre sus decisiones y acciones.

Por otro lado, algunos clubes han tomado la iniciativa de distanciarse de ciertos tipos de patrocinios que se consideran poco éticos, como los de las casas de apuestas. De hecho, algunos equipos se han agrupado para rechazar este tipo de financiación, firmando un manifiesto contra las apuestas y haciendo pública su postura como parte de su imagen y estrategia de marketing.

Figura 5. Lewes FC y Gambling with Lives lanzan un programa educativo sobre las apuestas



Fuente: Lewes FC, 2021, <https://bit.ly/3AqzUOn>

La imagen mostrada es del Lewes FC, que forma parte del programa Gambling with Lives. Este programa busca que los clubes firmen un acuerdo comprometiéndose a no aceptar patrocinios relacionados con las apuestas. Esta decisión ha generado más interacción entre los seguidores y el equipo, y aunque ese no era el objetivo principal, también ha incrementado el interés por adquirir membresías y productos oficiales.

En algunos casos, la simple idea de «hacer lo correcto» y comportarse de manera ética no garantiza que personas o grupos lo hagan realmente. Para ello, es necesario establecer reglas y normativas claras.

Normas y reglamentos

En los deportes, está claro que no todos juegan siempre de forma limpia o siguen las reglas al pie de la letra. Algunos pueden hacer trampas antes, durante o después del partido, o incluso fuera del terreno de juego. Y lo mismo ocurre cuando hablamos del dinero y la financiación de los equipos. Un ejemplo reciente es el de la Juventus FC. Durante la pandemia de COVID-19, se les acusó de haber manipulado los salarios y las bonificaciones de sus jugadores. Hicieron esto para que las cuentas del club parecieran más saneadas de lo que realmente estaban. Al inflar los números, el club pudo dar la impresión de estar en una mejor situación financiera que sus competidores, lo que les ayudó a evitar sanciones en la Serie A y las competiciones de la UEFA en las que participan. Todo esto fue muy cuestionado por considerarse poco ético.

El caso de la Juventus no es el único donde se ha intervenido debido a prácticas financieras poco éticas, pero es un buen ejemplo de por qué son necesarias reglas claras. Además, en este caso, el problema fue más grave porque el club está cotizada en la bolsa de valores de Italia, lo que significa que todas sus cuentas deben ser reportadas de

manera precisa. La manipulación de sus finanzas no solo fue una falta ética, sino también ilegal, ya que engañaron a los inversores y autoridades financieras. Esto demuestra la importancia de contar con normas estrictas que regulen las finanzas en el deporte.

Sin embargo, aunque estas normativas existen, no siempre resulta fácil hacer que se cumplan. Un buen ejemplo son los clubes patrocinados por Estados, algo que ya mencionamos antes. Este tipo de patrocinios suele considerarse poco ético debido a las políticas controvertidas de algunos de estos países. Además, muchos de estos acuerdos no respetan el *fair play* financiero, que busca evitar que algunos clubes tengan ventajas desproporcionadas por disponer de grandes cantidades de dinero. Algunos de los clubes más importantes han sido expulsados de competiciones europeas por no cumplir estas normas financieras, aunque en varios casos las sanciones más severas fueron anuladas tras apelaciones legales, lo que complica la aplicación efectiva de las reglas.

Este ejemplo demuestra que, aunque las leyes y normativas estén claras, no siempre se aplican las sanciones correspondientes. Si ya es complicado hacer cumplir las reglas legales, lo es aún más cuando hablamos de cuestiones éticas.

Una manera de abordar este problema es condicionar la financiación de los clubes a que mantengan una conducta ética. UK Sport, por ejemplo, solo financia a las organizaciones deportivas que cumplen

con ciertos estándares. Así, si un club no sigue estas pautas, puede perder la posibilidad de acceder a más fondos en el futuro.

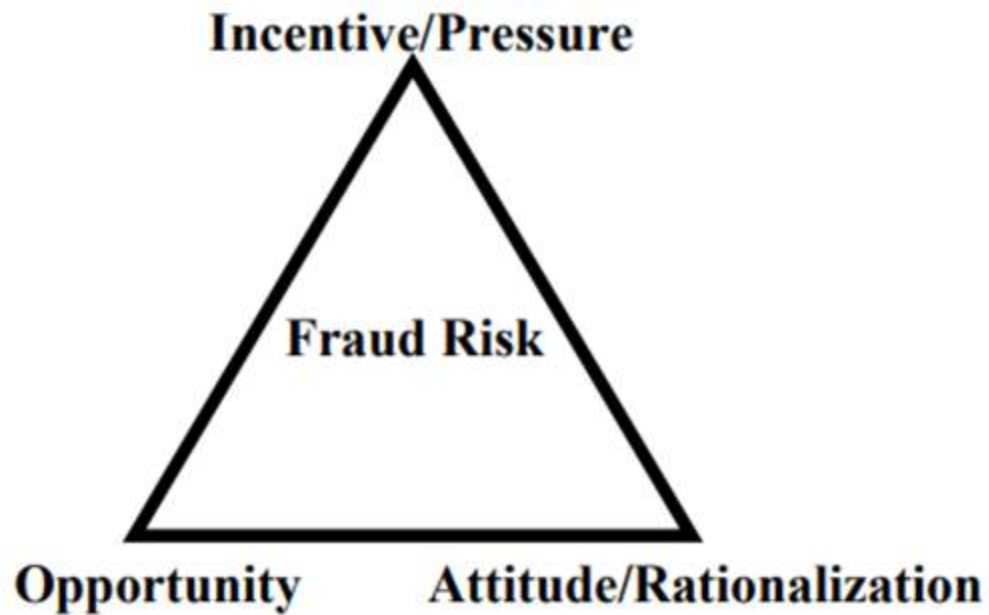
Aunque existen organismos que regulan estas prácticas y hay herramientas legales para enfrentarlas, no siempre se logra frenar la financiación poco ética. Esto nos lleva a una cuestión más amplia: ¿qué hace que sea tan difícil controlar este tipo de situaciones? Este tema será tratado a continuación.

¿Por qué es difícil controlar la financiación poco ética?

Hay muchas razones por las que algunas personas creen que pueden actuar de forma poco ética. De hecho, probablemente hay demasiadas razones como para analizarlas todas aquí, por eso vamos a utilizar el concepto del triángulo del fraude para organizar las ideas. Ahora bien, no todos los casos de financiación poco ética tienen que ver con el fraude. A veces son solo errores o falta de conciencia sobre las consecuencias que puede tener aceptar cierto tipo de dinero y cómo reacciona la sociedad ante ello.

Sin embargo, en otros casos, la financiación sí puede estar relacionada con métodos ilegales. El triángulo del fraude se basa en tres factores: incentivos, oportunidad y racionalización. Cuando se dan estos tres elementos, las probabilidades de que ocurra un fraude son muy altas. Si solo se cumplen uno o dos de estos puntos, el fraude aún es posible, pero es menos probable que suceda.

Figura 6. El triángulo del fraude



Fuente: Turner, Mocky y Srivastava, 2003, p. 1

Traducción de la figura 6:

Riesgo de fraude

- Incentivo/Presión
- Oportunidad
- Actitud/Racionalización

Si aplicamos el triángulo del fraude al contexto de la financiación en el deporte, podríamos pensar que el incentivo o la presión están relacionados con la necesidad de ganar partidos o mejorar la posición en la liga. La oportunidad surge cuando se presenta una oferta de financiación a un club o a una organización deportiva. Después llega la racionalización, con preguntas como: «¿es realmente poco ético?», «¿alguien se dará cuenta?», o «¿importa que sea poco ético, si estamos ganando?».

En el mundo del deporte, estos factores pueden tener mucho peso, especialmente por lo competitivo que es el mercado. Por eso, no es sorprendente que a veces surjan problemas relacionados con la ética en la financiación. Entonces, si en algunos casos la financiación del deporte no es completamente ética y el propio deporte tampoco lo es siempre, ¿cómo podemos financiarlo de una manera más ética?

Financiación ética del deporte

A continuación, presentamos algunas sugerencias sobre cómo financiar el deporte de manera más ética. No podemos asegurar que estas ideas vayan a funcionar ni que vayan a generar los mismos ingresos que en otros momentos. Sin embargo, en la actualidad, donde cada decisión de los clubes es observada y criticada por el público y los medios, es algo que se debería considerar.

Primero, es fundamental cumplir con las reglas de la liga o con las normativas nacionales bajo las que opera la organización deportiva. Esto le proporciona al club una mayor seguridad, evitando sanciones relacionadas con su financiación. Aunque podría haber críticas por parte de los aficionados, al menos se evitarían problemas como multas o pérdida de puntos.

En segundo lugar, es importante tener en cuenta a los aficionados y a los socios de la organización. Aunque no siempre sea fácil prever cómo van a reaccionar, es fundamental conocer sus opiniones y perspectivas. Si no se les escucha, las consecuencias podrían ser incluso peores que una simple multa, como la pérdida de respeto y apoyo por parte de los seguidores.

Finalmente, encontrar patrocinadores o fuentes de financiación que sean éticas no solo puede asegurar ingresos, sino también generar orgullo para el club. Si estas asociaciones se consideran éticas, tanto los aficionados como el público en general podrían valorar más a la organización. Esto, a su vez, podría aumentar el interés en el club, lo que eventualmente se traduciría en más beneficios económicos. Además, una buena reputación, aunque no tenga un valor económico directo, puede ser muy valiosa si se utiliza de manera adecuada.

Debemos recordar que es prácticamente imposible que todas las decisiones agraden a todo el mundo, sin importar lo buenas que sean nuestras intenciones. Sin embargo, podemos intentar seguir estas

recomendaciones y actuar siempre pensando en el bienestar tanto de la organización como del deporte en general.

Para poner todo esto en contexto, a continuación presentaremos algunos casos prácticos.

Estudios de casos

A continuación, analizaremos dos estudios de caso: el club de futsal holandés 't Knooppunt y el club de fútbol inglés Blackpool FC. Ambos tienen historias que nos permiten comprender mejor el mundo de la financiación en el deporte.

't Knooppunt Futsal

Un caso reciente y bastante curioso es el del equipo de futsal holandés 't Knooppunt, originario del barrio De Pijp en Ámsterdam. El futsal, una variante del fútbol que se juega en interiores con equipos de cinco jugadores, fue el deporte en el que comenzaron jugando en ligas menores de los Países Bajos. Sin embargo, en muy poco tiempo, lograron ascender rápidamente a las ligas superiores y comenzaron a atraer a jugadores de alto nivel.

Después de subir a la primera división, el equipo tuvo un rendimiento destacado y contrató a varios jugadores internacionales. Poco después, ganaron el título de liga y alcanzaron la fase de grupos de la

Champions League de Futsal, donde fueron eliminados por el Barcelona (Postma, 2017). Sin embargo, la Real Asociación Neerlandesa de Fútbol comenzó a investigar cómo el club había logrado este ascenso tan rápido.

Figura 7. El sueño de 't Knooppunt se hace realidad con un partido ante el Barcelona



Fuente: NOS, 2017, <https://bit.ly/3VazcOL>

La policía holandesa había sido alertada de que varias personas vinculadas al crimen organizado de Ámsterdam asistían con frecuencia a los partidos del equipo. El ambiente en los encuentros,

especialmente en los partidos locales y en las finales, era tenso y en ocasiones se descontrolaba, como muestra esta cita:

“Los aficionados invadieron el campo, golpearon al portero del equipo rival y robaron la copa y las medallas... Un video muestra cómo persiguen a un jugador [del equipo contrario] hasta los vestuarios” (NOS, 2018, p. 5).

La situación empeoró durante la temporada 2017/2018, cuando la policía empezó a investigar de dónde venía el dinero que financiaba al club. Pronto se descubrió que los sueldos de los jugadores y entrenadores estaban siendo pagados por personas relacionadas con el crimen en Ámsterdam. Aunque esta financiación llevó al equipo al éxito, también atrajo la atención de las autoridades. La policía temía que los conflictos entre bandas terminaran ocurriendo durante los partidos, al punto de advertir a algunos directivos del club que evitaran asistir a los encuentros.

La historia de 't Knooppunt llegó a su final en el verano de 2018, cuando, debido a sus vínculos con el crimen organizado, se les prohibió alquilar cualquier cancha de futsal en la ciudad de Ámsterdam. Como consecuencia de esto, y de la investigación en curso sobre el origen de los fondos del club, la Real Asociación Neerlandesa de Fútbol los expulsó de todas las competiciones. Este caso es un claro ejemplo de cómo la financiación poco ética, en este caso vinculada al crimen organizado, puede afectar al deporte, implicando a jugadores de alto

nivel y a asociaciones tanto nacionales como internacionales, y perjudicando la imagen del club y del propio deporte.

Club de fútbol Blackpool

El Blackpool FC es un equipo de fútbol inglés del noroeste de Inglaterra que actualmente compite en la segunda división, conocida como el Championship. El club es recordado por haber ganado la FA Cup cuando contaba con el legendario jugador Stanley Matthews, y por su breve paso por la Premier League a principios de los 2000. Desde los años 80 hasta 2019, el club estuvo en manos del empresario local Owen Oyston.

Las protestas de los aficionados comenzaron después del descenso del equipo de la Premier League al final de la temporada 2010/11. Los hinchas esperaban que parte del dinero que el Blackpool había ganado durante su estancia en la Premier League —a través de ingresos por transmisiones, patrocinios, premios y venta de entradas, entre otras fuentes— se reinvirtiera en el equipo. Sin embargo, se supo que muy poco de ese dinero se utilizó para el club, ya que una gran parte fue a parar directamente al propio Oyston. Se informó que se había pagado a sí mismo 11 millones de libras como salario, justificando que lo merecía por las inversiones que había hecho en el club a lo largo de los años (Conn, 2018). Ante esta situación, y al ver que el dueño emprendía acciones legales contra quienes lo criticaban, los aficionados decidieron tomar medidas.

Figura 8. Blackpool. Los aficionados que boicotearon el club se preparan para el regreso tras la salida de Oyston



Fuente: Poole, 2019, <https://bit.ly/3L3XrJZ>

El conflicto con Oyston no empezó en 2014, aunque fue ese año cuando las protestas de los aficionados empezaron a captar la atención de los medios nacionales e internacionales. Los hinchas llevaban tiempo pidiendo su dimisión, especialmente después de que fuera encarcelado por la violación de una adolescente. Además, estas protestas coincidieron con una demanda presentada por Valeri Belokon, quien acusó a Oyston de incumplir un acuerdo verbal sobre la distribución de las acciones del club (Conn, 2018).

Desde el punto de vista ético, este caso resulta muy interesante. Legalmente, Oyston no violó ninguna norma en cuanto a la gestión del club, su participación en las competiciones o la redistribución de fondos; todo estaba dentro de lo permitido por la ley. No obstante, se podría decir que no fue la presión de los aficionados lo que finalmente llevó a la venta del club, sino el juicio con Belokon.

Para los aficionados, las decisiones de Oyston no eran ilegales, pero sí les parecían inmorales. Ni la Federación Inglesa de Fútbol, ni la EFL, ni la policía podían hacer nada al respecto. Los hinchas creían que se debería haber encontrado una forma de quitarle el control del club antes de que la situación empeorara tanto. A pesar de todo, Oyston seguía financiando al equipo y, como dueño, tenía derecho a manejar el club como quisiera.

Ahora bien, ¿se puede considerar esta situación poco ética? Todo depende de a quién creamos que el deporte debe rendir cuentas: ¿a los aficionados o a quienes ponen el dinero? En un mundo ideal, la respuesta sería clara, pero la realidad es otra. Entonces, ¿se puede hacer algo para cambiar esto? Por ahora, no parece que tengamos una respuesta definitiva.

Resumen

En esta lectura, analizamos los fundamentos de la financiación en el deporte, por qué es necesaria y los problemas que surgen al tratar de

asegurar que provenga de fuentes éticas. También vimos qué implica una fuente poco ética y cómo puede afectar tanto a la organización como a las personas relacionadas con el club. Además, comentamos lo complicado que es detener estos tipos de financiación, y cómo, a pesar de las regulaciones, siguen presentes. Para finalizar, presentamos dos estudios de caso que ilustran los problemas que pueden surgir en torno a la financiación deportiva.

[CONTINUAR](#)

Referencias

Agini, S. y Ralph, O. (2022). Las acciones de la Juventus caen tras la dimisión de la directiva. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/204d598b-9a74-4139-8c9f-1abf80b2e9c1>

Armstrong, M. (2022). ¿Tiene la Premier League un problema de apuestas? *Statista*. <https://www.statista.com/chart/16356/europe-football-leagues-gambling-shirt-sponsors/>

Bailey, M. (2021). Norwich City cancela el polémico patrocinio de la camiseta con BK8 después de tres días. *The Athletic*. <https://theathletic.com/4210158/2021/06/09/norwich-city-cancel-controversial-shirt-sponsorship-with-bk8-after-three-days/>

Blissett, J. (2022). ¿Cómo puede beneficiar a tu marca el patrocinio deportivo? *Sporting Her*. <https://sportingher.com/how-can-sport-sponsorship-benefit-your-brand/>

Conn, D. (2018). Los Oystons de Blackpool no cumplen con el plazo para el pago de 10 millones de libras a Belokon. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/football/2018/feb/01/blackpool-karl-owen-oyston-miss-deadline-payment-belokon>

Davies, R. (2022). Revelado: los clubes de la Liga de Fútbol se llevan una parte de las pérdidas de los apostadores con SkyBet. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/football/2022/sep/28/football-league-clubs-taking-cut-of-gamblers-losses-with-skybet>

D'Urso, J. y McNicholas, J. (2022). Patrocinio de la visita del Arsenal a Ruanda: impacto, críticas y opinión de los aficionados. *The Athletic*. <https://theathletic.com/3382273/2022/06/27/arsenal-visit-rwanda-sponsorship/>

Kvalens, Ø. y Hemmestad, L.B. (2010). Lagunas éticas en el deporte. *Etikk I Parksis*, 4 (1), 57-67. <http://dx.doi.org/10.5324/eip.v4i1.1740>

Lewes FC. (2021). Lewes FC y Gambling with Lives lanzan un programa de educación sobre el juego. <https://lewesfc.com/news/lewes-fc-and-gambling-with-lives-launch-gambling-education-programa/>

MacInnes, P. (2021). Norwich City cancela el acuerdo de patrocinio de BK8 por marketing sexualizado. *The Guardian*.

<https://www.theguardian.com/football/2021/jun/10/norwich-axe-bk8-sponsorship-deal-over> -marketing sexualizado

McGee, D. (2020). Sobre la normalización de las apuestas deportivas en línea entre hombres adultos jóvenes en el Reino Unido: una perspectiva de salud pública. *Salud pública*, 184, 89-94. <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2020.04.018>

NOS. (2017). *El sueño de 't Knooppunt se hace realidad con un partido contra el Barcelona.* <https://nos.nl/artikel/2204018-met-wedstrijd-tegen-barcelona-komt-droom-t-knooppunt-uit>

NOS. (2018). *'Recherche temía la liquidación' en el club de fútbol sala 't Knooppunt* . <https://nos.nl/artikel/2242402-recherche-was-bang-voor-liquidatie-bij-zaalvoetbalclub-t-knooppunt>

Poole, H. (2019). Blackpool: los hinchas que boicotearon el club se preparan para un regreso emotivo tras la salida de Oyston. *BBC*. <https://www.bbc.co.uk/sport/football/47392440>

Postma, A. (2017). 't Knooppunt en la Champions League de fútbol sala. *La Palabra*. <https://www.parool.nl/sport/t-knooppunt-in-de-champions-league-van-het-zaalvoetbal~ba79879e/>

Turner, J.L., Mock, T.J. y Srivastava, R.P. (2003). *Un análisis del triángulo del fraude*. Documento de trabajo de la Universidad de

Memphis.

Wilson, J. (2021). *Los aficionados del Newcastle hablan de sufrimiento, pero ¿qué hay del verdadero sufrimiento en Arabia Saudita? The Guardian.*

<https://www.theguardian.com/football/blog/2021/oct/09/newcastle-fans-speak-of-suffering-but-what-about-actual-suffering-in-saudi-arabia-takeover>

CONTINUAR