

/Notas de Análisis//

¿Petróleo Champions League?

**Por Bruno Wahrmann.*

A fines del año pasado, el pequeño emirato árabe de Qatar fue elegido por la FIFA como sede del mundial 2022. Para muchos fue una sorpresa. Para los que siguen de cerca al país sabrán que no. Fruto de notables políticas de apertura al mundo a través de organizaciones benéficas, fundaciones, Qatar, así como otros países árabes buscan, a través del fútbol, posicionarse internacionalmente en el mundo de los negocios, inversiones y negocios inmobiliarios. La aparición de los árabes en el fútbol europeo, inyectando cifras descomunales a través de compras de cuadros enteros o simplemente con acuerdos multimillonarios de sponsorización en remeras y equipos deportivos, es un fenómeno que los aficionados del deporte seguramente habrán notado.



Fuente: Diario Marca

A base de ejemplo, el Fútbol Club Barcelona, es uno de los pocos equipos que históricamente nunca ha tenido sponsors en su camiseta. La tradición se rompió en el año 2006 a través de un acuerdo con Unicef para que aparezca su logo, lo que no le dejaba ganancias al club. Este año, se firmó por primera vez en la historia del club un acuerdo comercial con Qatar Foundation, algo que muchos socios de la institución criticaban.

Las razones son claras, "... reportará a las arcas del club un total de 165 millones de euros..." (1) en un período de cinco años, lo que asegurará un flujo de dinero en vistas a una posible recesión de la economía.

Ahora, ¿qué es Qatar Foundation? Presidida por la esposa del emir de Qatar Hamad bin Jalifa Al Thani, conocido por iniciar la modernización del país permitiendo, por ejemplo, a mujeres ejercer estudios universitarios, es una institución que según la página oficial (2) se dedica a promover la educación, desarrollo comunitario e investigación científica. También en España, el equipo de Málaga gastó cifras impensables para un equipo de tal calibre en la adquisición de jugadores

como Van Nistelrooy, Cazorla, Baptista y Demichelis. Todo ello fue posible gracias al aporte del nuevo presidente y mayor accionista del club, el jeque árabe Abdullah Bin Nasser Al-Thani, primo del emir de Qatar y miembro de la familia real de ese país, que desembolsó aproximadamente 50 millones de euros para la compra de acciones, pago de deuda del club y fichajes de jugadores.



Fuente: Intereconomia.com

No solo España se vio beneficiada por la llegada de “petrodólares” al mercado del fútbol. Inglaterra es otro país donde se refleja la misma realidad. Tal es el caso del Arsenal Fútbol Club, cuyo estadio es el “Emirates Stadium”, gracias a un acuerdo con la aerolínea Emirates, la más grande de los Emiratos Árabes Unidos, por 100 millones de libras esterlinas (3).

A su vez, desembolsando casi 500 millones de dólares (4), Mansour bin Zayed bin Sultan Al Nahyan, hermano del mandatario de Abu Dhabi, el emirato más rico dentro de los EAU compró el Manchester City a través del fondo para inversiones Abu Dhabi Investment Authority (ADIA). A su vez, se firmó un acuerdo con las aerolíneas de Abu Dhabi, Etihad Airways para la promoción en la camiseta así como en el nombre del estadio, Etihad Stadium. Otros cuadros que se suman a los adquiridos por árabes son el Paris Saint Germain francés y el Portsmouth inglés o el Getafe español.

Parecería que, de un momento a otro, se instauró una tendencia por parte de varios jeques árabes a destinar cifras millonarias en este deporte. Existen diferentes teorías del porqué invertir en el fútbol.

Tal como menciona Gianni Agnelli, propietario del Juventus Football Club, es preferible eso a comprar pinturas para almacenarlas en una bóveda, propiedades, o caballos de carrera. “Es algo irresistible.” (5) De hecho, más de la mitad de los cuadros de la liga inglesa son propiedad de grupos de inversión extranjeros y aun cuando haya un grupo de estadounidenses que compraron el Liverpool F. C., resulta casi imposible

competir con las ofertas y salarios que están dispuestos a desembolsar los árabes. Hace años que hay rumores sobre la venta de ese club al Dubai International Capital, grupo inversor de Dubai. Pero hay algo más que placer en estos negocios.

Claramente, al hacerse con cuadros de fútbol, el deporte más popular del mundo, los dueños ganan notoriedad y popularidad a través de artículos en la prensa deportiva que llegan a un número mucho mayor de lectores que cualquier semanario de finanzas. Por otro lado, parecería que alrededor de estos clubes, aunque no sean “grandes” a nivel internacional, se forman verdaderos centros de inversión y de negocios, ejemplificado a través del proyecto urbanístico en las inmediaciones del estadio del Manchester City. En Málaga por su parte, se le adjudicó el proyecto de ampliación y explotación del puerto al jeque propietario del club.

No es casualidad que la mayoría de los jeques hayan estudiado en las mejores universidades y tengan por detrás imperios de marcas, bancos, grupos financieros y empresas. A través del fútbol, que capta millones de personas a través del globo, se busca posicionar a las empresas árabes en los ojos del mundo y como líderes del mercado. Posiblemente, el fútbol sea simplemente el puntapié inicial de lo que puede ser futuras inversiones y consolidación de los jeques árabes como empresarios líderes también en Occidente.



Fuente: Arsenal.com

¿Y qué queda para los simpatizantes y amantes del fútbol? La inversión extranjera en sus equipos les abre posibilidades de contratar a jugadores que no hubiesen ido a jugar allí si no fuera por descomunales sueldos y premios. Hay gran expectativa de que la inversión dé sus frutos y se conquisten títulos. Esa posible gloria será compartida con los jeques, “salvadores” del prestigio del equipo que competidor en los grandes torneos como la UEFA Champions League, conocida como Copa de Europa de Campeones, cuando en realidad el nombre adecuado sería Petróleo Champions League.

Fuente : ifootballshirts.co.uk

(1) http://www.mundodeportivo.com/20110901/fc-barcelona/el-barca-sometera-el-acuerdo-con-qatar-foundation-a-la-votacion-de-la-asamblea_54209275465.html

(2) <http://www.qf.org.qa/>

(3) <http://www.guardian.co.uk/media/2004/oct/05/business.marketingandpr>

(4) http://www.bbc.co.uk/blogs/philmcnulty/2010/08/eastlands_sheikh_mansour_bin_z.html

(5) <http://www.nytimes.com/2008/09/03/business/worldbusiness/03soccer.html>

**Estudiante de la Licenciatura en Estudios Internacionales.
FACS - ORT*