



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD IZTAPALAPA
DIVISIÓN DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA

Tesina

“El baloncesto: análisis económico, su crecimiento y desarrollo actual”

LICENCIATURA EN ECONOMÍA

PRESENTA: Carlos Flores Ochoa

ASESORA PRINCIPAL:
Dra. Elizabeth Guadalupe Concha Ramírez

Iztapalapa, Cd. Mx.

Julio 2020

Dedicatoria:

“Si el murmullo de mi voz escuchas por ahí, recuerda que no te haz vuelto loco, es sólo, que a pesar de no estar contigo, siempre te acompañare a donde vayas”.

Hace tiempo te dedique esa frase, pero te fuiste al único lugar donde no te puedo acompañar. Sin embargo, aun escucho el murmullo de tu voz, me motiva cada día a ser mejor. Hoy, aunque ya no pueda verte, se que estás conmigo. Y quiero dedicarte todo el esfuerzo, compromiso y dedicación que conlleva está trabajo.

Llegará un momento donde desaparezca, hasta el polvo de nuestros huesos, pero las palabras perduran en la eternidad, y es mi deseo, que tu nombre perdure en este trabajo, así como perdurará en mi corazón.

T.S.P.R.

Índice:

Introducción	4
1. El baloncesto, deporte y fenómeno económico	7
1.1 Contexto histórico	7
1.2 La economía y el baloncesto, el negocio	15
1.2.1 Demanda en el Deporte	20
1.2.2 Oferta en el deporte	21
2. Modelos basquetbolísticos económico-deportivos	27
2.1 Modelos y estructuras económicas aplicadas al deporte	27
2.1.1 organizaciones basquetbolistas	30
2.1.1.1 FIBA	30
2.1.1.2 FIBA África	31
2.1.1.3 FIBA América	31
2.1.1.4 FIBA Asia	32
2.1.1.5 FIBA Europa	33
2.1.1.6 FIBA Oceanía	34
2.1.2 Ciclos económico –deportivos	35
2.1.2.1 El deporte, El basquetbol, la mercancía.	35
2.1.2.2 Ciclo M-D-M (Mercancía- Dinero- Mercancía)	35
2.1.2.3 Ciclo D-M-D (Dinero- Mercancía- Dinero Plusvalor).	36
2.1.3 Tipos de estructuras económico-basquetbolísticos	37
2.1.3.1 Institución- Deporte- Capital	37
2.1.3.2 Estado- Deporte – Capital	38
2.1.3.3 Empresa- Deporte- Capital	38
2.1.3.4 Estructura Mixta	39
2.2 Los medios de comunicación en el baloncesto	39
2.3 Modelo económico de la liga ACB (España.)	41
2.3.1 La liga ACB	42
2.4 Modelo económico de la NBA (EE. UU.)	47
2.4.1 La NBA	50
2.5 Modelo económico de la LNBP (México)	54
2.5.1 La LNBP	56
2.6 Análisis comparativo entre EUA y España.	59
3. Los triunfos deportivos y sus resultados económicos	62
3.1 Impacto económico de los triunfos deportivos	63
3.2 Competencias basquetbolísticos	65
3.3 Caso selección española de baloncesto.	70
3.4 Rendimiento deportivo y rendimiento económico.	72
Conclusiones	74
Referencias	77

Introducción

En un sentido amplio la economía es la ciencia de las leyes que rigen la producción, la circulación y la distribución de los bienes y servicios necesarios para la vida en las sociedades humanas, a raíz de ello las distintas sociedades plantean ciertas interrogantes: ¿Qué se produce?, ¿Cómo se produce? Y ¿Para quién se produce?

A lo largo del tiempo las interrogantes a las que se hace mención, han sido los principales planteamientos y cuestionamientos que envuelven a los economistas, donde se han identificado problemas y se ha tratado de dar respuesta a los distintos fenómenos económicos que se encuentran en el mercado, dichos problemas, planteamientos y un sinnúmero de decisiones individuales, así como efectos de las mismas constituyen la economía como la conocemos hoy en día.

Dentro de todos los terrenos en los que se desenvuelve la economía como tal, se encuentran algunos que, con el transcurso del tiempo y aunque la naturaleza fuese muy distinta a los inicios, refiriéndose con esto a que, en un principio, distintos fenómenos económicos tenían otros fines totalmente alejados de los económicos. En el presente y gracias a distintos factores dentro de la sociedad y la evolución humana, se han convertido en parte de las industrias y sectores que envuelven a la economía; tal es el caso del deporte y en su caso específico el del baloncesto profesional.

Hoy en día el baloncesto ha dejado de ser sólo una actividad que se practica exclusivamente para satisfacer solo algunas necesidades, que se juega y se realiza por diversión y para ocupar los momentos de ocio, para salir de la rutina del día a día o bien mantenerse en forma. El baloncesto como lo conocemos en la actualidad forma parte de una industria: “la industria del espectáculo” formando dentro de la misma la llamada: “industria del baloncesto”, industria que tiene como materia prima el espectáculo, entendiendo por este el juego mismo y va dirigido al público en general, de todas las edades y clases sociales del mundo entero.

El detonante de esta industria basquetbolística así como la mayoría de las industrias a nivel macro económico es la globalización y es a partir de ella que el baloncesto comienza a ser un fenómeno sumamente atractivo para empresas de distinta índole, donde se comienza a pensar y a generar un ciclo económico dentro del baloncesto, ciclo que contiene oferta de parte de los productores y demanda por parte de los consumidores que en este caso es la afición como tal, cuánta gente no paga miles de pesos para comprar la playera de su equipo favorito, o para asistir a un partido a un partido en vivo, o sintonizar la transmisión de un juego, al hacerlo estamos consumiendo el producto de esta industria, estamos siendo parte del ciclo económico del deporte.

La economía naturalmente cuenta con sectores dentro de ella o campos de estudio, en este caso el deporte y el baloncesto forman parte de la actualidad económica a nivel internacional al ser una industria como tal y ser estudiada en el sector de la economía del deporte.

La economía del deporte es un sector de la misma economía que trata asuntos en cuanto a la repartición y distribución de recursos dentro del deporte, cualquiera que este sea, siempre y cuando, cumpla con una estructura la cual permita hacer del deporte un fenómeno no solo en

su ámbito natural, es decir en el deportivo, sino también en sus peculiaridades, estructuras y agentes económicos.

La peculiaridad en el estricto ámbito económico que están inmersas dentro del baloncesto las podemos apreciar si tomamos como referencia su evolución y como el baloncesto se ha transformado de ser en sus inicios una actividad deportiva a ser hoy en día un negocio; específicamente cuando se plantea que es más importante el lucrar y obtener ganancias por medio de esta actividad, que el simple hecho de satisfacer una necesidad o realizarlo por diversión.

Las ganancias que se generan dentro del baloncesto las podemos apreciar en la venta de taquillas para un juego, la venta de productos de los diferentes equipos, la vendimia que se da dentro de los estadios, los derechos de transmisión, y un sinnúmero de actividades económico-financieras que hacen que se sobrepase al simple juego; ya que al ser más importante el negocio, los agentes que intervienen en el baloncesto (dichos agentes son los dueños de los equipos, quienes son los productores; la materia prima, que son los jugadores, el estadio, medios de comunicación o infraestructura que es donde se consume este espectáculo para satisfacer una necesidad) parecieran olvidarse de la esencia del mismo deporte; es decir, ahora se ha vuelto más importantes las cantidades de dinero que se manejan al ser el patrocinador de un equipo o selección, que el simple hecho de que dicho equipo sea protagonista en una competencia relevante.

El estudio del deporte dentro de la economía es relativamente nuevo, el siglo XIX ha sido un parteaguas para esta industria y es a partir de este que se encuentra y enfocan los fenómenos económicos aplicados al deporte en países principalmente desarrollados como Estados Unidos, España, Rusia o Australia pero existen muchas lagunas dentro de este estudio económico-deportivo, los estudios realizados van más encaminados hacia la estadística y pocos hacia las repercusiones o impactos de un fenómeno económico-deportivo.

La siguiente investigación cobra importancia por el hecho de que la economía estudia y está presente en aspectos cotidianos, sociales, geográficos, políticos, etc., pero también está presente en el deporte y su desenvolvimiento hacia el ocio, es decir, la expresión actual del capitalismo de acumulación financiera, financierización, se involucra en lo todo lo que toca el ser humano.

Es interesante conocer cómo se genera este ciclo económico- deportivo y cómo interactúan en este caso todos los agentes tanto económicos como deportivos para generar plusvalía y ganancias en ambos casos, pero también surge una interrogante y es: ¿Cómo está estructurada la industria basquetbolística?

La estructura dentro de la industria del baloncesto varía según el país de quien se trate así como el grado de desarrollo y los objetivos primordiales de cada país, pero a nivel internacional el regulador deportivo es la Federación Internacional de Baloncesto (FIBA) quien es la encargada de velar por aspectos deportivos fundamentales, estructuras y organización de los eventos a nivel mundial.

Al entender el baloncesto como deporte también lo podemos relacionar con la economía e investigar, plantear y formular nuevas teorías acerca de fenómenos deportivos.

Los economistas fundamentan y sostienen 2 razones principales por las cuales se interesan en deportes como el baloncesto:

Primero: los deportes profesionales de equipo pueden sustituir un laboratorio para los economistas, puesto que podemos observar el comportamiento natural de un mercado, así como se pueden analizar distintas teorías por ejemplo podemos aprender mucho sobre la teoría del cartel.

En segundo lugar, las ligas han establecido sus políticas e incentivos de tal suerte que provocan comportamientos que en otras industrias pueden ser considerados como anticompetitivos, esto permite a los economistas estudiar como funcionarían ciertas leyes en otros mercados.

Esta investigación se dividirá en 3 capítulos donde, en el primero se darán a conocer los aspectos específicos de la historia del baloncesto y como ha ido evolucionando hasta ser en la actualidad un negocio sumamente rentable, en el segundo se hablará de cómo ha evolucionado el baloncesto desde su esencia hasta convertirse en un ciclo económico que genera plusvalía dentro de los ciclos económico- deportivos; asimismo se analizarán los aspectos de una de las ligas más importantes a nivel internacional, la Española, para estudiar su estructura económica y el porqué es exitosa, si es que lo es, económica y deportiva mente, así como también se analizará la estructura de la NBA, y también se analizará la estructura de la liga de baloncesto en México en la actualidad y por último en el tercer capítulo se dará una explicación acerca de cómo los resultados deportivos impactan en la economía y viceversa en específico se tomará el caso de la selección mexicana de baloncesto.

La intención de este trabajo es mostrar que las leyes de la economía también existen dentro del deporte, en este caso del baloncesto y que se puede analizar y comparar como cualquier otro fenómeno económico: la migración, la vivienda, etc.; y que no podemos dejar de mirar a todas las esferas en las que se encuentran factores económicos interactuando de manera continua como lo es el deporte en la actualidad sin estudiarlos y analizarlos desde su aspecto económico.

Por último agregar agradecimientos a las UAM y bibliotecas consultadas

Capítulo 1. El baloncesto, deporte y fenómeno económico

1.1 Contexto Histórico

En este capítulo se dan definiciones tanto de economía, deporte, específicamente del baloncesto y, para comprender la naturaleza de éste, se tomarán en cuenta un poco de su historia para que, a partir de ello, podamos relacionarlo de manera directa con la economía y cómo interactúan los individuos en esta llamada industria¹ del baloncesto espectáculo, la cual es derivada de la industria del ocio; industria que como detonante tiene la globalización, según González (2018) en el caso de una de las ligas más importante del mundo, la globalización se está dando cada vez con más fuerza.

Para familiarizar el baloncesto como parte del sistema económico², se debe situar en el sector de la industria del espectáculo y en el cual encontramos que satisface primordialmente la necesidad del ocio en el ser humano, y se relaciona también, directamente como un negocio, haciendo alusión al fútbol que como negocio tiene el deporte como base, el espectáculo como atracción y los jugadores como elemento de inversión y coste (Barajas, 2007:13), negocio que forma parte de la industria del ocio y por ende podemos decir que existe una industria del baloncesto asociación en la actualidad, esta industria es muy interesante y se vuelve aún más si es analizada desde el punto de vista económico.

Se ha dicho que la economía es la más vieja de las artes y la más nueva de las ciencias; la economía no es desde luego un arte, si no es simplemente una ciencia incipiente y por lo tanto tiene un conocimiento imperfecto. Si bien algunas cuestiones económicas están y son tratadas desde la antigüedad, y aunque el fundador de la ciencia económica se atribuye a William Petty (1623-1687), la primera formulación general es imputada a Adam Smith, que, en su libro *La Riqueza de las naciones* en 1776 sistematizó el saber existente hasta entonces en el terreno económico, le dio su sello y facilitó su desarrollo posterior.

Desde Petty, pasando por Marx y hasta nuestros tiempos, los economistas han identificado algunos de los problemas económicos y han tratado de encontrar respuestas a los mismos, dependiendo de las características del fenómeno analizado, el tiempo y lugar en el que sucede y los recursos con que se cuentan para realizar acciones que vayan encaminadas a una resolución a los mismos.

La economía en su sentido más amplio es la ciencia social que por medio de instrumentos y técnicas de carácter científico, estudia las relaciones que rigen la producción, la circulación y la distribución de los medios de vida en las sociedades humanas, a partir de ello, las distintas sociedades plantean las siguientes interrogantes:

- ¿Qué se produce?
- ¿Cómo se produce? y
- ¿Para quién se produce?

1 Una industria se define como: una actividad económica que consiste en transformar las materias primas hasta convertirlas en productos adecuados para satisfacer las necesidades del hombre. (Ricossa, 1990)

2 Un sistema económico puede ser explicado como el conjunto de actividades económicas que se agrupan en sectores de la economía como tal, integrados por ramas productivas (Méndez, 2009: 10.)

En los planteamientos que envuelven a los economistas se encuentran problemas más específicos como pueden ser las respuestas a las siguientes preguntas:

- ¿Es eficaz la utilización de los recursos?
- ¿Es justa la distribución de la producción?
- ¿Se emplean plenamente los recursos productivos existentes?
- Se plantea, ¿que se podría hacer en dichos supuestos para llegar a la máxima satisfacción de las necesidades de la sociedad?, es decir:
- ¿Cómo lograr el máximo desarrollo de sus recursos productivos y la distribución optima del producto?

Los economistas se han esforzado a lo largo de la historia por explicar los resultados de las decisiones individuales dentro de un sistema o modelo y que, en su conjunto, lo podemos observar de la siguiente manera: son millones de decisiones tomadas por millones de individuos sobre el comportamiento del mercado, donde las decisiones corresponden a oferentes y demandantes en busca de la satisfacción de una necesidad.

Lo mencionado en el párrafo anterior es medular para el comprender de mejor manera el deporte (específicamente el baloncesto) como objeto de estudio, y relacionarlo con la economía.

Sabemos que los cuestionamientos y el análisis de la economía como tal se puede dar en diferentes escenarios, que no solamente se limitan a un ámbito político, geográfico, social, si no también deportivos, donde existen también necesidades por parte de los individuos y donde gracias a su masividad se ha llegado a convertir en un fenómeno económico tal y como vivimos el baloncesto en la actualidad; para analizar dicho fenómeno más a fondo se deben mencionar las necesidades de todo ser humano, ya que son el punto de partida donde se encuentra el aliciente para formar una industria como la del baloncesto aprovechando una necesidad, el ocio.

Las necesidades del ser humano, las cuales se satisfacen por medio de acciones, son clasificadas, según Max-Neff (1993:57) como necesidades existenciales y axiológicas, las cuales se comprenden de mejor manera si revisamos el cuadro matriz de necesidades satisfactores de Max-Neff.

Cuadro 1. Cuadro Matriz de necesidades y Satisfactores, Max- Neff

	Necesidades según categorías existenciales			
Necesidades Según categorías axiológicas	1. Ser	2. Tener	3. Hacer	4. Estar
1. Subsistencia	Salud física, salud mental, equilibrio,	Alimentación, abrigo, trabajo.	Alimentar, procrear,	Entorno vital, Entorno Social.

	solidaridad, humor, adaptabilidad.		descansar, trabajar.	
2. Protección	Cuidado, adaptabilidad, autonomía, equilibrio, solidaridad	Sistemas de seguros, ahorro, seguridad social, sistemas de salud, legislaciones, derechos, familia, trabajo	Cooperar, prevenir, planificar, cuidar, curar, defender	Contorno vital, contorno social, morada.
3. Afecto	Autoestima, solidaridad, respeto, tolerancia, generosidad, receptividad, pasión, voluntad, sensualidad, humor	Amistades, parejas, familia, animales domésticos, plantas, jardines	Hacer el amor, acariciar, expresar emociones, compartir, cuidar cultivar, apreciar	Privacidad, intensidad, hogar, espacios de encuentro.
4. Entendimiento	Conciencia, crítica, receptividad, curiosidad, asombro, disciplina, intuición, racionalidad	Literatura, maestros, método, políticas educacionales, políticas comunicacionales	Investigar, estudiar, experimentar, educar, analizar, meditar, interpretar	Ambos de interacción formativa, escuelas, universidades, academias, agrupaciones, comunidades, familia
5. Participación	Adaptabilidad, receptividad, solidaridad, disposición, convicción, entrega, respeto, pasión, humor	Derechos, responsabilidades, obligaciones, trabajo.	Afiliarse, cooperar, proponer, compartir, discrepar, acatar, dialogar, acordar, opinar	Ámbitos de interacción participativa, partidos asociaciones, iglesias, comunidades, vecindarios, familias
6. Ocio	Curiosidad, receptividad, imaginación, despreocupación, humor, tranquilidad, sensualidad	Juegos, espectáculos, fiesta, calma	Divagar, abstraerse, soñar, añorar, fantasear, evocar, relajarse, divertirse, jugar	Privacidad, intimidad espacios de encuentro, tiempo libre, ambientes, paisajes

7. Creación	Pasión, voluntad, intuición, imaginación, audacia, racionalidad, autonomía, inventiva, curiosidad	Habilidades, destreza, método, trabajo	Trabajar, inventar, construir, idear, componer, diseñar, interpretar	Ámbitos de producción y retroalimentación, talleres, ateneos, agrupaciones, audiencias, espacios de expresión, libertad temporal.
8. Identidad	Pertenencia, coherencia, diferenciación, autoestima, asertividad	Símbolos, lenguajes, hábitos, costumbres, grupos de referencia, sexualidad, valores, normas, roles, memoria histórica, trabajo	Comprometerse, integrarse, confrontarse, definirse, conocerse, reconocerse, actualizarse, crecer	Socio-ritmos, entornos de la cotidianidad, ámbitos de pertenencia, etapas madurativas
9. Libertad	Autonomía, autoestima, voluntad, pasión, asertividad, apertura, determinación, audacia, rebeldía, tolerancia	Igualdad de derechos	Discrepar, optar, diferenciarse, arriesgar, conocerse, asumirse, desobedecer, meditar	Plasticidad espacio - Temporal

Fuente: Tomado de “Desarrollo a escala Humana” (p. 58 – 59) Max-Neff (1993).

En el ámbito deportivo principalmente la necesidad abordada es el ocio en el ser humano, si retomamos a Max-Neff Neef (1993), el ocio es una necesidad *axiológica*³ que cubre necesidades existenciales, en el estricto caso del deporte y específicamente hablando del baloncesto, las necesidades existenciales de todo ser humano, ya que si lo ubicamos en la matriz arriba citada podemos relacionar unos de los deportes de conjunto más practicado por el mundo con las necesidades del ser, tener, hacer y estar, lo anterior lo podemos especificar más aún si tomamos en cuenta que, dentro de los ratos de ocio o de utilización del tiempo libre del ser humano, este debe tener juegos, espectáculos, entretenimientos, con la finalidad de abstraerse del día a día y así poder relajarse, divertirse, jugar, etc., lo que hace que el deporte se convierta en una manera sana de utilizar el tiempo libre o simplemente es el tiempo donde cada individuo puede salirse de lo convencional, abstraerse de su entorno y relajarse de sus actividades cotidianas.

El objeto de estudio de esta investigación es la relación entre la economía y el deporte, y como a través de él en la actualidad se puede generar un negocio muy atractivo no solo para los

3 La axiología es una rama de la filosofía, que tiene por objeto de estudio la naturaleza o esencia de los valores y de los juicios de valor puede realizar un individuo. La axiología, junto con la deontología, se construye como las ramas más importantes de la filosofía que contribuyen con otra rama más general: la ética: También se le denomina “filosofía de los valores”.

empresarios sino también para instituciones o bien el estado, siempre y cuando se “estructure” y se gestione de manera congruente entre sus objetivos y sus acciones, pero es importante el saber que el baloncesto forma parte de la industria del espectáculo, que satisface la necesidad del ocio, con lo cual es importante no perder de vista que estamos hablando del ocio y el baloncesto como una industria funcional en la actualidad.

El deporte se entiende como una actividad de ocio y este se ha convertido en una práctica muy cotidiana en diferentes sociedades; en México el deporte se define como actividad física, organizada y reglamentada, que tiene por finalidad preservar y mejorar la salud física y mental, el desarrollo social, ético e intelectual, con el logro de resultados en competencias. (Ley General de Cultura Física y Deporte, 2013)

Dentro de los deportes existe también una clasificación, estos pueden ser:

- Individuales,
- De equipo (conjunto),
- De combate y/o,
- En la naturaleza (Robles, Abad y Giménez, 2009).

Para este trabajo de investigación se tomara en cuenta únicamente un deporte el cual se considera como uno de los deportes de conjunto más populares en el mundo, estamos hablando del baloncesto el cual se practica en una cancha rectangular, con superficie plana y libre de obstáculos, sus dimensiones varían dependiendo la liga que se juega, puede ser de 28 x 15 m o de 28.65 x 15.24 m, con 2 equipos los cuales juegan 5 vs 5 (cinco contra cinco) jugadores, cada uno durante 4 periodos (cuartos) de 10 o 12 minutos dependiendo la liga. El objetivo de cada equipo es anotar puntos introduciendo un balón por la canasta, un aro a 3.05 metros sobre la superficie de la cancha. El puntaje producido por cada canasta es de 2 o 3 puntos dependiendo de la posición desde la que se efectúa el tiro a la canasta, o de un sólo punto, si se tratase de un tiro libre. El contacto con la pelota se realiza con las manos y los jugadores no pueden trasladarse sujetando la pelota, sino botándola contra el suelo. Mientras que el equipo que mantenga posesión del balón intenta anotar mediante tiros a canasta, mientras que el equipo que no tiene en posesión la pelota busca impedirlo robando la pelota. Cuando un tiro hacia la canasta fracasa, los jugadores de ambos equipos intentan atrapar el rebote.

Esta investigación se analiza específicamente el baloncesto a nivel profesional de las 2 ligas más televisivas a nivel mundial es decir: la liga ACB, que es la liga profesional de España y la NBA la liga estadounidense de baloncesto profesional así como un poco de la LNBP, la liga mexicana de baloncesto profesional, esto derivado de que el deporte en su ámbito profesional se puede convertir en un instrumento de desarrollo económico, en un negocio sumamente atractivo para las empresas, el estado o instituciones de diversas ramas, y es concebido también, como un sector de actividad económica (relativamente nuevo), el cual genera nuevos espacios de negocios y es aún más funcional para esta investigación que el sector amateur, a pesar de que este forma parte de la estructura del baloncesto como tal, pero el negocio dentro del baloncesto se ejemplifica de mejor manera en el ámbito profesional, ya que en la actualidad el baloncesto va más allá de ser solo un simple juego; en la actualidad es uno de los deportes con mayor número de espectadores y participantes en el mundo, pues se juega en todos los continentes y prácticamente en todos los países. Aunque nació en Estados Unidos fue inventado por un canadiense, el doctor James Naismith, profesor de educación física, como

un deporte adicional para los estudiantes de la YMCA de Massachusetts. Actualmente la liga más popular de baloncesto en el mundo, la NBA en su última temporada, los equipos de la NBA generaron 5,200 millones de dólares en ingresos, con 900 millones de dólares de beneficios (antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización). Dos cifras récord que vienen refrendadas por un gran contrato televisivo firmado por la NBA con Disney (ESPN y ABC) y Turner (TNT) el que dará a los equipos percibirán 24,000 millones de dólares por nueve años (Escandón, 2016). Esto implica beneficios económicos para quien interactúa en esta industria; estamos hablando de los productores del baloncesto (podemos llamar productores a empresarios, dueños de los clubes, entrenadores, jugadores, instituciones, estado, etc.) y de los consumidores del mismo (aficionados).

Pero no se tiene que dejar de lado que los beneficios económicos no integran específicamente a los aficionados (quienes son los principales consumidores de baloncesto), ya que ello solo cubren una necesidad, pero si son los demandantes de un buen espectáculo, de ligas o partidos competitivos, en síntesis, hoy en día el aficionado consume el espectáculo, el baloncesto es la mercancía de esta industria, donde existen procesos específicos de generación de capital por medio del baloncesto (con sus distintas estructuras) por parte de los productores de este deporte, de lo cual se hablara en el capítulo 2 en la investigación.

Para familiarizarnos más con nuestro objeto de estudio debemos conocer un poco más de la historia del fútbol asociación.

El baloncesto nació en EEUU en el año 1891, creado por James Naismith, un canadiense que se desempeñaba como profesor de Educación Física en la universidad de YMCA, Springfield (Massachusetts). Él se percató que las bajas temperaturas no permitían que se practicara deportes al aire libre, así que invento el baloncesto como deporte que se practicaría en recintos cerrados.

El profesor puso 2 cestas de melocotones que hizo colgar a cada lado de la pista del gimnasio, a 3.05 metros de altura. Fue así como surgió el nombre de “basketball”, palabra de origen inglés que describiera el objetivo del juego, introducir la pelota dentro de una cesta. Naismith diseñó 13 reglas alrededor de este nuevo deporte. En ese momento tenía 18 alumnos, por ende, los equipos estaban compuestos por 9 jugadores cada equipo, con el tiempo pasaron a ser 7 miembros, para acabar siendo cinco; Lo mismo ocurrió con la cesta de melocotones la cual se convirtió en aros metálicos con una red sin fondo. Y, también, surgieron los tableros, donde se colgaban las canastas.

El baloncesto se consolidó rápidamente en EEUU y no tardó en dar el salto a Europa. Fue un deporte de exhibición en los Juegos Olímpicos de Ámsterdam en 1928 y de los Ángeles en 1932. Fue hasta 1936 en los juegos olímpicos de Berlín donde Naismith tuvo la oportunidad de ver cómo el deporte que él creó se convertía en categoría olímpica⁴ así fue como poco a poco este deporte se fue abriendo hueco a nivel mundial.

2 años después de que el deporte fue reconocido oficialmente por el Comité Olímpico Internacional (COI), se fundó en Ginebra el 18 de junio de 1932 la Federación Internacional de Baloncesto (Federation Internationale de Basketball), mejor conocida como FIBA por sus siglas, es una federación de federaciones nacionales que rige las competencias

4 El baloncesto femenino no fue admitido como deporte olímpico sino hasta muchos años después, en 1976.

internacionales en el baloncesto. Ocho países fueron miembros fundadores: Argentina, Checoslovaquia, Grecia, Italia, Letonia, Portugal, Rumania y Suiza. Durante los juegos olímpicos de verano de 1936 en Berlín, la federación nombró a James Naismith (creador del baloncesto), como su presidente honorario. En 1950 se realiza el primer campeonato mundial de basquetbol masculino en Buenos Aires con la participación de 10 selecciones nacionales, pero fue hasta el 8 de abril de 1989 cuando la FIBA decidió abrir las puertas hacia el baloncesto profesional.

A su vez A su vez en el año de 1946, un grupo de empresarios, la mayoría propietarios de algunas salas deportivos en distintas ciudades de Estados Unidos, tuvieron una reunión en el Madison Square Garden de Nueva York, buscando alternativas al hockey y boxeo. Estos hombres vieron el baloncesto como el evento ideal para llenar sus salas a lo largo de todo el año, fue así como 6 de junio de 1946 BBA (Basketball Asociación of América), la cual años más tarde se convertiría en la NBA. El primer encargado fue Maurice Podoloff, presidente en eso años de la liga de Hockey en los Estados Unidos. 11 fueron las ciudades seleccionadas para acoger a un equipo que las representara, estas fueron Nueva York, Chicago, Boston, Providencia, Toronto, Cleveland, San Luis, Washington, Detroit, Pittsburgh y Philadelphia. Uno de los problemas que enfrente la recién creada BBA es que el número de ligas de baloncesto creadas desde los años treinta es enorme y una de las ligas principales, tiene a los mejores jugadores del país, la Nacional Basketbaill League (NBL), la cual está constituida de equipos pertenecientes en su mayoría a la costa occidental. En síntesis, la BAA tenía a los inversionistas y las salas, pero carecía de jugadores talentosos y reconocidos por lo que recurre a una nueva política que consiste en reclutar a los mejores jugadores universitarios para conformar así un campeonato.

La primera temporada de BAA fue todo un éxito, las radios y la televisión difundieron algunos de los partidos de los 60 que fueron ese año. Para 1948 se pasó de 60 partidos a 48 por año y con la adición de 4 equipos a la liga (Indianapolis, Rochester, Fuerte Wayne y Minneapolis Lakers) la BAA comenzó a tomar el protagonismo del baloncesto nacional en Estados Unidos, para la temporada del año siguiente la NBL no puede seguir más el ritmo impuesto por la BAA. Las 6 últimas franquicias se incorporan a la BAA para formar la Nacional Basketball Asociación (NBA), Esta se consolidó en el año de 1950 compuesto de 11 franquicias, proceso que siguió hasta 1954, cuando llegó a contar con tan sólo 8 equipos que continúan existiendo hasta la actualidad. (Historia de la NBA, s.f.)

El baloncesto a lo largo de la historia se puede sintetizar como un deporte innovador y atractivo, pero también, si se analiza desde el punto de vista económico basta con mencionar que la liga que más ingresos genera es la NBA de la mano de la espectacularidad de su juego, y los acuerdos comerciales. Debido a que no es una empresa pública, la NBA no publica informes financieros detallados al público, sin embargo, Forbes, recopila regularmente las valoraciones de los 30 equipos pertenecientes a esta liga y los ingresos totales de la organización alcanzaron los \$ 8 mil millones la temporada de 2018-2019. Y cada uno de los equipos tiene un valor de al menos \$ 1 mil millones. Esto nos muestra que no solo es un deporte sino también un negocio, al cual hoy en día se le nombra también como industria, y que a su vez se convierte en un generador de muchos fenómenos los cuales no tienen que ser estrictamente económicos, ya que se le puede analizar desde el punto de vista sociológico, psicológico, político, nacionalista, etc., es un simple juego realizado por el hombre y para el hombre, lo cual retomando el objetivo de la investigación, analizarlo desde el punto de vista económico resulta sumamente interesante ya que debido a su crecimiento, popularidad y rentabilidad en la que

se sitúa en la actualidad se ha convertido debido a diversos factores principalmente la globalización es un negocio sumamente atractivo y ha dejado de ser como lo marco la historia en sus inicios un simple deporte fomentador de valores, para convertirse en una de las industrias más atractivas para los empresarios hoy en día.

El baloncesto ha sufrido transformaciones desde sus inicios y hoy en día gracias a la globalización se ha cambiado de un simple juego con objetivos primordialmente deportivos que satisfacen el ocio de todo ser humano a ser visto con fines lucrativos, con lo cual me atrevo a mencionar que el baloncesto se ha transformado de ser un “fin” con el objetivo de cubrir una necesidad del hombre (el ocio) a ser un “medio” con el cual los productores primordialmente y los consumidores en menor medida satisfacen necesidades diferentes, como ya se mencionó anteriormente el ocio por el lado de los consumidores y por el lado de los productores en cuanto a la generación de la riqueza (generación de capital).

Por lo anterior podemos analizar una necesidad (el ocio) donde intervienen oferentes (productores de baloncesto) y demandantes (consumidores de baloncesto para satisfacción personal) desde el punto de vista económico, ya que sabemos que una industria se define como: una actividad económica que consiste en transformar las materias primas hasta convertirlas en productos adecuados para satisfacer las necesidades del hombre, las características de la industria las podemos ejemplificar si dividimos una economía en tres sectores, el primero es el agrícola y demás producciones que conciernen directamente a los bienes naturales; el segundo es el de la industria y el tercero es el de los bienes y servicios (el deporte en general y en este caso el baloncesto están inmersos en este sector como entretenimiento), en el caso del baloncesto la materia prima son los jugadores, entrenadores, árbitros y todos los agentes que hacen del baloncesto un espectáculo para el consumidor, en este caso el aficionado con el fin de satisfacer su ocio, de esta manera podemos observar como el baloncesto como deporte en sí, cumple con las características para serlo, dentro de la cual se transforma un deporte como el baloncesto en industria: “la industria del baloncesto”, dentro de la “industria del espectáculo”, que a su vez forma parte de “la industria del ocio”.

Al ser una industria, el baloncesto puede ser analizado económicamente y por tanto debe de ser estudiada, esta economía no solo de la industria del baloncesto, si no del deporte como tal, es relativamente nueva y en la actualidad está poco desarrollada, ya que es un sector de la economía que no había sido aprovechado como negocio por parte de las empresas, las cuales al darse cuenta del atractivo ejercicio económico que arroja el deporte buscan hoy en día su beneficio o bien generan todo el ambiente para poder hacer del deporte, y en este caso del baloncesto, un negocio sumamente rentable.

Dentro de este negocio forman parte fundamental los patrocinadores, los medios de comunicación (quienes en algunos de los casos como el del baloncesto español son parte primordial de la liga y fútbol nacional, duopolizando el mismo deporte en España), y la mercadotecnia que cada club genera para la venta de sus entradas o artículos del mismo, entre muchas otras actividades que realizan, pero es importante mencionar que si hablamos de una estructura como tal, no la hay términos globalizados, ya que cada liga tiene diferentes reglas en los diferentes países y la liga de Estados Unidos la NBA tiene lineamientos totalmente diferentes a los de la FIBA. Aunque ambas instituciones procuran llevar el sano desarrollo de sus propias ligas, así como plantear los límites permitidos para ejercicios fiscales, de transacciones, condiciones laborales y demás, lo cual cambia de un país a otro y más aún si es un negocio que está monopolizado o duopolizado en el cual el círculo que se genera y

donde los beneficios van más allá de lo deportivo, es decir, en términos económicos los beneficios en la mayoría de los casos son exclusivamente para los dueños de los equipos.

1.2 La economía y el baloncesto, el negocio

En el subcapítulo anterior se mencionó como el deporte, el baloncesto específicamente, ha sufrido cambios a lo largo de la historia para llegar a ser lo que hoy en día conocemos, no solo un deporte sino también un medio para generar ganancias, por ello en este subcapítulo abordaremos más a fondo el tema del baloncesto y el negocio que conlleva en la actualidad.

Al hablar del deporte estrictamente en su aspecto económico es primordial comprender el estudio de la economía del deporte, y éste tiene como objeto principalmente tres echos:

1.- La toma de decisiones económicas acerca del empleo del tiempo para el trabajo y el ocio.

Quien desea practicar un deporte tiene que decidir: ¿qué parte de sus ingresos quiere gastar para este fin?, ¿qué es lo que quiere adquirir con ello (¿equipo deportivo, clases con instructor, derecho de utilización de instalaciones deportivas?, ¿en qué organización quiere hacerlo (club, entidades deportivas privadas, escuelas particulares)? y ¿cuánto tiempo quiere emplear en ello?

Los empresarios tienen que decidir si desean ganar dinero con los equipos deportivos, y en caso afirmativo, que inversiones realizar para ello, que ofertas hacer y cómo organizar su empresa de forma óptima para lograrlo.

El estado en su conjunto decide cuánto dinero de erario público se tiene que invertir en el deporte⁵, los gobiernos deciden sobre la construcción de instalaciones deportivas, los gestores sobre su tipo de organización, lo cual nos da a entender que el deporte así como todas las industrias tienen una estructura (dicha estructura no está estrictamente definida, ya que cambia de país en país), esta estructura puede variar dependiendo de ciertos factores específicos principalmente la aportación de capital (Heinemann, 1998: 9). Lo referente a los diferentes tipos de estructuras y organizaciones que intervienen para el baloncesto alrededor del mundo son principalmente 2, las cuales se abordan a detalle en el siguiente capítulo de la investigación.

La economía del deporte engloba un sin número de decisiones económicas acerca de la oferta y la demanda, y de producción, distribución y consumo de bienes y servicios relacionados con el mismo, en lo que se refiere al baloncesto se pueden tomar ejemplos dentro del entorno económico-deportivo actual, ya que a nivel internacional existen equipos con diferente poder adquisitivo así como el valor en el mercado, esto dependiendo de la entrada en los distintos estadios, la venta de productos, entre otros factores.

5 En México, casi 68% de las entidades federativas del país, además del DF, tienen algún tipo de apoyo, ya sea vía municipal, estatal, universidades o dependencias, para equipos de futbol de cualquiera de las divisiones profesionales en México. Cabe recalcar que, en México, el Futbol es el deporte más popular (Pérez, 2014).

También se puede abordar el caso de la NBA el cual es muy interesante, ya que, es la liga con más popularidad en el mundo y la que tiene un mayor poder adquisitivo, por lo que normalmente, siguiendo un objetivo estrictamente deportivo el dotar la liga con los mejores jugadores del mundo. En esta liga, al equipo que se consagre como el mejor de la temporada recibe un incentivo sumamente atractivo y este incentivo al igual que el deporte ha evolucionado de una manera extraordinaria, basta con mencionar que el campeón de la NBA en la última temporada 2018-2019 se le otorgaron 5.18 mdd (millones de dólares), en las diferentes temporadas las cantidades que percibe el campeón de la NBA varían. Básicamente, en lo que respecta a la eliminatoria por el título, se establece un fondo económico desde el que se distribuye el dinero según criterios establecidos por el sindicato de jugadores (NBPA⁶). En la última temporada, este fondo fue de 22 millones de dólares⁷. Como se puede ver el resultado económico de ganar en la liga más popular de baloncesto en el mundo, así como competir o bien ser el anfitrión de las finales es muy atractivo, ya que con ello se está interponiendo una planificación que toma de la mano efectos deportivos que generan como consecuencia efectos económicos, es decir el baloncesto en este caso se ve inmerso en un proceso de producción de capital⁸, donde el deporte es generador de dicho proceso y las ganancias que este genere, puede ser destinado nuevamente al deporte para su desarrollo y por consecuencia encaminado a un alto nivel competitivo; Pero no perdamos de vista que otro escenario que se presenta en este fenómeno es, donde no solo se pueden generar ganancias económicas para la federación o club por parte de títulos o aspectos meramente deportivos, sino también por giras de los equipos, marketing, venta de playeras, patrocinadores, y, que en muchos casos, pareciera que es más importante este segundo sistema, un proceso de generación de capital más complejo y que tiene otros fines, “el negocio”, que el de mejorar la calidad de una liga o de los propios jugadores, este tema se aborda más a fondo en el capítulo 3 de la investigación.

En este punto se genera una interrogante ¿Se pueden mezclar ambos caminos? ¿Qué se obtendría como resultado?, en el mejor de los casos si se lograran compaginar dichos caminos nos encontramos con un espectáculo sumamente atractivo, de una calidad casi inmejorable para el aficionado, donde, los productores del baloncesto no tendrían recato en derrochar cantidades aún más fuertes de dinero de las que hoy en día circulan en él, pero estamos partiendo del supuesto de que así fuera, aterrizando en la realidad económico-deportiva de este deporte, miremos específicamente lo que tenemos en nuestro país, el caso del baloncesto mexicano (LNBP⁹), donde claramente se observa, analiza y se puede criticar lo siguiente:

Primeramente los productores de este deporte en el país se tendría que poner de acuerdo en cuando a los objetivos del mismo ya que está muy claro que cada uno busca o pretende gestionar su equipo para los fines que mejor le convengan; sin abundar más estamos hablando de que se debería plantear una estructura del baloncesto no sólo a nivel nacional, sino también en cada país (no se está diciendo que no exista, simplemente que no es realmente clara y

6 *National Basketball Players Association*

7 Estos son cálculos estimados ya que no hay información oficial. (AS NBA, 2019)

8 En el proceso de producción de capital, el punto de partida es la circulación de mercancías, ya sea en su proceso simple como se da en la producción mercantil simple, hasta llegar a una circulación mercantil desarrollada, donde se obtiene un plusvalor “El valor, se vuelve valor en proceso, dinero en proceso, y en ese carácter, capital”. Proviene de la circulación, retorna a ella, se conserva y multiplica dentro de ella, regresa de ella acrecentado y reanuda una y otra vez, siempre el mismo ciclo”. (Marx, 1867: 179-190).

9 Liga Nacional de Baloncesto Profesional de México

homogénea), una estructura que puede tener distintos objetivos, ya sea deportivos o económicos o en el mejor de los casos ambos.

2. - Arreglos institucionales:

Las organizaciones que demandan u ofrecen deporte, es decir, los equipos deportivos, los hogares, las diferentes empresas lucrativas y el estado llevan entre sí una serie de acuerdos para que el ejercicio económico del deporte sea llevado sanamente, ya sea regulando por parte del estado o por parte de las federaciones los presupuestos o topes salariales, licitando infraestructura o bien entre aficionado y el equipo, venta de bonos, etc., tal es el caso del baloncesto europeo, donde en el año 2000, varias ligas y equipos abandonaron la FIBA (Federación Internacional de baloncesto), para crear su propia competición, la Euroliga de baloncesto, en la cual los clubes de dotaron de derechos colectivos y una licencia de 3 años, esto con la finalidad de tener una mayor estabilidad financiera, basándose en 3 pilares, el “Marketing”, fomentando la divulgación de la marca, espectáculos en el medio tiempo de los juegos, actividades patrocinadas, además de generar encuentros con el objetivo de mejorar sus estrategias de marketing. Los Eventos Bandera, Donde la última fase del torneo es un Final Four¹⁰, generando que sea uno de los grandes eventos en el calendario deportivo europeo, donde llegan a ingresar hasta 30 millones de euros de forma directa e indirecta. Y la tercera, es la cobertura mediática, para el 2005, la Euroliga tuvo poca presencia en medios, lo que limitaba fuertemente sus posibilidades comerciales, como el objetivo era que la competición fuera vista en un mayor número de países posibles, así que la organización firmó un acuerdo con un gran distribuidor para acceder a las televisiones nacionales europeas y cadenas de alcance mundial, lo que le permitió ofrecer un patrocinio más atractivo. En el caso de nuestro país se han encontrado muchos obstáculos que han mermado el crecimiento de la LNBM.

3.- Prerrequisitos materiales y consecuencias de estas concesiones, es decir:

La creación de riqueza que se produce en el deporte, trasladándolo al mundo del baloncesto, en el particular caso de la NBA, la liga más popular de baloncesto del mundo, cubren todo el territorio de los Estados Unidos ¹¹, desde Nueva York hasta Los Ángeles. Se estima que el valor total de estos 30 equipos supera los 11.700 millones de dólares, con unos ingresos anuales de más de 3.900 millones de dólares y unos ingresos por ventas de entradas de 1.154 millones de dólares¹², además, estos 30 equipos generaron una audiencia media durante la temporada 2011-2012 de 391.000 espectadores por partido¹³. Además, en la última temporada 2018-2019 generó 4,215 puestos de trabajo, el ritmo de crecimiento de la NBA es algo que no se tiene que perder de vista, en los últimos 5 años las 30 franquicias mencionadas han crecido un 59.27% hasta alcanzar los 5.866 millones de dólares, en sus contratos con la televisión con las cadenas nacionales le supondrán unos ingresos anuales de 2.600 millones hasta 2024, frente a los 1.500 millones que desde 2014 y hasta 2021 obtendrá la competición. Los efectos de estos acuerdos se aprecian rápidamente, ya que de un año para otro la liga vio como sus franquicias aumentaron sus ingresos en más de un 10%.

10 Los 4 participantes con mayor número de victorias durante el torneo, se enfrentan entre ellos, de manera que cada uno de los 4 equipos juega 3 juegos, el equipo con mayor número de victorias, se corona como campeón del torneo.

11 Excluyendo a la franquicia de Toronto (Toronto Raptors), que está ubicada en Toronto Canadá.

12 Datos referenciados a la temporada 2011-2012

13 Datos de audiencia relativos al territorio de los Estados Unidos.

Además de la creación de riqueza también se tiene en cuenta el volumen y tipo de empleo en los diferentes sectores del deporte y finalmente los factores financieros tomando como ejemplo la liga más popular del mundo “la NBA” y su impacto económico podemos ver que tan grande es su influencia, los aspectos positivos y negativos de dicho evento, lo cual se puede apreciar en el cuadro siguiente que enlista los pros y contras de uno de los mayores eventos deportivos del mundo:

Cuadro 2. Pros y contras de los acontecimientos deportivos como el mundial de fútbol

Influencia	Positivas	Negativas
Efectos económicos	-Gastos de Inversión y consumo -Aumento de la ocupación	-Aumento de precios -Excesiva capacidad hotelera después del acontecimiento
Turismo	-Mayor atractivo de la región para los turistas	-Saturación
Infraestructura	-Instalaciones deportivas nuevas y renovadas -Mejoras a las infraestructuras	-Problemas medioambientales -Instalaciones no accesibles para el público en general
Efectos Socioculturales	-Mayor valoración de la población de las vivencias asociadas al deporte en el tiempo libre. -Fomento de los valores culturales y tradicionales.	-Comercialización de actividades privadas y públicas -Extranjerización -Aumento de la criminalidad
Efectos psicológicos	-Aumento de la identidad local -Disminución del etnocentrismo	-Conflictos entre nativos -Tradicionalismo
Efectos políticos	-Aumento de la consideración internacional -Publicidad para el sistema político.	-Nacionalismo desmesurado -Estabilización del sistema político

Fuente: Tomando de “Introducción a la economía del deporte”, Klaus Heinamman, 1998: 276

Después de haber tratado los pros y contras de uno de los mayores eventos deportivos así como lo es el mundial de futbol, podemos avanzar, analizar y explicar las diferencias entre la estructura económica y su impacto deportivo, en este caso específicamente abordaremos la liga mexicana, la española y la estadounidense, ya que la estructuración del deporte, en este caso del baloncesto, la estructuración del mismo, es un factor decisivo para el éxito de la oferta deportiva con que se gana, conserva y motiva a clientes, miembros y empresarios para que pongan a disposición de la gestión deportiva los recursos necesarios; ellos son los generadores de oferta que tienen que orientarse cada vez más hacia la cifra de ventas y el mercado dejando de lado en algunas ocasiones la calidad de los jugadores y por ende de los juegos y la liga es decir, el aspecto deportivo.

No se puede dejar pasar que en la actualidad los equipos y las federaciones deportivas han abandonado su distanciamiento con respecto a la economía, aunque lo haya echo lentamente; y no hay que dejar de lado que aún queda mucho que desarrollar dentro de este ámbito internacionalmente.

Pero la investigación del deporte no ha podido seguir este desarrollo de la misma forma y seguimos estando frente un ámbito poco conocido y estudiado, pareciera que en nuestro país no existe interés por la economía del deporte la cual es un fenómeno muy interesante; en México para ser precisos no hay una investigación de este deporte como podemos encontrar principalmente en Estados Unidos donde los artículos relacionados con la economía y el baloncesto son a pesar de ser relativamente nuevos un buen número y no solamente del baloncesto, existen libros en Estados Unidos como "Moneyball", el cual plantea el béisbol desde el punto de vista de la estadística, el "Sport Finance", que habla de cómo la NFL (National Fútbol League), es el negocio deportivo mejor planeado a nivel internacional o bien en España existen libros como "El negocio del Fútbol" que aborda la intervención del fisco en la liga española y algunas otras tesis como la escrita por Ángel Barajas, que habla estrictamente de la economía en la liga de dicho país, en México existen pocos autores como Ciro Muruyama quienes han estudiado al fútbol mexicano desde el punto de vista económico.

En síntesis, la economía del deporte es:

Una disciplina comparativamente joven y poco desarrollada en los diferentes países donde los aspectos económicos se ven inmersos en el deporte y donde también existen importantes diferencias sobre sus respectivos grados de desarrollo, lo cual tiene mucho que ver con el deporte ya que no podemos analizar de la misma manera el deporte, ya que en este orden de ideas, no se puede comparar de la misma manera la calidad de servicios en un país tercermundista que los mismo en un país desarrollado, por la simple razón de que el presupuesto para el deporte no sería el mismo y las condiciones para practicar o generar mayor calidad en el deporte no están bajo las mismas condiciones de vida. (Heinemann, 1998:18)

Los determinantes de la demanda dentro del deporte-espectáculo y las formas de cooperación entre los propietarios de los equipos son los temas de las investigaciones más actuales referentes a el deporte y a la economía y su relación, así como de la gestión deportiva; por ello también es importante conocer como está estructurada la demanda y por ende la oferta en el sector deportivo a pesar de las complicaciones que esto implica.

La economía del deporte presenta muchas lagunas en su investigación, sobre todo si se desea dejar a un lado el marco de la gestión deportiva; incluso se puede decir que todavía no existe una economía del deporte que se haya desarrollado sistemáticamente.

Pero el grado de desarrollo de la economía del deporte y de la relación del deporte con la economía de la sociedad hace imprescindible intensificar los estudios científicos sobre la dimensión económica del deporte; por ello en el caso de esta investigación se pretende aportar en el tema específico del baloncesto.

Esta economía del deporte tiene que reflejar al mismo tiempo las peculiaridades económicas del deporte en un país como España, por ejemplo, que se caracteriza sobre todo por la posición dominante de los clubes deportivos o bien como en Estados Unidos donde es muy marcada la presencia de dinastías, equipos con una racha ganadora constante. Si mencionamos el caso

mexicano primeramente tendríamos que partir de la idea de que no existe una estructura bien plantada o si lo hay, que se respete cabalmente por parte de los miembros de la Federación y de los altos mandos de los clubes como tal.

De este modo resultan diferencias específicas de cada país haciendo alusión a el grado de desarrollo de los países que, al mismo tiempo, condicionan los resultados de la investigación y hace que las recomendaciones de gestión no sean transferibles sin más de un país a otro, pero a pesar de ello si podemos comparar, analizar y recomendar, aspectos relevantes de cada una de las ligas y como se manejan por parte de quienes son los responsables de generar este espectáculo tan lucrativo, y más aún, se puede explicar como lo hacen, es decir, cuál es su estructura y cuáles son sus beneficios tanto económicos como deportivos, esto dependiendo claro está, de las características de cada sistema económico-deportivo dentro del país analizado.

Ahora bien, si miramos el deporte desde el punto de vista macroeconómico, observaremos que se tratan de analizar las relaciones entre el deporte y la economía y, al mismo tiempo, alguno prerequisites y consecuencias derivados de la dimensión económica del deporte (ejemplo juegos olímpicos).

Es importante mencionar que las peculiaridades de una economía del deporte se desarrollan por lo tanto, a partir de las características específicas de los bienes y servicios con él relacionados y a partir de ello se pueden estudiar las diferentes estructuras y estímulos que se encuentran en dichos productos (bienes o servicios) los cuales dan un panorama teórico de algunas consecuencias o alcances que tengan en la economía o la sociedad en general, lo cual también podemos relacionarlo directamente el grado de desarrollo de cada país.

Dichas características se tienen que especificar dentro de la industria de del deporte y siendo el baloncesto parte de la misma, sabemos que en toda industria existen demandantes y oferentes que convergen en el mercado para satisfacer necesidades, por lo tanto es importante conocer las características de los mismo para comprender de mejor manera cómo interactúan y por qué de los actos económico-deportivos, es decir las determinantes y características específicas de la oferta y demanda en el deporte.

1.2.1 Demanda en el deporte

Refiriéndose específicamente a la demanda dentro del deporte, es importante mencionar cuáles son sus determinantes, las cuales son presentadas en el siguiente:

Cuadro 3. Determinantes de la demanda del deporte

Determinantes económicos	Determinantes sociodemográficos	Determinantes de calidad	Determinantes de incertidumbre
-Precios de entrada -Ingresos -Ofertas alternativas -Costos adicionales	-Tamaño de la población	-Posición del equipo -Éxitos conseguidos -Jugadores populares	-Resultado de una prueba -Resultado de un conjunto de pruebas

			-Resultado de una liga -Resultados a largo plazo.
--	--	--	--

Fuente: Tomando de “Introducción a la economía del deporte”, Klaus Heinamman, 1998:193

La demanda dentro del deporte es la parte de quien la consume, como ya se ha hecho mención, de quien satisface una necesidad, en ella encontramos a los aficionados, jugadores y también empresarios u ofertantes del mismo, hablando en términos deportivos, los aficionados siempre exigirán a sus equipos, entendiendo por estos a jugadores, entrenador y dueños, mejores resultados deportivos (campeonatos), y son ellos quienes adquieren las entradas, compran bonos playeras y un sinnúmero de artículos relacionados con el equipo de su agrado, generando con estas acciones una satisfacción para los oferentes o dueños de la industria del baloncesto, quienes de esa manera adquieren riqueza y satisfacen sus expectativas.

Pero no podemos dejar de lado a quienes también son demandantes dentro de esta industria, pero son a su vez la materia prima, estamos hablando de los jugadores, quienes también demandan mayores sueldos a los productores, mejores instalaciones, etc., pero no debemos olvidar que son el atractivo principal para la afición, lo cual los hace parte medular de este negocio, si nos detenemos en este apartado podemos encontrar algo muy curioso dentro de esta industria del baloncesto, sintetizándolo de la siguiente manera: “la materia prima de esta industria basquetbolista también forma parte de la demanda; es decir el jugador profesional de baloncesto es una parte de las partes más importantes de la oferta deportiva y a su vez forma parte, no en gran medida, de la demanda, desde mi punto de vista esto es muy interesante dentro de esta industria.

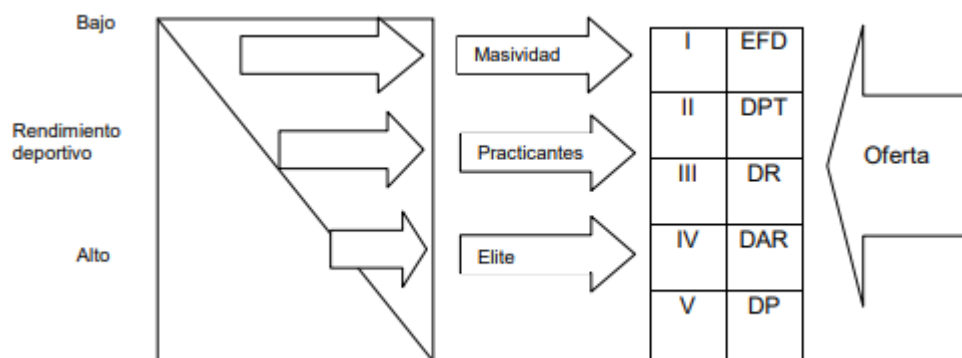
1.2.2. Oferta en el deporte

La oferta es la parte productora del mercado, se produce por parte del estado, instituciones y empresas para satisfacer la demanda de necesidades del ser humano dentro de una sociedad.

Dentro del deporte también existe dicha oferta, ya que dependiendo de la estructura de cada deporte, el estado, instituciones y/o empresas privadas generan las condiciones para el desempeño del mismo, lo anterior es muy interesante si partimos del supuesto de que la oferta deportiva genera recursos para quienes la producen y satisfacción a quien la consume; entonces podemos clasificar la oferta en privada o pública; donde los objetivos suelen ser no solo deportivos si no como lo podemos ver hoy en día económicos dependiendo de la estructuración de quien lo oferta, así como de sus objetivos.

En el diagrama siguiente se clasifica el rendimiento deportivo y como este, dependiendo de su nivel se puede concretar el fenómeno deportivo-económico (el negocio dentro del baloncesto):

Diagrama 1. Niveles de rendimiento deportivo



Fuente: Tomado de “efdeportes”, Saúl Joaquín Figueroa López, 2002,
<https://www.efdeportes.com/efd55/oferta1.htm>

Donde:

EF = Educación Físico-Deportiva.

DPT = Deporte para todos.

DR = Deporte de rendimiento.

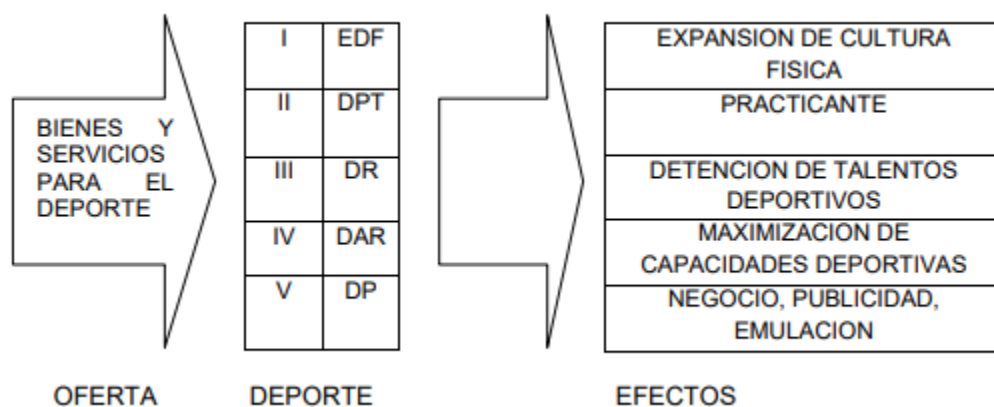
DAR = Deporte de alto rendimiento.

DP = Deporte profesional¹⁴.

Tomando en cuenta el cuadro 4 entenderemos que quienes generan la oferta de bienes y servicios públicos o privados del deporte pueden tener en éste sentido, un instrumento que les permitirá enfocar los recursos económicos a objetivos muy específicos, con claras expectativas de resultados ya sean económicos o deportivos, recordemos que dentro de la economía del deporte se toman decisiones por parte del estado o los dueños de los equipos para determinar cuánto dinero será destinado al deporte específicamente y si lo relacionamos con la idea del rendimiento deportivo, entonces logramos entrelazar las decisiones dentro de las inversiones y el comportamiento de la oferta dentro del deporte en general así como su objetivo o posibles efectos, esto se ejemplifica de mejor manera si miramos el diagrama siguiente:

Diagrama 2. Objetivos y efectos de la oferta en el deporte

¹⁴ Los elementos en el cuadro son provenientes de lo estipulado por Prokov (1971), Brohm (1993), Dieckert en Brohm (1982) y Cagigal (1995), permiten presentar una jerarquización de las categorías del deporte partiendo del menos al mayor nivel de rendimiento, o si se quiere en contraposición a lo anterior, del mayor número de practicantes. Esta jerarquización es considerada como básica en el estudio de la oferta deportiva. (Figueroa, 2002).



Fuente: Tomado de “efdeportes”, Saúl Joaquín Figueroa López, 2002,
<https://www.efdeportes.com/efd55/oferta1.htm>

Como lo podemos observar, el rendimiento deportivo o la actividad específica del deporte, pueden ir dirigidas desde la expansión física del mismo hasta su práctica como un negocio para la publicidad, la emulación, o bien para fomentar la enajenación como hoy en día lo manejan los medios de comunicación, aprovechándose de la masividad del baloncesto a nivel mundial y tiene claro está, una esencia no solo deportiva, sino también en algunos casos económica ya que la inversión requerida en los diversos niveles de rendimiento es distinta y muy específica en sus características es decir: no es lo mismo que el estado invierta en la infraestructura de un centro recreativo o algún parque, que invertir la misma cantidad o una cifra más fuerte en un estadio para un solo equipo de baloncesto, en el primer caso, la inversión va dirigida al público en general para su utilización masivo, mientras que en el caso del estadio la inversión va dirigida específicamente a un deporte, donde el aficionado solo puede entrar pagando una entrada y solo a ser observador, ya que a la cancha solo se puede acceder siendo parte de la prensa, encargados del estadio, dueños o miembros de los equipos participantes para el deporte para el cual fue construido el estadio; lo anterior sin dejar a un lado el saber que el aficionado es quien consume la mercancía, el baloncesto como esta, el espectáculo, en dicha infraestructura de la índole que esta sea.

Si partimos de lo mencionado anteriormente, mientras el estado o una empresa puede invertir en instalaciones sin fines de lucro para esparcimiento de la población en su conjunto, también puede invertir para fines totalmente contrarios, donde la inversión tenga un retorno y dividendos a corto, mediano o largo plazo, lo cual no se logra solo con la inversión, sino también en este negocio invierten muchos agentes pero dentro de ellos los principales en este negocio son los patrocinadores, medios de comunicación, empresarios, quienes son los encargados de introducir a los rincones más escondidos del planeta este deporte, haciéndolo atractivo y enajenante a la vez, haciendo al baloncesto un deporte globalizado en toda la expresión.

Dentro del esquema (cuadro 5), retomaremos específicamente la categoría del negocio y la competitividad deportiva, la cual se puede estructurar de tal manera que el deporte puede ir dirigido a generar dividendos deportivos que te lleven a ganancias económicas y viceversa generando un ciclo, ciclo donde podríamos encontrar una estructura de la siguiente manera: Dinero – Mercancía (entendiendo como mercancía al baloncesto) -Dinero aumentado: D – M - D el cual es diferente de la estructura inicial, del deporte mismo, donde la mercancía solo se

ve envuelta en este ciclo para su propia subsistencia, es decir para poder seguir practicando el deporte o bien solo divertirse, sin fines de lucro, este ciclo de reproducción simple se da de la siguiente manera: M-D-M, donde igualmente M es el baloncesto (la mercancía) y D es el dinero que se utiliza para la práctica del mismo.

El ciclo: D-M-D está conformado en la industria del baloncesto, por diversas estructuras, esto dependiendo de los objetivos de cada inversionista y liga a la que pertenezcan, así como de sus objetivos, los cuales son gestionados y supervisados mediante estatutos; en el caso específico del baloncesto podemos mencionar a manera de ejemplo a las diferentes ligas de cada uno de los países donde se practica de manera profesional el baloncesto las cuales son gestionadas por sus federaciones y globalizadamente por 2 grandes órganos más importantes de este deporte FIBA (Federación Internacional de Baloncesto) y la NBA (Asociación Nacional de Baloncesto); donde a partir del deporte se puede generar el capital necesario para mantener el atractivo de este deporte que es el espectáculo y generar las condiciones necesarias para que se pueda ofertar un atractivo producto “el espectáculo del baloncesto”, donde su principal incentivo es el de generar pasión e incertidumbre a los aficionados, así como su apego a un equipo o bien a la selección de su país en competencias internacionales; pero no solo es a los aficionados sino también a empresas que quieren darse a notar mediante este atractivo deporte, estamos hablando de los patrocinios deportivos, los cuales hoy en día son primordiales en este negocio, para ejemplificar podemos mencionar la marca que tiene permitido hacer los uniformes de la NBA, de todos los equipos, la liga permite únicamente a una sola marca producir los uniformes de todos los equipos, lo cual hace que a la hora de licitar dicha competencia en el mercado, los patrocinadores inviertan de manera considerable en dicha competencia.

Debemos tener en cuenta que, si bien la inversión en infraestructura y materia prima de las empresas o estados son generadores de un buen espectáculo y por ende atractivas para los aficionados, no se puede dejar pasar que la oferta del deporte, así como su demanda, en este caso el baloncesto, tiene no solo estos agentes económicos si no también muchos otros de igual o mayor importancia.

Hasta ahora se ha mencionado solo a los agentes económicos esenciales para el desarrollo del baloncesto como deporte (los inversionistas, el estado, los jugadores y la afición), pero estos necesitan de un detonante, el cual es parte fundamental para la producción del “espectáculo”, esencia del negocio del baloncesto, este papel es el de los medios de comunicación, ellos son parte fundamental del negocio del baloncesto como lo conocemos en la actualidad, son quienes hacen llegar el producto a los aficionados, quienes promocionan un evento o un partido en específico, son quienes alimentan y envuelven al público en general en uno de los mercados que también es muy manipulable, ya que son los medios de comunicación quienes a través de sus programas de televisión, radio, periódicos deportivos, etc. Pueden llegar a generar una pasión muy peculiar dentro del baloncesto en los aficionados, la cual se aprecia en la enajenación y manipulación que se da por parte de los mismos medios a través del baloncesto a nivel internacional, esto se retomara y se analiza más a detalle en casos específicos del baloncesto mexicano, español y estadounidense a lo largo de los dos capítulos siguientes.

A partir de lo mencionado anteriormente y tomando como referencia la evolución del baloncesto y de la economía en general, así como de la globalización en el deporte, se habla y se entiende económicamente al baloncesto a partir de los siguientes factores:

basquetbolistas, aficionados, estadios, inversionistas, medios de comunicación, los cuales fundamentan la existencia de una industria de baloncesto, industria que atiende la necesidad del ocio en el ser humano teniendo como detonante la globalización empleando a los medios de comunicación promocionar el espectáculo, el cual es la esencia del negocio del baloncesto, para a partir de allí generar las ganancias que los dueños o el mismo estado esperan por parte de la práctica de este negocio; pero la ganancia es la parte final de toda una estructura, esta estructura tiene un trasfondo que va más allá de la gestión del negocio, se tiene que tener en cuenta que el negocio económico va de la mano de los resultados deportivos, de la relación equipo-afición, de lo atractivo que sea el baloncesto desempañado por un equipo para el televidente, para el aficionado; entonces el negocio depende del deporte, pero el deporte depende primeramente de las inversiones, es decir, el ciclo del baloncesto como negocio se da de la siguiente manera:

Inversión - Deporte – Negocio

D – M – D

Donde:

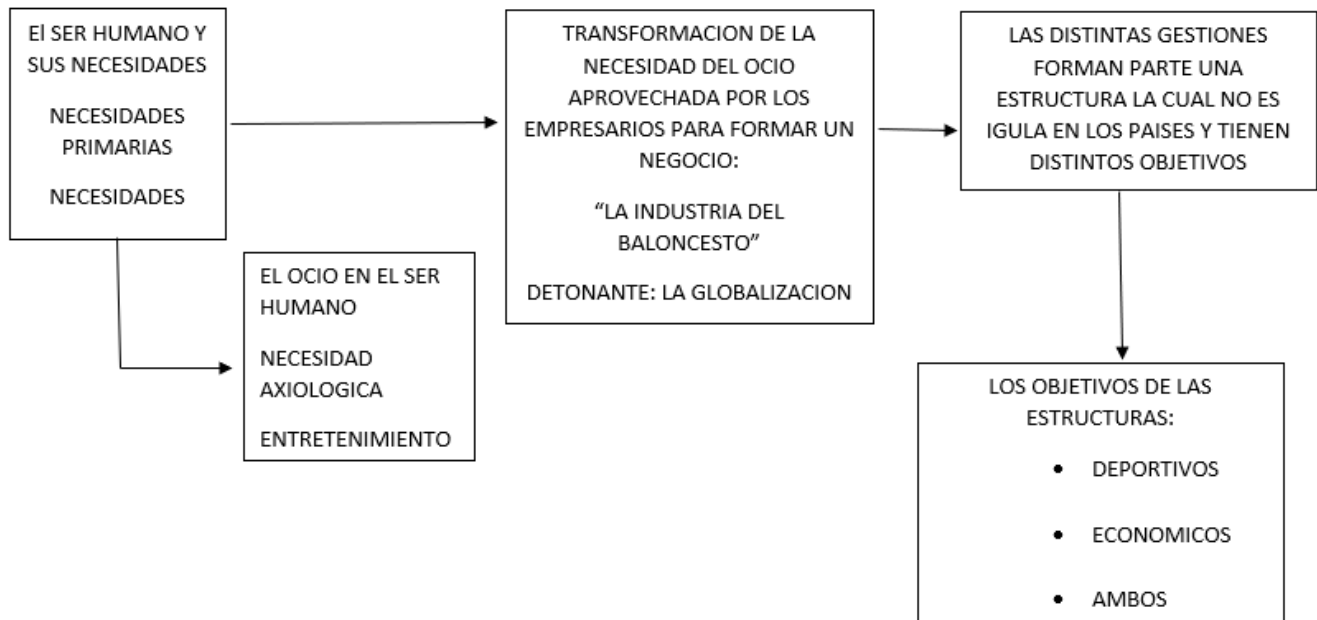
Si posesionamos y compramos la producción de plusvalía en la generación de capital dentro del ciclo capitalista D-M-D, con el negocio del baloncesto es claro que: La inversión es el dinero que los dueños del baloncesto ponen a disposición para que se genere la mercancía (el deporte, el baloncesto), y este a su vez genera ganancias al ser consumido por el aficionado, generando con ello ganancias para los dueños de la mercancía.

Si tomamos en cuenta el ciclo del baloncesto como negocio el cual es el mencionado en el párrafo anterior podemos cuestionar lo siguiente:

¿Cómo está estructurado este ciclo?

El ciclo del negocio del baloncesto se estructura de diversas formas y con distintos objetivos, lo cual se profundiza en el capítulo siguiente, lo primordial para comprenderlo es saber que el negocio en el baloncesto y la industria del mismo como tal se encuentra en un sistema abierto y dinámico, el comportamiento de la oferta (las organizaciones) y la demanda (practicantes y aficionados) deportiva, está sometida a continuos cambios como consecuencia de su interacción con el resto de subsistemas sociales, es por ello que a partir de la globalización se genera en el aspecto basquetbolístico un aumento de esta actividad y se pasa de igual manera como otras industrias en un proceso de expansión y mundialización generándose instituciones para su profesionalización como es el caso de la FIBA y abriendo nuevos horizontes así como alternativas para inversionistas, siendo de esta manera, el baloncesto, uno de los deportes más practicado y seguido del planeta, el cual produce un gran impacto en la sociedad generando oportunidades a empresas e instituciones a nivel internacional, generando así un sinfín de oportunidades para que grandes empresas puedan ver el baloncesto no solo como espectáculo o como un simple juego si no como un negocio redondo, donde se pueden generar grandes cantidades de dinero teniendo una buena estructura y planificación, siendo este negocio redituable o rentable para todas o casi todas los agentes que interactúan en él, como se aprecia en el siguiente diagrama:

Diagrama 4. Estructura del baloncesto como industria:



Fuente: Elaboración propia

En el capítulo anterior se mencionó acerca del fundamento del deporte como negocio dentro de un sistema económico, esta industria del baloncesto debe tener una estructura como tal, estructura organizacional, económica, social, que tiene que estar definida y ser respetada por todos los agentes que interactúan en ella, en este capítulo, se tratan los modelos que interfieren en el deporte, describiendo los modelos que existen así como las estructuras económicas dentro de baloncesto, como se defienden, cuáles son sus características así como sus objetivos.

Ya se hizo mención acerca de que el baloncesto específicamente, ha cambiado, evolucionando y mejorado dentro del marco deportivo, pero ello conlleva también su aspecto económico, lo que hace que sea indispensable una estructura económica para el desenvolvimiento de un atractivo negocio para los empresarios o inversionistas del baloncesto, estas estructuras cambian dependiendo de muchos factores no solo económicos y es, en este punto donde es primordial al igual que en muchas más industrias el ser autocrítico y analizar, no solo la estructura y modelo del baloncesto mexicano, si no también hay que compararlo con ligas y selecciones, las cuales tienen en los últimos años un impacto deportivo importante, la relación entre España y EUA es un buen comparativo hacia el futuro de nuestro país, ya que deportivamente es considerado como la liga número uno del mundo y su selección está dentro de los primeros lugares del orbe, además de ser de las selecciones más populares, esto hace que situemos al baloncesto estadounidense frente al español, el compararlo y analizarlo nos permitirá llegar a tomar en consideración algunos aspectos que puedan hacer que el baloncesto de nuestro país pueda desempeñarse de mejor manera, que sea más transparente y claro en cuestiones financieras donde sea posible observar el funcionamiento, no solo deportivo en el baloncesto si no también el económico.

Para poder lograr lo anterior, primeramente se tratarán los modelos y estructuras aplicadas al deporte, sus características y objetivos, con la finalidad de poder entender cómo se maneja económicamente el baloncesto o como se llevaría a cabo un buen ejercicio económico dentro del mismo, ya que este deporte como sabemos genera plusvalía para el inversionista y para el consumidor pero, ¿cómo lo hace?, ¿cómo se regula?, ¿quiénes deciden invertir en el baloncesto? y ¿cuál es su objetivo?; es el tema central de este capítulo; así como establecer las comparaciones de estas interrogantes aplicadas al caso español con el caso estadounidense, para poder analizar en qué posición se encuentra el de nuestro país.

2.1 Modelos y estructuras económicas aplicadas al deporte

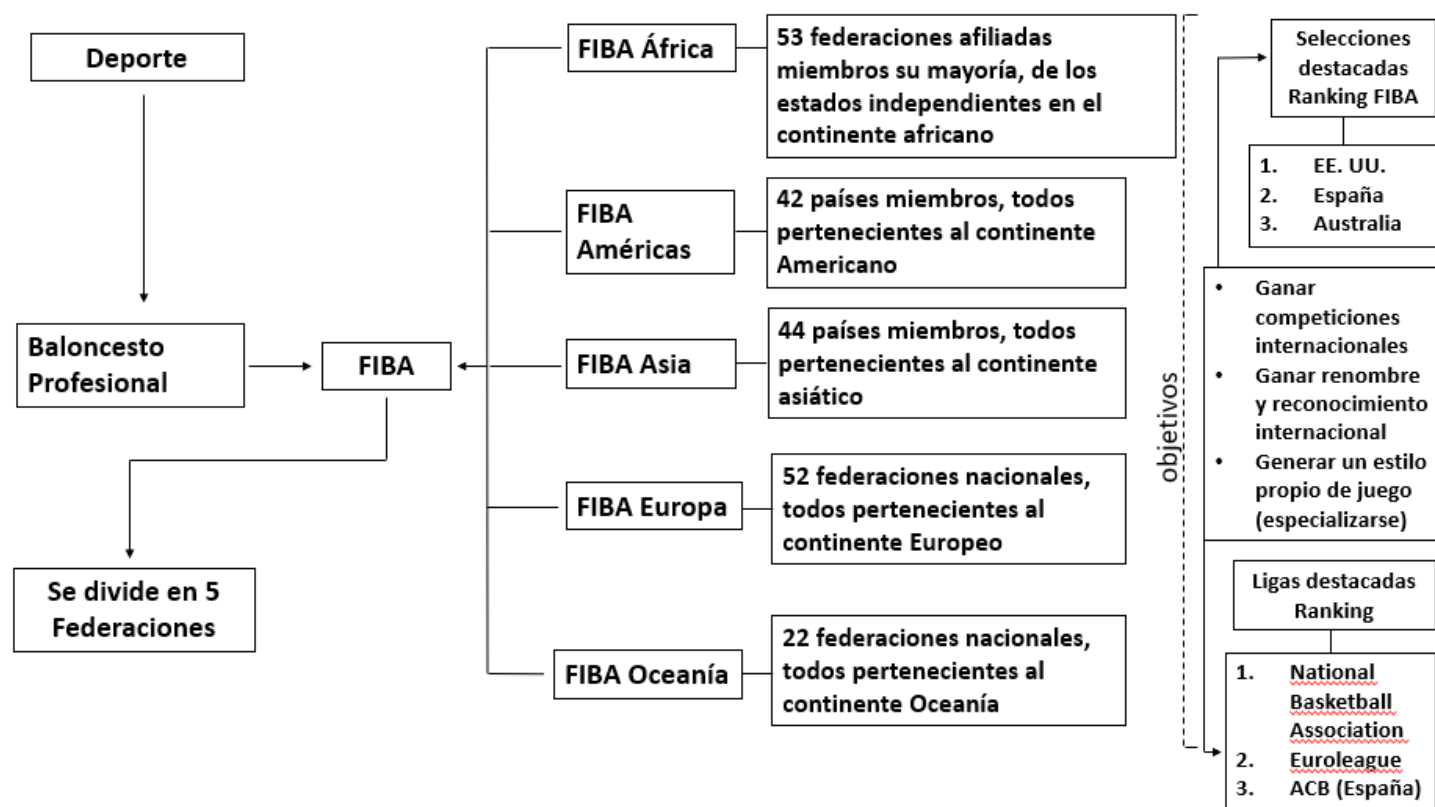
El objeto de estudio de esta investigación es el baloncesto, y el como este se ha convertido en un negocio, así como de qué manera está estructurado, es decir: Como se genera a partir del deporte una plusvalía o ganancias, quien regula y de qué manera está estructurada la industria del baloncesto, así como describir y dejar claro quienes interactúan y como lo hace en dicho proceso.

El deporte está envuelto dentro de un sistema económico abierto y dinámico, donde las decisiones individuales en el ámbito deportivo pueden cambiar el rumbo de una inversión en

segundos, y una inversión puede hacer que estas decisiones deportivas tengan un sentido más congruente para los logros de los clubes o equipos, por ello el baloncesto profesional depende de la calidad de su materia prima (los jugadores), del impacto del conjunto de la misma con la afición (recordemos que la afición es el principal consumidor de la industria del baloncesto) y de los logros deportivos, esto refiriéndonos al aspecto deportivo del club, pero al mismo tiempo depende de los ingresos que tenga el equipo, refiriéndonos con ello, a las inversiones en infraestructura, en la plantilla de jugadores, patrocinadores, propaganda, campañas publicitarias, impacto social, etc.

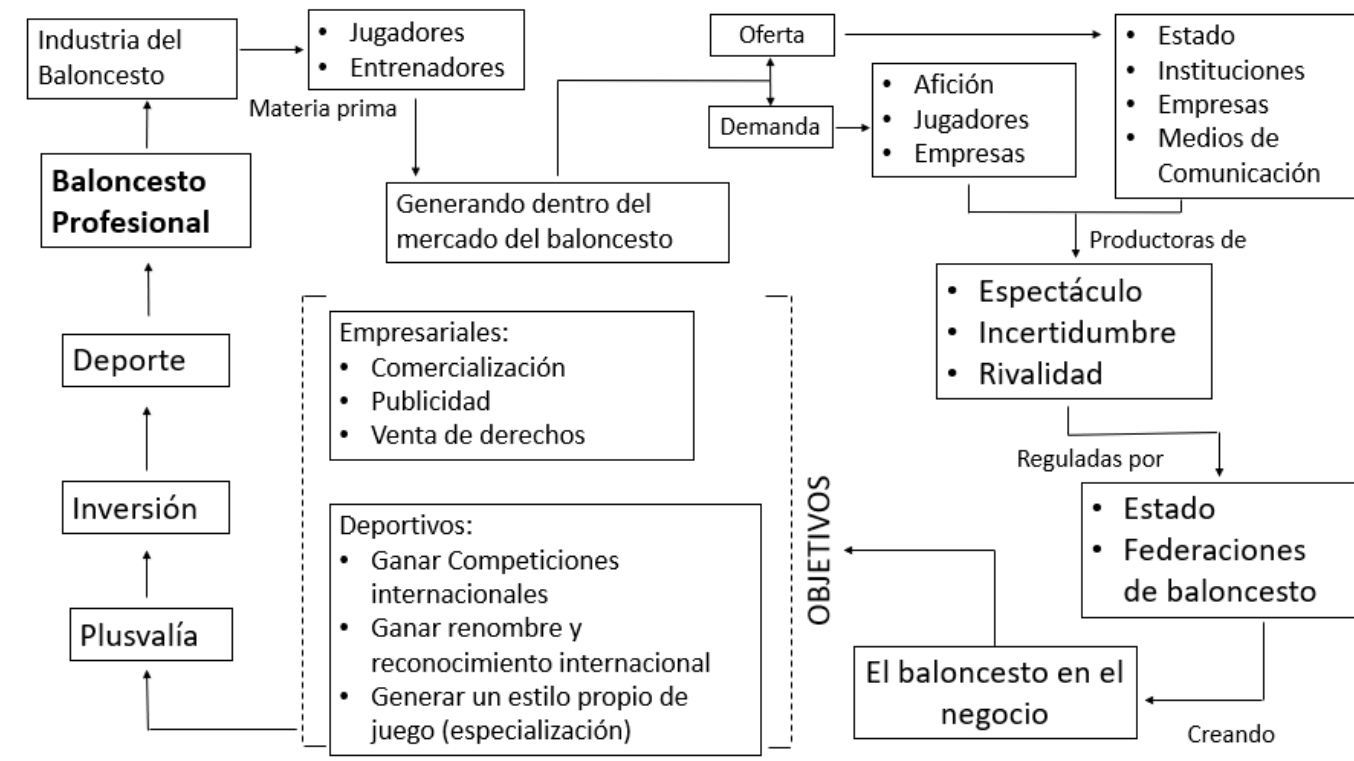
El conjunto de los agentes deportivos y económicos forman una estructura dentro del baloncesto, la cual a su vez conforma un ciclo, donde se vuelve dependiente el deporte profesional de la inversión misma que depende en la mayoría de los casos del resultado deportivo, dicha estructura se describe en los diagramas siguientes:

Diagrama 5. Estructura deportiva del baloncesto



Fuente: Elaboración propia con datos de FIBA, 2019.

Diagrama 6. Estructura económica del baloncesto



Fuente: Elaboración propia con datos de FIBA, 2019.

En el diagrama 6 se puede observar que existe una diferencia específicamente con los objetivos de ambos casos, ya que mientras que dentro del esquema estrictamente deportivo los objetivos tratan cuestiones como el prestigio, la especialización, el ser mejor con sus propias características de juego, etc.; en el ámbito económico, el cual lo podemos entender como el “otro lado del deporte”, se toma al baloncesto como un agente productos de ganancias o bien plusvalía, esto mirándolo en términos capitalistas, ya que el baloncesto se convierte en una nueva oportunidad de negocio para los clubes, grandes empresas, patrocinadores y hasta el propio estado se puede ver beneficiado por lo generado en esta esfera.

Para que ambos aspectos funcionen como toda industria y acción física realizada por el hombre mediante procesos bien definidos como la práctica del baloncesto, dicho deporte e industria deben de estar regulados; el baloncesto en su estructura deportiva es regulada mediante organizaciones y/o federaciones ya sean regionales, nacionales o internacionales, las cuales tienen sus propios estatutos y características que varían de país en país pero, la gran mayoría bajo un esquema estipulado por el órgano rector del baloncesto internacional (en este caso la FIBA) pero también dichas organizaciones o federaciones están facultadas para regular el aspecto financiero y económico de las ligas apoyados en algunos casos por el estado, tal es el caso de España por ejemplo. quien mediante su federación y el fisco regulan la actividad financiera de la liga española.

2.1.1 Organizaciones Basquetbolisticos

2.1.1.1 FIBA

La Federación Internacional de Baloncesto (FIBA) es una asociación de derecho suizo fundada en 1932 con sede en Mies, Suiza. Está compuesta por 213 federaciones nacionales. Su objetivo es mejorar y desarrollar constantemente el baloncesto (FIBA, 2020).

La FIBA está compuesta por 5 federaciones continentales las cuales engloban el universo del baloncesto como tal, cada federación tiene a su cargo a las federaciones nacionales miembros de cada una de ellas, así como la organización de los eventos de la región geográfica que ocupan (son continentales en su mayoría), cada confederación tiene como objetivo el desarrollar y regular el baloncesto de las asociaciones a su cargo para el buen desempeño tanto deportivo como económico de la confederación y del baloncesto en su conjunto.

Las federaciones por la cual está compuesta dicha organización se muestra en el Mapa 1. Así mismo se describe cada una de ellas.

Mapa 1. Federaciones de la FIBA

 **FIBA África**  **FIBA Américas**  **FIBA Asia**  **FIBA Europa**  **FIBA Oceanía**

Fuente: Tomado de “Federación Internacional de Baloncesto”, Wikipedia, 2020, https://es.wikipedia.org/wiki/Federaci%C3%B3n_Internacional_de_Baloncesto#Eventos

Cabe mencionar que las principales competiciones de la FIBA son las siguientes:

Torneos de selecciones:

- Copa Mundial de Baloncesto¹⁵

¹⁵ Cada cuatro años (periodo de tiempo en el que se realiza el mundial), la FIBA otorga los cupos para cada una de las federaciones; en el caso del último mundial (China 2019) durante la sesión del 31 de agosto de 2019 se resolvió dicha repartición de la siguiente manera: 1 por equipo anfitrión del torneo, 7 equipos por

- Torneo de baloncesto en los Juegos Olímpicos
- Campeonato Mundial de Baloncesto sub-19
- Campeonato Mundial de Baloncesto sub-17

2.1.1.2 FIBA África

Previamente llamada Asociación de Federaciones Africanas de Baloncesto, la FIBA África fue fundada el 11 de junio de 1961 en el Cairo, Egipto, su centro administrativo actualmente se encuentra en la misma ubicación.

En la actualidad hay 53 federaciones afiliadas, dichas asociaciones nacionales de baloncesto pertenecen a FIBA África, representando a la mayoría de los estados independientes dentro del continente africano.

Las principales competiciones de FIBA África son las siguientes:

Torneos de selecciones:

- AfroBasket (Varonil y femenino).
- FIBA África Under-18 Championship (Varonil y femenino)
- FIBA África Under-16 Championship (Varonil y femenino)

Torneos de Clubes:

- FIBA África Clubs Champions Cup (Varonil y femenino)
- FIBA África Winners Cup

2.1.1.3 FIBA Américas

La FIBA Américas (Confederación Panamericana de Baloncesto), fue fundada el 11 de octubre de 1975, cuenta con 42 países miembros, que están divididas en 3 zonas: Norte, Centroamérica y Caribe y Sudamérica

Su principal objetivo es el de lograr el mejor desarrollo y control del Baloncesto en América y tiene su sede permanente en Miami, Florida, Estados Unidos.

Las principales competiciones de FIBA América son las siguientes:

Torneos de selecciones Varoniles:

- Campeonato FIBA Américas

FIBA Américas, 7 equipos por FIBA Asia y FIBA Oceanía, 12 equipos por FIBA Europa y 5 equipos por FIBA África. (FIBA, 2020).

- Campeonato Sudamericano Centrobasket
- Campeonato CBC
- Campeonato Sudamericano Sub-17
- Campeonato Sudamericano Sub-15
- Campeonato FIBA Américas Sub-20
- Campeonato FIBA Américas Sub-18
- Campeonato FIBA Américas Sub-16
- Centrobasket Sub-17
- Centrobasket Sub-15

Torneos de selecciones Femeniles:

- Campeonato FIBA Américas Femenino
- Campeonato Sudamericano
- Centrobasket Femenino
- Campeonato CBC Femenino
- Campeonato FIBA Américas Sub-18
- Campeonato Sudamericano Femenino de Baloncesto Sub-17
- Campeonato FIBA Américas Femenino Sub-16
- Centrobasket Femenino Sub-17

Torneos de Clubes varoniles:

- Copa Intercontinental
- Liga de las Américas
- Liga Sudamericana de Clubes
- Campeonato de Clubes
- Campeonato de Centroamérica

Torneos de Clubes Femeniles:

- Liga Sudamericana de Clubes

2.1.1.4 FIBA Asia

La FIBA Asia, fue fundada el 11 de octubre de 1975, cuenta con 44 países miembros, que esta dividida en seis regiones, estas son: Este asiático, Sudeste Asiático, Sur de Asia, Asia central, Golfo y Oeste asiático, donde la región central es la cabecera de FIBA Asia.

Los objetivos que persigue FIBA Asia son, el desarrollar, promover y gestionar el baloncesto en toda la región de Asia con integridad, transparencia y pasión con el fin de inspirar a la participación en el juego. Tiene su sede permanente en Kuala Lumpur, Malasia.

Las principales competiciones de FIBA Asia son las siguientes:

Torneos de selecciones Varoniles:

- Campeonato FIBA Asia
- Copa FIBA Asia
- Campeonato FIBA Asia Sub-18
- Campeonato FIBA Asia Sub-17

Torneos de selecciones Femeniles:

- Campeonato FIBA Asia Femenino
- Campeonato FIBA Asia Femenino Sub-18
- Campeonato FIBA Asia Sub-16

Torneos de Clubes:

- Copa de Campeones de FIBA Asia (FIBA Asia Champions Cup)
- Liga de Baloncesto de la ASEAN (ASEAN Basketball League)
- Copa de Campeones de la WABA (WABA Champions Cup)

2.1.1.5 FIBA Europa

La Confederación Europea de Baloncesto (FIBA Europa), es la que se dedica a regular las normas del baloncesto en Europa, fue fundada el 25 de mayo del 2001, cuenta con la afiliación de 52 federaciones nacionales.

Sus principales objetivos son el desarrollo del baloncesto en el continente europeo y ayudar a definir las características del baloncesto en dicho continente, tiene su sede permanente en Múnich, Alemania.

Las principales competiciones de FIBA Europa son las siguientes:

Torneos de selecciones:

- EuroBasket
- Eurobasket femenino
- Campeonato Europeo de los Países Pequeños
- Campeonato Europeo de los Países Pequeños Femenino
- Campeonato Europeo Sub-20 masculino de baloncesto
- Campeonato Europeo Sub-20 femenino de baloncesto
- Campeonato Europeo Sub-18 masculino de baloncesto
- Campeonato Europeo Sub-18 femenino de baloncesto
- Campeonato Europeo Sub-16 masculino de baloncesto
- Campeonato Europeo Sub-16 femenino de baloncesto

Torneos de Clubes Varoniles:

- Euroliga
- Eurocup
- Liga de Campeones de Baloncesto
- Copa Europea de la FIBA

Torneos de Clubes Femeniles:

- FIBA EuroLeague Women
- FIBA EuroCup Women
- Supercopa de Europa

2.1.1.6 FIBA Oceanía

FIBA Oceanía, con sede en Southport, Australia, está conformada por 22 federaciones nacionales, fue fundada en 1969 pero desde el 2017 los países asociados a FIBA Oceanía participan en los campeonatos de FIBA Asia y el Campeonato FIBA Asia Femenino

Las principales competiciones de FIBA Oceanía son las siguientes:

Torneos de selecciones:

- FIBA Oceanía Championship
- FIBA Oceanía Championship for Women
- FIBA Oceania Youth Tournament (Sub-20)
- FIBA Oceania Youth Tournament for Women (Sub-20)
- FIBA Oceanía Under-18 Championship
- FIBA Oceania Under-18 Championship for Women
- FIBA Oceanía Under-16 Championship
- FIBA Oceania Under-16 Championship for Women

Torneos organizados por sub Zonas de FIBA Oceanía:

- FIBA Melanesian Basketball Cup
- FIBA Micronesian Basketball Cup
- FIBA Polynesian Basketball Cup
- FIBA Polynesian Basketball Cup for Women

2.1.2 Ciclos económico – deportivos.

2.1.2.1 El deporte, el baloncesto, la mercancía.

El deporte en su esencia es la práctica de un juego sin fines de lucro y con la sola finalidad de entretener, mantenerse en buena forma física o satisfacer el ocio en el ser humano o bien, es la práctica de un simple juego para salir de la rutina que es realizada por el hombre, es una actividad sana de entretenimiento y diversión.

Dentro de este entorno, el ser humano desarrolla habilidades que le ayudan a un mejor desempeño y práctica del deporte de manera paulatina, y le ayuda a mantenerse en buena condición física o bien practicar por gusto e identificación al deporte, todo esto sin tener una especialización formal o asistir a grupos o equipos establecidos; es la esencia del deporte, donde sus objetivos son el entretenerse y divertirse; es decir, se juega por satisfacción sin fines de lucro.

El deporte en general y específicamente el baloncesto se puede realizar con y sin fines de lucro no solo como se menciona en el párrafo anterior, donde se practicaba por entretenimiento y diversión. También el deporte se puede adentrar dentro de la generación de capital y es en este rubro donde intervienen no solo quienes lo practican, si no quienes proveen de todas las facilidades para hacerlo, quienes lo fomentan y quienes ven al deporte no solo como deporte si no también como mercancía.

El deporte como mercancía puede reflejarse en primera instancia solo para la retroalimentación del mismo deporte donde, estaríamos frente a una reproducción simple del capital, ya que solo se retroalimenta y se obtiene una satisfacción la cual no sale de la misma estructura del deporte, debido a que en este proceso la mercancía, el deporte, circula y se concluye el ciclo en la satisfacción por parte del consumidor, donde se obtiene un calor el cual no es tangible, si no subjetivo.

Teniendo como punto de partida lo mencionado en el párrafo anterior y teniendo en cuenta que la mercancía fundamental de este ciclo de generación de capital es el baloncesto como espectáculo, primeramente, estaríamos entrando en un primer ciclo, el cual sería de la siguiente forma:

2.1.2.2 Ciclo M – D – M (Mercancía – Dinero – Mercancía)

Al entender al deporte y al baloncesto como una mercancía debemos comprender que dicha mercancía es el espectáculo, el juego como tal, la profesionalización de materia prima es decir los jugadores y como se vende esta mercancía en el mercado: hablando en términos económicos y asociando al baloncesto como mercancía ofrecida, es a través de los medios de comunicación, quienes toman un papel importante en este punto, ya que, son quienes pueden elevar la demanda de todos los aspectos del baloncesto (desde la promoción de un juego o evento hasta la venta de playeras o artículos relacionados del equipo a quienes promocionan), los generadores de la oferta de esta mercancía son quienes hacen que este ciclo funcione y siga su marcha esto reinvertiendo las ganancias para que no desaparezca esta estructura, es decir, haciendo que el baloncesto y sus dividendos tanto económicos como deportivos sean atractivos para la afición y para los inversionistas, donde se puedan generar oportunidades de crecimiento en ambos casos, pero el ciclo mencionado se ve reflejado más aun si tomamos un ejemplo: cuando una serie de personas practican o juegan un partido de baloncesto en una cancha cualquiera que esta sea primeramente adquieren mercancías para hacerlo, después

de ello piensan y rentan o adquieren el lugar adecuado para llevarlo a cabo y después, concluyen en su juego por diversión, es decir una mercancía la convierten en un satisfactor, o bien hacen de la ganancia de un proceso de comprar los artículos y usar las canchas una ganancia que pareciera improductiva, dentro de la circulación simple del capital, y la circulación del plusvalor, Marx (1976:398) señala que : “en el caso de la reproducción simple, el plusvalor producido y realizado con periodicidad, anualmente o en varias rotaciones anuales, es consumido de manera individual, es improductivo”, si lo analizamos en el ejemplo anterior lo obtenido por el aficionado ya sea en su práctica o en su consumo asistiendo a los estadios es una ganancia que se ve reflejada en términos subjetivos para el capitalista, no tiene valor; que para el negocio del baloncesto pareciera improductivo, pero esta es la perspectiva de un ciclo que se convierte por parte de los dueños de los medios de producción de un espectáculo en una ganancia pasando de este ciclo (de ganancias subjetivas) que solo tiene como retroalimentación el seguir practicando o jugando dicho deporte a un ciclo donde se dan las condicionantes para que a partir de esta necesidad del ser humano, el ocio, y mediante una serie de transformaciones de la materia prima en mercancía final promocionada y llevada al mercado por parte de los agentes productores, se adquieren en esta forma un plusvalor que se ve reflejado en ganancias de dinero que son realmente exageradas en algunos de los casos en la actualidad, pasando así a la forma desarrollada cíclicamente del negocio del baloncesto.

2.1.2.3 Ciclo D-M-D (Dinero – Mercancía – Dinero Plusvalor)

Al pasar por todo el proceso de estructuración y circulación anterior, el baloncesto, así como el deporte adoptan un rol más importante dentro de la misma sociedad, generando con ello un sector económico deportivo al cual es dinámico y abierto, donde ya se mira al deporte no solo como practica-entretenimiento, sino como un “negocio” atractivo, que gracias a la globalización y a los medios de comunicación se logra valorizar.

Al valorizar el deporte genera, no solo las ganancias suficientes para su propia retroalimentación sino ahora también es capaz de generar plusvalía para los inversores iniciales quienes son los dueños de los equipos; así como también crean diversas fuentes de ingresos, que no son necesariamente la venta de entrada a los estadios ni la venta de playeras del equipo, sino también los derechos de transmisión de los juegos, los patrocinios, la publicidad, etc., que en su conjunto forman el negocio del baloncesto en la actualidad.

Dentro de esta estructura que es la que hoy en día conocemos es importante conocer que quienes ofertan dicho deporte tienen sus objetivos bien planteados, limitados claro está por las organizaciones reguladoras del baloncesto y por el estado.

Dichas fuentes generadoras y dueñas de los equipos de baloncesto las podemos describir tomando la estructura del baloncesto de la siguiente manera:

- Institución – Deporte – Capital
- Estado – Deporte – Capital
- Empresa – Deporte – Capital
- Estructura mixta

Estas estructuras solo ejemplifican y dejan claro que dentro de los ciclos de generación de capital en el estricto tema del deporte en este caso el baloncesto, la inversión o los inversionistas quienes pretenden generar con ello una ganancia a través de la transformación del deporte en generador de ganancias es de distinta índole, ya que solo varía la inversión inicial para generar este ciclo, como se conforma y quienes lo hacen, es lo que se analizará a continuación.

2.1.3 Tipos de estructura económico – basquetbolísticos

2.1.3.1 Institución – Deporte – Capital

Una institución la podemos definir como un organismo o grupo social que, con determinados medios, persiguen la realización de unos fines o propósitos.

En el deporte las instituciones que invierten mayoritariamente o son dueñas de equipos de baloncesto lo hacen con el objetivo de tener un impacto deportivo y social, así como darle renombre a la institución; dichas instituciones en su mayoría son educativas.

De esta manera dichas instituciones obtienen renombre deportivo y se manifiestan como instituciones fomentadoras del mismo y a su vez, generan ingresos derivados de todos los agentes que interactúan en el negocio del baloncesto: patrocinios, venta de artículos de la institución, venta de derechos de transmisión, traspasos de jugadores e incentivos económicos de la liga a la que pertenezcan.

Por lo tanto, existe un incentivo para que a una institución educativa o de otro carácter, le sea atractivo el ser dueño de un equipo de baloncesto debido a que puede, si se plantea objetivos y metas bien estructuradas, tener un negocio redituable y de larga duración que además deja una buena imagen de la institución y obtenga el renombre que se plantee desde sus inicios.

2.1.3.2 Estado – Deporte – Capital

El estado es la autoridad que debe de regular, fomentar y apoyar el deporte, en este caso el baloncesto, pero también puede favorecerse del mismo.

Al igual que las instituciones, el estado, por parte de los gobiernos estatales o regionales pueden ser dueños o formar parte de los equipos de baloncesto, esto con la finalidad de hacer promoción al deporte en el estado al que son referentes, también al igual que en la estructura anterior, el estado se puede ver favorecido con los dividendos generados por los ciclos económicos del baloncesto y también se convierte en una sede donde el estado puede atraer más turismo o competencias nacionales e internacionales.

El estado puede intervenir en el baloncesto y más directamente en un equipo en diversas situaciones, ya sea desde el proporcionar el estadio estatal para el equipo de su elección o bien siendo accionista del equipo o club.

El hecho de que el estado se involucre con el equipo de la entidad que representa genera que las plazas basquetbolicas tengan además de un apoyo firme por el gobierno estatal una identificación con la gente del estado la cual se siente atraída por los colores del equipo y asiste cada partido al estadio a ver el baloncesto, generando con esto que la plaza tenga características específicas generando un impacto social-económico favorable para el estado.

2.1.3.3 Empresa – Deporte – Capital

Una empresa es constituida tradicionalmente dentro del sistema capitalista como un conjunto de factores de producción que son coordinados con el objetivo de la obtención del máximo beneficio o lucro de sus dueños o inversionistas.

El baloncesto con el tiempo se ha transformado y en la actualidad se mira como un negocio que puede llegar a ser redituable en muchos sentidos, dando lugar a que los empresarios e inversionistas volteen su mirada a un deporte como lo es el baloncesto, al ser dueño o accionista mayoritario de un club o equipo de baloncesto el empresario abre las puertas de una industria hasta la fecha poco explotada¹⁶, ya que, aun queda mucho que poner en práctica dentro de este sector económico.

Las cantidades de dinero que se manejan en la actualidad, hacen pensar que no hay un límite para la satisfacción del espectáculo del baloncesto, un solo equipo puede comprar a un solo jugador de renombre en cantidades realmente grandes, esto con el fin de mejorar deportivamente y visto en esta estructura, no solo es eso si no que también este jugador impactara económicamente al club, ya sea por la venta de playeras, atracción del publico o darle apertura a otros mercados en los que el club no estaba posesionado¹⁷.

Todo este proceso de producción del espectáculo, especialización de materia prima (jugadores) y el conjunto de factores externos al deporte, hacen que la industria del baloncesto deje ganancias al club y al empresario o empresarios por encima de lo necesario para la existencia del club, donde la inversión inicial del empresario se ve multiplicado en el corto o largo plazo generando así la plusvalía en el baloncesto; lo cual genera que este deporte sea un negocio realmente bueno del cual los empresarios quieran ser parte fundamental.

2.1.3.4 Estructura Mixta

16 Con la globalización se empieza a industrializar el baloncesto y se puede encontrar como un negocio atractivo para las empresas, esto parte la primicia de que cada club tenga no solo que gestionar la parte deportiva de los equipos, sino también la parte del negocio desde la vestimenta, patrocinios, marketing hasta los traspasos de jugadores temporada a temporada.

17 En la NBA (National Basketball Association), el equipo los Ángeles Lakers pagaron 154 millones de dólares para contratar por 4 años a uno de los mejores jugadores de la época Lebrón James, uno de los traspasos más grandes en el baloncesto.

No es necesariamente dentro de un equipo de baloncesto se debe contar con una sola de las estructuras anteriores, no solo se puede contar con una clase de inversionistas, ya que es bien sabido que la inversión inicial para echar a andar un equipo de baloncesto, no es cosa ni mucho menos fácil, por ello uno o varios empresarios interesados en invertir en esta industria necesitarían no solo la materia prima para echarlo a andar, sino también la infraestructura necesaria para poder especializarse en dicha materia prima, es decir, en términos basquetbolísticos, el club o el equipo de baloncesto no solo necesita inversión en buenos jugadores y cuerpo técnico, también necesita un estadio donde participar en la liga así como instalaciones para entrenar, y es aquí donde surge esta estructura, la estructura mixta.

Algunos equipos profesionales tienen que rentar al estadio o institución, sus instalaciones o bien pueden hacer que este sea parte del equipo como accionista poniendo a disposición las instalaciones requeridas por el equipo para la práctica de baloncesto.

Las estructuras mencionadas son solo las posibilidades que tienen los equipos de baloncesto para ser financiados, para su fomento y su prospección con objetivos a corto, mediano o largo plazo, y dentro de una misma liga se pueden tener todas las estructuras mencionadas o solo algunas; donde parte fundamental de que el baloncesto se vea como negocio son todos los agentes que intervienen alrededor del deporte, dichos agentes son regulados por el estado y por las federaciones de cada país aunque en algunas ocasiones se pueden generar monopolios y/o duopolios en cuanto a las empresas o dueños de equipos de determinada liga, generando con esto que la liga de baloncesto en un país sea o no sana tanto deportiva como económicamente.

2.2 Los medios de comunicación en el baloncesto.

Los diversos medios de comunicación son uno de los principales detonantes de la oferta deportiva, ellos hacen que se engrandezca el interés desde un juego hasta un evento deportivo importante, por ello son pieza clave dentro del negocio de baloncesto.

Los diversos medios de comunicación llámese televisión, radio, periódicos, redes sociales, libros, etc., han ido evolucionando y apoyados en la globalización, al igual que el deporte en gran manera, se han convertido en una industria sumamente poderosa en la actualidad, por si solos, los medios de comunicación pueden orientar en distintas vertientes, a partir de un solo juego se pueden crear rivalidades, y más interés en cualquier equipo, así como el interés también personal sobre un jugador, el cual ayuda al consumismo y renombre de dicho jugador o club, pudiendo con ello enajenar al aficionado y sociedad en general, haciendo también que se quebrante la esencia del baloncesto, la práctica y el deporte, un deporte que pareciera sano se puede ver ensuciado y aprovechado por los intereses o fines que no van encaminados al aficionado o al sano desempeño del deporte como actividad, sino a otros fines, ya sean de carácter político o económico, esto apoyado y gracias en mayor medida a la propaganda que hacen los medios de comunicación sobre algún evento, partido o jugador en específico.

Los medios de comunicación conforman y son parte de la estructura económica del baloncesto en la actualidad, haciendo con ello que no solo sea el deporte como tal, si no a partir de que se mira como negocio, en él intervengan otros factores como lo son estos llamados animadores del baloncesto.

No se puede dejar de mencionar que los medios de comunicación son hoy en día fuente primordial de los ingresos de este llamado negocio del baloncesto, los ingresos por derechos televisivos por ejemplo, son una fuente de ingresos primordial para cualquiera de las ligas y federaciones del mundo basquetbolístico, haciendo de esta relación medios de comunicación – baloncesto una relación muy estrecha y consciente de que uno depende del otro para subsistir como negocio.

El conjunto de estructuras, así como los agentes externos como lo son los medios de comunicación, patrocinios, gestión, marketing, etc.; conforman la estructura económica del baloncesto y es a partir de este punto donde se pueden analizar otras esferas del mismo deporte relacionadas con su impacto social, financiero, de la especialización de jugadores, traspasos, inversiones, valor de un equipo; esto refiriéndonos específicamente al aspecto económico, pero también dicha estructura puede definir el aspecto deportivo refiriéndonos con ello al formato con el que se juega determinada liga, competición o bien el estilo de juego de un país, esto también se logra apreciar en las competencias de las selecciones nacionales así como en el mundial donde las características de cada selección son del conocimiento del público y equipos contendientes, haciendo o no, más vistoso el espectáculo de determinado juego¹⁸.

En la actualidad una federación de baloncesto puede adoptar el reto de conjuntar sus competencias y su modelo deportivo junto con el aspecto económico, es decir se puede convertir una liga en un modelo económico – deportivo a seguir, tal es el caso de las ligas de renombre a nivel internacional como la liga española, la NBA o la liga China; siendo esta última, dicho por los expertos un modelo económico a seguir en el cual se logran conjuntar las estructuras tanto económica como deportiva y se conforma así un modelo empresarial que tiene como premisa el tener el espectáculo del baloncesto en su conjunto¹⁹.

2.3 Modelo económico de la Liga ACB española.

En la última década el baloncesto español ha comenzado a ganar mucha popularidad en el ámbito deportivo, gracias a los medios de comunicación, es posible seguir día con día a los equipos de la liga de dicho país, si estos ganan o pierden un juego en competencias internacionales o bien dentro de la misma liga española, los referentes principales de dicha

18 En el baloncesto internacional es aun más marcada esta situación, podemos encontrar desde estilos de juego dentro de las ligas y selección defensivos como es el caso de E.U.A y su contraste un estilo de defensa hombre a hombre y el de los demás, defensa por zona.

19 El modelo económico de la "Liga CBA" Es analizada como una industria, donde existen modelos de negocio, en este caso la liga lleva a cabo este modelo bajo siete puntos estratégicos que le brindan beneficios tanto a los productores como a los consumidores: 1. Aumentar la producción de jugadores internacionales, permitiendo elevar el nivel del torneo y el espectáculo, 2. Aumentar la producción de jugadores nacionales mediante las reglas de la liga. La CBA sólo permite 2 extranjeros por equipo, los cuales solo pueden jugar 3 cuartos cada partido, dando protagonismo al jugador local, que es el que se nutre selección nacional, 3. Negocio rentable, la liga lleva 20 años continuos aumentando su margen de utilidad, sus ingresos los obtiene de 3 principales fuentes: los derechos televisivos de transmisión, los contratos comerciales que reciben y la recaudación que se obtiene por la asistencia a los partidos, 4. Clubes competitivos para generar incertidumbre al resultado de cada juego y 5. Asistencia a los partidos, la liga se ha convertido en una con la mayor afluencia en el mundo. (Martínez, 2016)

liga son el Real Madrid Baloncesto y el F.C. Barcelona, que además de estar dentro de los equipos más ganadores deportivamente hablando, también son económicamente muy fuertes, lo que hace voltear a la liga española y analizar su estructura, como está compuesta la liga, que peculiaridades presenta a comparación de la liga de nuestro país, quien y como la regula, cual es su estilo de juego y como ha logrado que en la actualidad se nombre a la liga española como la cuarta mejor en el mundo²⁰, todo ello también desemboca en su selección nacional la cual se coronó como campeón en el mundial 2019 valorizando en todos los sentidos aun más al país en este deporte.

En Europa se ha priorizado sobre los sistemas federativos, en España los organismos que rigen el baloncesto en dicho país pasan por la Ley del Deporte aplicada en el país, las entidades fomentan, regulan y velan el baloncesto español, son la Federación Española de Baloncesto (FEB), quien instituye a su vez a la Liga Nacional de Baloncesto Profesional, quien tiene como objetivo la organización y promoción de las competiciones oficiales de carácter profesional así como su explotación comercial; pero también simultáneamente y dentro de la misma liga, en 1990 la figura de las Sociedades Anónimas Deportivas (SAD)²¹ en España, donde el baloncesto profesional se reconoce como una actividad empresarial desarrollada por los clubes participantes en competiciones, dándole con ello a su liga un aspecto fiscal y económico más controlado.

Las competencias para los equipos profesionales de baloncesto español son:

- **Liga ACB (Asociación de Clubes de Baloncesto)**

Es la principal liga de baloncesto profesional de España, su formato es de “liga” o torneo largo, la competencia se da en una confrontación donde se enfrentan todos los equipos de primera división en dos rondas (una vez como local y otra como visitante), donde al final de la fase regular, los ocho primeros clasificados se enfrentan en los “play – offs”, en otras palabras estos 8 equipos se emparejan de acuerdo con su clasificación en la fase regular y disputan unas eliminatorias al mejor de tres partidos (cinco en la final). El ganador de la final de estas eliminatorias es proclamado campeón de la liga ACB.

Al finalizar la primera vuelta los ocho equipos que se encuentren primero en los clasificados tienen el derecho a participar en la **Copa del Rey**.

- **Copa del Rey**

La Copa es una competición nacional de baloncesto que disputan los 8 mejores clubes de España, tiene un formato en el cual se da eliminación directa, tras sucesivas rondas, hasta definir al capón del torneo.

20 El Ranking de la FIBA 2019 nombra a la liga española como a la liga No. 4 a nivel internacional. (FIBA, 2020).

21 La creación por parte de la Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte, y su posterior modificación en virtud de la Ley 50/1998, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social de la figura de la sociedad anónima deportiva, pretendió el establecer un modelo de responsabilidad jurídica y económica para los clubes que desarrollan actividades de carácter profesional que se asimilara al resto de entidades que adoptan esta forma societaria, permitiendo, así mismo, una futura cotización de sus acciones en las Bolsas de Valores y, simultáneamente, establecer un sistema de control administrativo sobre el accionariado y la contabilidad de estas sociedades, con el fin de velar por la pureza de la competición y proteger los intereses públicos y de los potenciales inversores.(CSD,2020)

- **Supercopa de España ACB (Super copa Endesa)**

Este torneo se juega a 3 partidos, 2 semifinales y los ganadores de este juego disputan la final, donde anualmente, invitan al campeón de la liga ACB, el campeón de la Copa del Rey, el equipo español que más lejos llegue en la EuroCup²² y el equipo perteneciente a la ACB de la ciudad sede de la Supercopa. Es un torneo de tradición y muy apreciado en España.

De las características deportivas y más específicamente de las características de estilo de juego que se practican en la liga española y de baloncesto español (que se ve reflejado en el estilo de práctica su selección nacional) podemos mencionar lo siguiente:

- El baloncesto español se da anotar un juego más basado en fundamentos que en la capacidad atlética de sus jugadores, su buen manejo de balón, visión de juego, capacidad de dar buenos pases y un acertado tiro del exterior, hace que luzca en comparación a otras como la NBA o la LNBP.
- Es considerado uno de los juegos más agraciados en la actualidad por lo que propone: una defensa sólida, que permita al ofensivo atacar la cancha desde su lado más débil y una ofensiva con un rápido movimiento de balón.

Basado en lo anterior, la liga española está compuesta por clubes y Sociedades Anónimas Deportivas, con un sistema de ascensos y descensos entre sus propias divisiones, donde se practica un juego vistoso y competitivo creando así un estilo propio de juego en España, lo cual se analiza a continuación.

2.3.1 La liga ACB

La liga ACB, también conocida como la “Liga Endesa” se fundo en 1983, la liga lleva 37 temporadas, donde el primer campeón fue el Real Madrid Baloncesto en la temporada 1983/1984.

En la temporada 1984/1985 aparece la liga ACB, organismo que desde la fecha señalada es la encargada de la organización y gestión del baloncesto de primera división de España, independizándose así de la FEB (Federación Española de Baloncesto), y en el cual el último campeón es el Saski Baskonia 2019/2020.

La liga ACB en la actualidad está conformada por 18 equipos profesionales en primera división:

1. FC Barcelona Lassa
2. BAXI Manresa,
3. Cafés Candelas Breogán,
4. Delteco GBC,
5. Divina Seg. Joventut,
6. Herbalife Gran Canaria,
7. Iberostar Tenerife,

²² La EuroCup es una competición de clubes de baloncesto de Europa.

8. Kirolbet Baskonia,
9. Monbus Obradoiro,
10. Montakit Fuenlabrada,
11. MoraBanc Andorra,
12. Movistar Estudiantes,
13. Real Madrid,
14. San Pablo Burgos,
15. Tecnyconta Zaragoza,
16. Unicaja de Málaga,
17. UCAM Murcia,
18. Valencia Basket.

Dentro de esta liga también existen divisiones inferiores y dentro de las diferentes competiciones los equipos de primera división dependiendo de la competencia también pueden enfrentar a equipos de divisiones menores (tal es el caso de la copa del rey), estos equipos a su vez tienen la oportunidad de clasificarse a competencias internacionales o en el caso de las divisiones inferiores acceder al máximo circuito (para ello tiene que cubrir requisitos no solo deportivos si no también económicos), como ya se menciono anteriormente, la liga de España tiene un sistema de ascensos y descensos.

En la liga ACB existen normas aplicables a todos los equipos de todas las divisiones, dichas normas pueden ser de diferente índole como se menciona a continuación:

Normativa contable

- Real Decreto 1835/1991, de 20 de diciembre, sobre Federaciones Deportivas Españolas.
- Real Decreto 1251/1999, de 16 de julio, sobre sociedades anónimas deportivas.

Normativa deportiva

- Estatutos y Reglamento General de la Liga ACB
- Convenio ACB – ABP (Asociación de Baloncestistas Profesionales)
- Libro X. Reglamento de Control Económico
- Normas para la Elaboración de los Presupuestos de los Clubes y CSD
- Protocolo CSD & ACB
- Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte.
- Reglamentación FIBA
- Tax Code

- Reglamentación de la FED

Normativa mercantil

- Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital.
- Real Decreto 1251/1999, de 16 de julio, sobre sociedades anónimas deportivas.

Dentro de la liga todos los clubs y asociaciones deportivas deben de cumplir con lo establecido en dichas normas para la sana práctica tanto deportiva como económica de la liga, de no ser así las autoridades correspondientes aplicaran las sanciones estipuladas en la normatividad.

Así como existe una normatividad dentro de la liga a cumplir por parte de los equipos y jugadores, también existen asociaciones que persiguen objetivos defensores de la calidad y trato de su ejercicio laboral, tanto de deportistas como de trabajadores que ejercen dentro del marco basquetbolísticos, las más relevantes son las siguientes:

- **ABP (Asociación de baloncestistas profesionales)**

La asociación es un servicio colectivo de los basquetbolistas que tiene como objetivo su unión, se centra en el desarrollo de su carrera deportiva, así como en su promoción, todo ello garantizando y defendiendo los derechos laborales de cada basquetbolista pero no solo los laborales si no también económicos, sociales, de formación en presente y futuro con la primicia de transmitir valores como la unión, proximidad, integridad, firmeza entre otros a sus afiliados y a la sociedad en general.

- **888Sport**

El 888Sport y la Asociación de Clubs de Baloncesto (ACB) mantienen un acuerdo estratégico para el patrocinio del baloncesto español con un ámbito de actuación a nivel mundial. Derivado de este acuerdo, la liga Endesa, la copa del Rey y la inminente Super Copa serán patrocinados por esta casa de apuestas y tiene vigencia hasta la temporada 2021²³.

- **CaixaBank**

Desde septiembre de 2015 la empresa de telefonía es proveedor oficial de la liga ACB por 4 años.

- **KIA**

Desde el año 2010 está ligada a la selección española y a la liga durante los próximos 9 temporadas.

- **Movistar**

Es el patrocinador tecnológico desde 2015.

Así como las empresas transnacionales estructuran este negocio del baloncesto, también lo hacen las televisiones, en el caso español la liga distribuye el 49% de los derechos televisivos solo entre sus dos principales clubs (Real Madrid Baloncesto y FC Barcelona), lo cual

²³ 888sport es una compañía fundada en 2008. Es la rama deportiva de 888 Holdings, una multinacional de apuestas nacida en 1997 que tiene su sede en Gibraltar y que cotiza en la Bolsa de Londres. (Ojeda, 2019.)

podemos decir en este rubro que es una liga duopolizada en el sentido televisivo, en la liga en general las principales televisoras del baloncesto español son:

Multimedios Televisión, TV4, TVC Deportes 2 así como el canal Univisión TDN a nivel nacional, a nivel internacional las principales televisoras que hacen llegar a esta liga a los televidentes son ESPN y DIRECTV Sports en Sudamérica y TDN y SKY (México y Centroamérica).

Existen otros patrocinadores que no son tan relevantes como los anteriores pero que luchan entre ellos por ser la imagen, promoción o marca no solo de la liga, sino también de cada uno de los equipos dentro de la liga, en donde por mencionar solo un ejemplo, la liga solo permite un solo patrocinador en el estampado de las playeras, haciendo que las empresas coloquen sobre la mesa aun más cartas fuertes (en cuanto a dinero) que hagan que los equipos acepten sus propuestas y lleguen a un acuerdo, con lo cual se torna como una meta interesante para las empresas ya que el que solo la venta de playeras de un club ya sea nacional o internacionalmente son un negocio sumamente fuerte, el cual beneficia a ambos, tanto a las empresas como a los equipos y además con esta restricción se hace de la imagen del club y de su vestimenta así como de la liga en general una apariencia sobria y deportiva.

El Gerente General de la liga ACB en la actualidad 2020 es José Miguel Calleja, (nacido en Madrid, España; en 1974), desde marzo de 2018²⁴, precedido de Francisco Roca (mayo de 2014).

El promedio de entradas a los estadios de la liga ACB española es de 6,593 aficionados por partido, siendo la liga número 3 en promedio de entradas a nivel mundial²⁵.

La liga tiene un valor total de mercado²⁶ estimado de 9,61 millones²⁷ de euros equivalente a 11,08 millones de dólares²⁸.

Los jugadores más valorados en la liga española tienen un valor de mercado aproximado de:

- Rudy Fernández (Esp.) – 115.39 mil dólares.
- Sergio Llull (Esp.) – 97.46 mil dólares.
- Juan Carlos Navarro (Esp.) – 85.73 mil dólares

²⁴ Tras la salida Francisco Roca se tomo la decisión de dividir el mando en 2, el del Director General, tomado por José Miguel Calleja y quedó pendiente la cuestión de la presidencia, hasta la fecha. (Cobos, 2018).

²⁵ La ACB cerró la jornada 16, celebrada durante la vigilia de Reyes, con una asistencia acumulada de 949.458 espectadores y una media de 6.593 aficionados por partido. Se trata de un 10,1% más que durante el mismo periodo del año anterior, un alza que ha sido posible gracias al avance durante las dos jornadas navideñas, que en comparación con la temporada anterior supusieron un alza del 14,1%. (López, 2020).

²⁶ Según las Normas Internacionales de Valoración, el valor de mercado es definido como "la cantidad estimada por la cual una propiedad podría ser intercambiada, en la fecha de valoración, entre un comprador y un vendedor en una transacción en condiciones de plena competencia dónde las partes actúan con conocimiento y sin coacción", lo cual es diferente al valor comercial de un jugador ya que este se define por su valor de mercado más el valor de sus patrocinios e imagen comercial.

²⁷ Datos tomados de transfermarkt.es 2020.

²⁸ Conversión de euros a dólares con un precio del dólar de 1.15 = 1 euro al cierre de junio de 2020 con datos de https://www.sgm.gob.mx/SINEMGobMx/cons_tipos_cambio.jsp.

El tema de la explotación económica de la liga ACB en su conjunto, la liga nacional de baloncesto profesional creó la “ABP” (Asociación de Baloncestistas Profesional) con el objeto de facilitar dicha explotación, así como perseguir el aprovechamiento comercial de las competiciones que se organizan en el baloncesto español, proporcionándole así a los equipos de la liga una central de compras y ventas, la ABP está estructurada en el marco de las siguientes áreas:

- **Comunicación y marketing**

Se encargan de las cuestiones relacionadas con el diseño y planificación publicitarias para los equipos de la liga, además de buscar buenos patrocinadores para ellos.

- **Informática e ingeniería**

Tiene el objetivo de generar un valor añadido para los equipos aplicando tecnología al servicio del espectáculo del baloncesto mediante conectividad y comunicación vía internet o intranet, así como también se actúa en cuestiones de puesta a punto de las infraestructuras de la liga tales como alumbrado, cableado, instalación de videocámaras, etc.

- **Infraestructura**

La misma ABP tiene la facultad de implantar o poner en marcha proyectos desarrollados por el departamento de ingeniería e informática, así como también ofrece el servicio de asistencia técnica y de mantenimiento.

Como podemos apreciar, la FEB tiene el objetivo de canalizar el baloncesto español en dos vertientes principales, una de ellos el estrictamente deportivo; dejando a cargo a la ACB como tal en el ejercicio de toda la práctica del baloncesto en cuanto a competiciones, normas, reglamentos, estatutos, etc.; mientras que por el otro lado está el lado económico - financiero y comercial del negocio que conlleva el baloncesto español y donde la federación se apoya y trabaja conjuntamente con las organizaciones creadas para la vigilancia y desenvolvimiento de las tareas de esta naturaleza así como junto con el estado para tener y ejercer un mayor control y un equilibrio en cuanto a los aspectos económicos – financieros, comerciales y hasta contables de los equipos participantes en todas las divisiones del baloncesto español.

Lo anterior no quiere decir que dentro del baloncesto español todos los aspectos sean vistos de buena manera o un ejemplo a seguir; ya que si bien el objetivo primordial es el crear una liga competitiva en ambos aspectos, la liga suele parecer un ejercicio deportivo en donde destacan solo dos clubes y en algunas ocasiones uno más que pretenda y alcance el tener renombre dentro de la liga y competiciones internacionales, pareciera que existen un duopolio dentro del baloncesto español donde solo el Real Madrid Baloncesto y el Barcelona tienen las mejores plantillas de jugadores y con ello aspiraciones de coronarse campeones al final de la temporada, pero debemos tener en cuenta que este duopolio es a la vez el atractivo principal de la liga, son los equipos que llenan los estadios a donde jornada a jornada les toca participar y ello mueve el otro aspecto, el económico dentro de la liga, ya que los equipos restantes se ven beneficiados no solo por sus propias estrategias, sino también por el impacto mediático de los dos equipos más poderosos tanto deportiva como económicamente hablando dentro del baloncesto español, esto haciendo referencia al duopolio que pareciera existir dentro de la liga.

Pero también existen en la actualidad algunas otras complicaciones que la FEB junto con la ACB y el estado tendrán que subsanar en un futuro, tal es el caso de la deuda que generó que los equipos se convertirán en CSD, ya que con ello lo reportado por la mayoría de los equipos al fisco español está en números rojos, lo que quiere decir que el baloncesto español está endeudado con el fisco por cantidades inimaginables con lo cual no se logra el objetivo de instituir a los equipos como CSD, ya que con ello se generó un problema de endeudamiento el cual el estado tendría que absorber ya que es quien otorga los créditos a los equipos de baloncesto en su mayoría, en este aspecto podemos decir que el baloncesto español vive una crisis de endeudamiento pero no solo eso, también existe como en la política, los negocios y muchos otros temas, corrupción dentro del baloncesto ya que en la misma liga española algunos equipos son investigados junto con entrenadores, directivos y jugadores por supuestos amaños de partidos, esto con el objetivo de no perder la categoría por parte de algún equipo²⁹, con lo cual queda expuesto el baloncesto español a estas irregularidades que no dejan de ser un tema a seguir y que deja mucho de qué hablar en cuanto a la liga española.

La liga ACB es considerada con sus pros y contras tanto deportivos como económicos como una de las mejores ligas del orbe y de ella podemos partir para hacer un análisis más profundo, crítico y sensato de lo que puede y no llegar a ser la liga de baloncesto de primera división de México, así como la estadounidense de lo cual se analiza a continuación.

2.4 Modelo económico de la NBA (EE. UU.)

La NBA es la liga de baloncesto más importante del mundo, no sólo en términos económicos sino también en términos económicos, sino también en términos deportivos, lo que la hace ser también la liga más popular del mundo. Esto es así debido a que la mayoría de los mejores jugadores de baloncesto de la historia han jugado en equipos de la NBA a lo largo de toda su existencia, desde el año 1946 en que se fundó hasta la actualidad. Este hecho es de vital importancia, puesto que, en definitiva, lo que determina el éxito de una liga es el atractivo que éste logra crear en el público.

Al igual que la liga ACB, los medios de comunicación son quienes se encargan de dar un toque especial a cada juego disputado en la NBA, son quienes incentivan a la gente a ver y/o practicar este deporte no sólo en Estados Unidos sino a lo largo de todo el globo; pero no todo en la NBA es pasión y espectáculo solamente, también existen otros factores que hacen que la liga funcione como en su conjunto, y son todos los agentes en cuanto a sistemas de competencia, patrocinadores, medios de comunicación, jugadores, dueños de las franquicias de los equipos entre todos y cada uno de los detalles de la competición lo que hacen al baloncesto estadounidense un atractivo negocio económicamente hablando.

Las principales fuentes de ingresos de los equipos se pueden agrupar en cuatro categorías: en primer lugar, están los ingresos compartidos con los demás equipos, procedentes de los

29 El expresidente de la FEB, José Luis Sáez se encuentra bajo investigación por parte de la Fiscalía de Anticorrupción de España, por malversación de caudales públicos, apropiación indebida, administración desleal, falsedad documental, blanqueo de capitales y delito fiscal, durante su administración. (El Español, 2017).

derechos de televisión nacionales. En segundo lugar, se encuentran los ingresos procedentes del mercado de cada equipo, cuyas principales variables son la ciudad de origen del equipo en cuestión y su base de seguidores a nivel global. En tercer lugar, están los ingresos derivados de la gestión del estadio del equipo (venta de entradas, publicidad, abonos, etc.) y, por último, los ingresos procedentes de la gestión de marca, que también pueden llegar a reportar cuantiosos ingresos (dependiendo del equipo).

La NBA está constituida como “limited Companys”, por lo que sus socios son los equipos que operan en régimen de franquicia. De esta manera, cada equipo que desee ingresar en la liga debe depositar un canon cuyo importe se sitúa en torno a los 300 millones de dólares a la sociedad gestora de la liga. Además, una vez realizado dicho desembolso, el equipo debe esperar un plazo de 5 años antes de conocer si definitivamente ingresa en la liga, por lo que, mientras tanto, el equipo candidato debe someterse a una serie de auditorías contables y aportar un plan de negocio que permita a la sociedad gestora de la liga poder evaluar la viabilidad del proyecto.

En la NBA existe un mercado de jugadores propio que funciona de manera distinta a como lo hacen los mercados de jugadores en Europa. Cada jugador tiene un valor que se establece en función de su sueldo anual, de tal manera que cuando un equipo decide incorporar a su plantilla a un jugador debe entregar a cambio otro jugador del mismo valor al otro equipo y, por tanto, lo que se produce es un intercambio de jugadores entre ambos equipos. Por otro lado, en el caso de que un jugador hubiera acabado contrato con un equipo de la NBA se convertiría en agente libre y esto le daría la posibilidad de fichar, no sólo por cualquier equipo de la NBA, sino por cualquier equipo del mundo sin coste alguno para el mismo. En cuanto a los fichajes de jugadores procedentes de otras ligas, el funcionamiento anteriormente descrito no es aplicable, puesto que los mercados de jugadores en Europa y el resto del mundo no funcionan de la misma manera que en la NBA

En Europa el equipo interesado en hacerse con los servicios de un jugador concreto debe iniciar negociaciones con el club en el que milita dicho jugador para acordar un pago a su club por la desvinculación del mismo de dicho club. Por tanto, si un equipo de la NBA desea contratar a un jugador de otra liga directamente⁶, deberá iniciar conversaciones con su club de origen y acordar un precio para cerrar la operación. Mención aparte merece en este apartado, el proceso por el cual la NBA se nutre de jugadores, que es el “draft”. Mediante este proceso, cada equipo va eligiendo a los jugadores que se han inscrito previamente al “draft” (que son los jugadores elegibles, es decir, jugadores que siendo mayores de 18 años han completado su ciclo universitario y jugadores extranjeros mayores de 18 años que se han declarado elegibles), con el objeto de hacerse con sus derechos para jugar en la NBA. Pero la parte más importante del «draft» es el orden en el que los equipos eligen jugadores.

Para los equipos que la temporada anterior se clasificaron para el «playoff», el orden se establece de manera inversa a la posición de cada equipo en la liga regular, y las posiciones del resto de equipos no clasificados para el “playoff” se asignan mediante un sorteo ponderado que otorga más posibilidades a los equipos que peor clasificación obtuvieron en la liga regular de la anterior temporada. Una vez que un equipo obtiene los derechos de un jugador elegido en el «draft», puede comerciar con él decidiendo si liberar al jugador como agente libre, intercambiarlo con otro equipo o contratarlo definitivamente.

En 2016 la NBA firmó un contrato que alcanzo un total de 24 mil millones de dólares a cambio de los derechos de transmisión durante 9 años, osea hasta el 2025. El trato fue suscrito con las cadenas TNT, propiedad de Ted Turner, y con ESPN y ABC, que son propiedad de Disney, consiste en exclusividad para retransmitir unos 10 partidos por semana por televisión nacional en Estados Unidos y otros 3 a nivel internacional.

El intrincado modelo financiero que rige la NBA no es impuesto por gusto, tiene por objetivo asegurar la competitividad, obligar a una tendencia al equilibrio de talento entre las nóminas de cada equipo, de alguna forma anular la gran diferencia de poder económico y capital entre los dueños. Lo que afronta la NBA es la diferencia del tamaño de mercado que representa cada equipo. Se juega en un territorio tan extenso como Australia y agrupa 28 ciudades en 21 estados, más un equipo en Canadá. Sería imposible para este equilibrio que compitieran sin restricciones. La cobertura mediática es variada entre las ciudades sedes: megalópolis mundiales como Nueva York o Los Ángeles, capitales industriales como Miami, Chicago, Dallas, Houston o Toronto, tienen ventaja contra pequeñas ciudades del interior del continente como Phoenix, Memphis, Minneapolis o la ciudad en quiebra financiera de Detroit.

Si se dejará actuar sin ninguna restricción económica, los equipos dominantes serían los mismos campeones de siempre y la competición se tornaría aburrida. De alguna manera la liga ha evolucionado, reformándose año tras año, hasta lograr que, al inicio de cada temporada, haya unos 12 equipos candidatos a ser campeón, en una liga de 30. Eso es bueno para el espectáculo y una clave del éxito económico de la NBA.

Un sistema con este límite debe tener otras restricciones que lo hagan viable. La más importante es el contrato máximo: un jugador sólo puede ganar una cantidad máxima de dólares, que depende de una escala basada en la cantidad de años que lleva jugando en la liga, o veteranía. El dinero que podrían recibir los jugadores libres por sus servicios en la NBA está determinado por oferta y demanda, pero solo hasta el punto límite impuesto por el contrato máximo. Al llegar ahí, tanto clubes como jugadores basarán sus decisiones en valores intangibles.

2.4.1 La NBA

La NBA es la liga de baloncesto profesional de Estados Unidos, la cual se constituyó en 1946 (llamada BAA hasta 1949) y año tras año ha sufrido distintas transformaciones en cuanto a formato, número de equipos, estatutos, reglamento, etc., hasta convertirse en la liga que conocemos hoy en día.

La liga consta de 30 equipos los cuales se mencionan a continuación:

1. Atlanta Hawks,
2. Boston Celtics,
3. Brooklyn Nets,
4. Charlotte Hornets,
5. Chicago Bulls,
6. Cleveland Cavaliers,
7. Dallas Mavericks,
8. Denver Nuggets,

9. Detroit Pistons,
10. Golden State Warriors,
11. Houston Rockets,
12. Indiana Pacers,
13. Los Ángeles Clippers,
14. Los Ángeles Lakers,
15. Memphis Grizzlies,
16. Miami Heat,
17. Milwaukee Bucks,
18. Minnesota Timberwolves,
19. New Orleans Pelicans,
20. New York Knicks,
21. Oklahoma City Thunder,
22. Orlando Magic,
23. Philadelphia 76ers,
24. Phoenix Suns,
25. Portland Trail Blazers,
26. Sacramento Kings,
27. San Antonio Spurs,
28. Toronto Raptors,
29. Utah Jazz,
30. Washington Wizards.

La temporada regular consta de que cada equipo disputará 82 partidos, divididos en partes iguales entre encuentros de local y visitante. El calendario no es el mismo para todos. La NBA es la única liga estadounidense de primer nivel en la que todas las franquicias se enfrentan unas contra otras durante la temporada regular, y en la que un ticket de temporada te garantiza poder ver a tu equipo cada vez que venga a jugar a la ciudad durante la temporada regular.

Para los “Play offs” de la NBA consisten en tres rondas de competición entre dieciséis equipos repartidos en la Conferencia Oeste y la Conferencia Este. Los ganadores de la Primera Ronda (o cuartos de final de conferencia) avanzan a las Semifinales de Conferencia, posteriormente a las Finales de Conferencia y los vencedores a las Finales de la NBA, disputadas entre los campeones de cada conferencia.

Y para la Ronda final los campeones de cada conferencia se enfrentan al mejor de siete partidos. El primero que consiga vencer en cuatro partidos, se le conocerá como el campeón de la NBA.

Dentro de la NBA existen comisiones que velan por los intereses de sus miembros dentro de los reglamentos que establece la liga, así como también procuran la calidad y legalidad del desempeño de funciones dentro del baloncesto, como estás.

- **National Basketball Players Association**

Esta comisión asesora y apoya al jugador profesional de cualquiera de los 30 equipos dentro de la NBA., en cualquier problemática que se presente entre el jugador y el equipo al que pertenece o perteneció, hace cumplir los reglamentos que competen para procurar que las transferencias de los jugadores sean beneficiosas para todas las partes (Equipo, Asociación y

jugador), entre algunas otras cuestiones de promoción para jugadores o exjugadores de la NBA.

- **Sindicato de árbitros**

El sindicato de árbitros trabaja en conjunto con la National Basketball Players Association y la NBA, son quienes preparan, capacitan a los árbitros que dirigirán los juegos en sus diferentes divisiones, dentro de un marco de respeto procurando los derechos que emergen de la profesión de árbitro.

Existen otras comisiones como la de controversias o la comisión disciplinaria que son auxiliares en el tema de conducta de todo quien intervenga en el baloncesto nacional.

- **Patrocinio de la NBA**

El crecimiento de la NBA mantiene su fortaleza, según el informe anual de IEG sobre patrocinio. La competición estadounidense cerrará la temporada 2018-2019, a la que solo le restan como mucho tres partidos de las Finales, con unos ingresos por publicidad de 1.210 millones de dólares (1.083 millones de euros), un nuevo récord en su historia, ya que este montante es un 8% superior al de la pasada campaña.

Un año más, la estrategia de globalización de la mayor competición de baloncesto del mundo ha dado sus frutos, ya que la media el crecimiento medio de los ingresos publicitarios en la industria deportiva norteamericana en 2018 fue del 4,5%.

La alianza con MGM Resort International para introducir a la liga en el mundo de las apuestas, la elección de AT&T en lugar de Verizon como socio en las telecomunicaciones y la sustitución de JBL Harman por Beats by Dre como marca de auriculares oficiales de la competición han sido los acuerdos más destacados del curso.

En lo que respecta a las franquicias, todas cierran el ejercicio con un anunciante en sus camisetas, después de que Oklahoma City Thunder (OKC) comenzara a lucir el logo de Love's Travel Stops en su uniforme en el mes de marzo.

Respecto a los naming rights de los estadios, los Milwaukee Bucks alcanzaron el año pasado un acuerdo con la firma de servicios financieros Fiserv para que pusiera nombre a su nuevo pabellón, mientras que los Atlanta Hawks han cambiado a Philips por State Farm como patrocinador principal de su cancha.

Nueve franquicias cuentan con unos ingresos superiores a la media de la liga. Estas son Golden State Warriors, Houston Rockets, Los Ángeles Lakers, New York Knicks, Brooklyn Nets, Boston Celtics, Chicago Bulls, Toronto Raptors y Cleveland Cavaliers. El equipo de Ohio se mantiene en este selecto grupo gracias a que los acuerdos que cerró mientras LeBron James seguía en sus filas aún siguen vigentes. La tendencia natural será que caiga al grupo de equipos con ingresos acordes a la media de la categoría o incluso al de los conjuntos que se quedan por debajo, ya que Forbes cifra el valor de los Cavaliers en 1.275 millones de dólares (1.141 millones de euros), el sexto menor de la liga.

Atlanta Hawks, Dallas Mavericks, Los Ángeles Clippers, Miami Heat, Milwaukee Bucks, OKC, Orlando Magic, Phoenix Suns, Portland TrailBlazers, Washington Wizards y Sacramento Kings conforman la clase media de la NBA en cuanto a patrocinio, mientras que los conjuntos que menos recursos obtienen de la publicidad son New Orleans Pelicans, Memphis Grizzlies, Utah Jazz, San Antonio Spurs, Detroit Pistons, Philadelphia 76ers, Minnesota Timberwolves, Indiana Pacers, Charlotte Hornets y Denver Nuggets.

Por el lado de las marcas, AB InBev es la que cuenta con una presencia más destacada, ya que la insignia de sus marcas de cerveza aparece en el 84% de los espacios que la liga pone a su alcance. Le siguen State Farm (58%), Tissot (58%), Coca-Cola/Sprite (55%), Gatorade (48%), Lexus (48%), Kia (42%), Uber (42%), Toyota (42%) y Pepsi/Mountain Dew (42%).

En lo que a inversión según la actividad de la empresa se refiere, las firmas de ropa deportiva gastan 4,7 veces más que la media, algo lógico si se tiene en cuenta que Nike se encarga de las equipaciones de la liga y tiene acuerdos de patrocinio con la mayoría de jugadores. A continuación, se sitúan la banca (3,1), las cervezas (3), las aseguradoras (2,8), las bebidas no alcohólicas (2,7), el sector del retail (2,7), el tecnológico (2,6), el automovilístico (2,5), las apuestas (2,1) y la moda (2).

Los ingresos de la NBA esta temporada la consolidan como la segunda mayor liga de Estados Unidos en términos de patrocinio, posición que conquistó el año pasado tras superar a la MLB. La liga de béisbol ha crecido a menor ritmo durante esta década, razón por la que su facturación por publicidad aún no ha superado la barrera de los 1.000 millones de dólares. En concreto, esta se situó el último ejercicio en los 938 millones de dólares (839 millones de euros).

Como en el resto de parámetros económicos, la NFL de fútbol americano supera a cualquier otra competición en EEUU. Solo en materia publicitaria, cerró acuerdos por valor de 1.390 millones de dólares (1.244 millones de euros) en 2019. La NHL de hockey sobre hielo es la cuarta en discordia, con 597 millones de dólares (534 millones de euros).

Eso sí, en el último lustro, el crecimiento de la NBA en patrocinio prácticamente duplica al de las otras tres grandes ligas estadounidenses. En dicho periodo, la inversión de las empresas en este certamen se ha disparado un 63%, mientras que, en la MLB, la NHL y la NFL ha crecido un 35, 33 y 20,8%, respectivamente.

El valor de mercado estimado de la NBA es de 8.800 millones de dólares.

Los equipos que destacan económicamente en la liga tienen un valor de mercado aproximado de:

- New York Knicks – 4.600 millones de dólares
- Los Ángeles Lakers – 4.400 millones de dólares
- Golden State Warriors – 4.300 millones de dólares

Los jugadores que militan en la liga y que se encuentran como los principales por su valor de mercado estimado actual son:

- Lebrón James (EE. UU.) – 153 millones de dólares
- Stephen Curry (EE. UU.) – 140 millones de dólares
- James Harden (EE. UU.) – 125 millones de dólares

Después de suspender la liga en marzo de 2020 motivo del Virus se estudió la posibilidad de un regreso bajo el supuesto de que, bajo las palabras del presidente de la NBA, Adam Silver menciona que “los datos demuestran que hay grupos de personas que son más propensas a contagiarse del coronavirus y bajo esa premisa se trabajará para que los protocolos sean más seguros” y con ese discurso se anunció que el 31 de julio se retoma la temporada de la NBA donde invitaron a 22 de los 30 equipos de la NBA, dentro de Walt Disney World, en Orlando donde se disputaran 8 partidos más de la liga regular y posteriormente, los play offs con las series habituales a siete partidos.

Donde el modelo de la liga NBA es un modelo de equipos mixto si se estudia su estructura entre inversionistas y deporte, y que puga en mayor medida la parte económica rebasando el aspecto deportivo pero es este, el que es el fundamento de dicho modelo y en el cual se tiene que procurar un mejor espectáculo deportivo no solo velar por los intereses económicos para así poder hacer de este ciclo un negocio aun más redituable para todas los agentes que interactúan en él.

Recapitulando la NBA está compuesta por 30 equipos, repartidos por todo el territorio de los Estados Unidos, cuyo valor total supera los 11.700 millones de dólares, con unos ingresos anuales de más de 3.900 millones de dólares y unos ingresos por ventas de entradas de 1.154 millones de dólares. Asimismo, la liga generó una audiencia media durante la temporada 2016-2017 de 391.000 espectadores por partido. Es decir, hablamos de un éxito empresarial y sin precedentes en el mundo del deporte, que además cuenta con la estabilidad que el modelo de franquicia lleva aparejado.

2.5 Modelo económico de la LNBP (México)

En México el baloncesto es uno de los deportes más practicado, seguido y popular, solo detrás del fútbol, la LNBP se ha establecido como una de las ligas de baloncesto más importantes de América Latina y en la cual se desempeña, desde el punto de vista deportivo, uno de los mejores baloncestos en América Latina (uno vistoso y competitivo).

Al igual que en la liga española y en la NBA, los medios de comunicación son quienes se encargan de dar un toque especial a cada juego disputado de la liga mexicana, son quienes incentivan a la gente a ver y/o practicar este deporte en todo el territorio nacional; pero no todo en la liga mexicana es pasión y espectáculo solamente, también existen otros factores que hacen que la liga funcione como en su conjunto, y son todos los agentes en cuanto a sistemas de competencia, patrocinadores, medios de comunicación, jugadores, dueños de las franquicias de los equipos entre todos y cada uno de los detalles de la competición lo que hacen al baloncesto mexicano un atractivo negocio en asenso económicamente hablando.

Pero existe, en el baloncesto de nuestro país, las peculiaridades que este negocio es solo de cierto grupo o grupos de empresarios, compañías o empresas, lo cual deja en entre dicho la transparencia en el baloncesto en México, quien la regula, como está estructurada así como algunos de los datos relevantes son tratados en este subtema, con lo cual se pretende explicar de manera clara como se maneja el aspecto deportivo y el aspecto económico del baloncesto mexicano, que en su conjunto conforman el modelo económico – deportivo de la liga de baloncesto de México.

En lo que se refiere al aspecto deportivo, el primer campeonato realizado en nuestro país se dio en el año 2000 donde el primer campeón fue el equipo “Correcaminos UAT Tampico”, en el año de 1936 se creó la FMB (Federación Mexicana de Baloncesto), quien desde entonces es el organismo que ha promovido, regulado, dirigido y supervisado las competencias de baloncesto en México teniendo como último campeón a los Soles de Mexicali en el torneo disputado en la temporada 2019 – 2020.

La Liga Nacional de Baloncesto Profesional (LNBP), es la liga de baloncesto más importante de México, y está conformada por 17 equipos a lo largo y ancho del país. Debido a la cantidad de equipos y a las distancias entre las sedes, la liga se divide en dos divisiones (Este y Oeste), cada equipo disputará 40 jornadas, donde los primeros cuatro lugares de cada división poseídos en la tabla se clasificarán a la siguiente fase del torneo: “los play offs”, donde se juega al primero que gane 4 partidos de 7 posibles disputas, los campeones de las divisiones se disputarán el título de la LNBP 2018 – 2019.

Lo anterior mencionado es el atractivo deportivo del baloncesto mexicano, los play offs se convierten en juegos sumamente apasionantes para los aficionados y bien jugados por los equipos quienes la disputan, lo que no pasa en la mayoría de las otras 40 jornadas que se dan a lo largo de la liga.

A lo largo de su historia la liga ha tenido diferentes clubes, que por diversas circunstancias han dejado el circuito, motivo de que no había dinero ni patrocinadores. Hace 10 años, el país cruzaba una difícil crisis económica, muchos equipos de la LNBP no terminaron la temporada; algunos se salieron. Lo que hizo que la liga tomará un camino más lento para consolidarse como una liga sólida, donde pudieran ofrecer a los inversionistas un retorno adecuado de sus ganancias.

En los últimos años el equipo de México ha tenido grandes actuaciones en la disciplina del baloncesto, los últimos resultados en competencias internacionales donde se han obtenido medallas: Juegos Centroamericanos, Panamericanos, eliminatorias mundialistas como el FIBA América y el incluir al Mundial de España 2014 después de 40 años sin estar presentes en una competición de este tipo.

Sin embargo, estos resultados no se han reflejado en lo que pasa tanto en la liga como en la federación de baloncesto en México, esto debido a los manejos administrativos, así como de la relación que se tiene con la materia prima, la Liga Universitaria.

Si bien sabemos que nuestra liga aun se encuentra muy lejos de ligas como la española o la estadounidense, el baloncesto mexicano aun no se consolida ni se distingue a nivel internacional si sabemos que es cada club quien junto con sus jugadores y como empresa, no solo planean el como afrontar las competencias sino también de qué manera se pueden

estructurar para sacar ventaja de hasta el mínimo detalle del deporte para transformarlo en activos hacia el club, empresa o institución según sea el caso.

A diferencia de la liga ACB y casi todas las ligas de baloncesto, la LNBP se estructura como una liga donde no hay ascensos ni descensos, lo que vuelve el campeonato el atractivo más importante de la liga, pero también es importante el cómo generar más dividendos para no solo el equipo si no para los patrocinadores, dueños de equipos, medios de comunicación, etc., y es en baloncesto mexicano donde la transparencia de las formas en las cuales se llevan a cabo transacciones, compra de franquicias, licitaciones, arreglos con los patrocinadores, han dado a lo largo de la historia mucho de qué hablar y analizar donde a veces pareciera que el baloncesto como tal pasara a segundo término, siendo el tema de la transparencia en el baloncesto mexicano de mayor interés que el deportivo.

La liga mexicana está compuesta por equipos que se manejan de diferente forma jurídica, diferentes clases de dueños y que interactúan en el baloncesto pareciera que con propósitos diferentes, las empresas más fuertes en el baloncesto mexicano aun no son tan poderosas y absorbente de esta liga que son quienes junto con los demás dueños de los equipos que pasan a segundo término, pretenden competir tanto económica como deportivamente pero sin tener aun un resultado sólido que desplace a las empresas que controlan el baloncesto mexicano. En la liga entonces, encontramos una estructura mixta dentro de las características de los equipos profesionales, donde no existen ascensos y descensos y donde se persiguen objetivos propios dejando de lado los colectivos, donde apenas comienza a pensarse a largo plazo.

2.5.1 La LNBP

La LNBP es la liga de baloncesto profesional de México la cual se instituyó en el 2000, a pesar de tener poca historia en comparación de otras ligas del continente, la LNBP se ha ido establecido como una de las ligas más importantes de América Latina, gracias a la calidad de sus jugadores y a la infraestructura deportiva que posee.

La liga se conforma de 17 equipos los cuales se mencionan a continuación:

1. Correcaminos UAT,
2. Dorados,
3. Fuerza Regia,
4. Huracanes,
5. Laguneros,
6. Leñadores,
7. Mineros,
8. Plateros,
9. Abejas,
10. Aguacateros,
11. Ángeles,
12. Astros,
13. Capitanes,

- 14. Libertadores,
- 15. Panteras,
- 16. Santos,
- 17. Soles.

Los equipos se encuentran distribuidos en el territorio nacional de la siguiente manera:

Mapa 2. Equipos de baloncesto en México



Fuente: Tomado de “Liga Nacional de Baloncesto Profesional de México”, Wikipedia, 2020, https://es.wikipedia.org/wiki/Liga_Nacional_de_Baloncesto_Profesional_de_M%C3%A9xico#Equipos.

Tabla 1. Equipos por entidad federativa.

Entidad Federativa	Equipos
Ciudad Victoria, Tamaulipas	Correcaminos UAT
Chihuahua, Chihuahua	Dorados
Monterrey, Nuevo León	Fuerza Regia
Tampico, Tamaulipas	Huracanes
Torreón, Coahuila	Laguneros
Durango, Durango	Leñadores
Zacatecas, Zacatecas	Mineros
Fresnillo, Zacatecas	Plateros
León, Guanajuato	Abejas
Morelia, Michoacán	Aguacateros
Puebla, Puebla	Ángeles
Guadalajara, Jalisco	Astros
Ciudad de México	Capitanes
Querétaro, Querétaro	Libertadores
Aguascalientes, Aguascalientes	Panteras
San Luis Potosí, San Luis Potosí	Santos

Mexicali, Baja California	Soles
---------------------------	-------

Fuente: elaboración propia con datos de LNBP (Liga Nacional de Baloncesto Profesional), 2020.

A parte de los equipos mencionados, hay 56 equipos a lo largo de la historia de la liga, que por diversas circunstancias han dejado la liga, una liga que acarrea conflictos internos, desaparición de equipos en masa, adeudos y demandas laborales además de jugadores vetados. Actualmente todos los equipos deben cumplir con los requisitos económicos y de infraestructura requerida por la LNBP, que de no ser así el equipo no tiene posibilidades de participar en la disputa, lo que lo sacaría de la liga profesional nacional.

La liga de rige por reglamentos que tienen que ser acatados por todos los equipos y miembros de los mismos dentro de la liga, tales reglamentos son los siguientes:

Los reglamentos generales se pueden traducir en números, se les solicita a todas las franquicias que tengan mínimo 20 millones de pesos anuales para operar, que no tengan adeudos y se cumplan los requerimientos administrativos. El plan de hacer un negocio redituable tiene precio, para 2017, al menos se invirtieron 40 millones de pesos entre vayas, iluminaciones, compra del sistema de transmisión en línea, butacas, compra de material deportivo, infraestructura administrativa, marketing, medios y en eventos publicitarios.

La LNBP se encuentra respaldada por la industria privada (Patrocinios) y sus presidentes que aportan cerca del 70% de los ingresos (la cifra varía dependiendo de cada caso), mientras que la venta de boletos representa alrededor del 25%.

Para conseguir un negocio redituable al menos para el 2018, en temas administrativos, remodelación de instalaciones, salarios y marketing, las 11 franquicias gastarán, en su conjunto, 260 millones de pesos para buscar incrustarse en la industria del deporte y el entretenimiento.

En este nuevo modelo de negocio económico deportivo, el marketing es una cuestión clave y por ello la LNBP ha apostado por las redes sociales y a la televisión para tener un producto atractivo para las marcas. Ya que en sus comienzos la liga se volvió algo más regional y no nacional y con la televisión busca colocar la liga a lo largo de todo el país e incluso el sur de los Estados Unidos.

En 2018 la liga firmó un trato con TDN (cadena televisiva) para transmitir un total de 150 partidos de la temporada y otro con Efecto TV para dos partidos semanales. Estos 2 contratos permitieron que la liga se esparza por todo el país. Aunado a ello existe un acuerdo con Facebook, ya que todos los partidos, de todos los equipos, se transmiten por esta plataforma y desde que comenzó hasta el 15 de noviembre de 2019 las emisiones tuvieron 4 millones de impactos y sus canales de redes sociales los cuales han crecido 300%.

Como se puede ver la liga realizó estatutos para tener filtros que pudieran dar seguridad a los socios de la liga, y forzar a quien quiera ingresar cuenta con elementos suficientes para tener un proyecto de empresa sostenible, autosustentable y duradera. Ya que para poder ingresar a la liga se requiere de un pago de al menos 5 millones de pesos para comprar una membresía, después depositar medio millón de pesos para poder participar en el campeonato.

La estrategia de crecimiento que maneja la LNBP se desarrolla de una manera integral, involucrando a todas las partes como un equipo de trabajo: equipos, afición, medios de comunicación, aliados estratégicos y, sobre todo la materia prima, jugadores.

La LNBP ostenta tres patrocinadores principales: Molten, marca que aporta los balones oficiales, Fisnova y Lining. “Hay un gran apetito por el baloncesto”, sentencia Ganem. En conjunto con Molten, la LNBP invirtió en una infraestructura audiovisual en cada estadio que Facebook ha utilizado para transmitir todos los partidos desde la temporada 2017-2018. La red social es un socio de gran importancia para la LNBP; las emisiones de los cotejos a través de ella, sumados a los datos televisivos, generaron en 2017-2018 una audiencia aproximada de 25 millones de aficionados. “Es una masificación muy importante de la imagen de la Liga, no solo dentro del país, sino también fuera de las fronteras”, asegura Ganem. Además, la LNBP tiene acceso al software estadístico ‘In Stats’, que nutre a los equipos de reportes especializados de rendimiento de cada jugador.

Ahora para 2020, los ingresos anuales de la LNBP pueden alcanzar al menos 120 millones de pesos y se está comenzando una segunda etapa de consolidación donde se pretende que todos los estadios construyan su capacidad de 5,000 a 6,000 personas. Junto con una independencia total para incrementar los ingresos. Pero aun está lejos de que la LNBP pueda ser una industria competitiva en el mercado mexicano.

La LNBP se ha planteado convertirse en la liga profesional de América Latina, se espera con los patrocinios que consiga la liga está podría comenzar a tener un crecimiento financiero importante, es decir volverse un negocio redituable. Sin embargo, la liga aun se encuentra muy lejos de la NBA o de la ACB y no tendría sentido compararlas. Pero espero poderlo hacer en otro trabajo.

2.6 Análisis comparativo entre EE. UU. Y España

Es interesante el comparar la liga de España con la de Estados Unidos que es considerada la mejor liga del mundo, claro está que el aspecto deportivo es el que sale a relucir, pero también podemos apreciar que la cultura deportiva y el baloncesto en su conjunto se pueden regular de distintas formas, en el caso español además de la intención del gobierno por controlar el aumento exagerado de los montos en cuanto a inversiones y negocio que se generan derivados del espectáculo del baloncesto, desde mi punto de vista quiso o quiere formas parte del mismo baloncesto español, es decir también el baloncesto puede impulsar parte de la economía para el bien del país en menor o mayor medida dependiendo de cómo se estipulen normas, reglamentos y leyes para el desempeño del baloncesto y como se ve reflejado en el español, la mayoría de las SAD están endeudadas con el fisco lo cual deja en entredicho que dicha transformación de clubes en SAD no se regule y no se pusieron límites necesarios para que no pasara esto pero no deja de ser una idea de controlar el negocio del baloncesto español y también en la parte de topes salariales, comerciales, por patrocinios, con lo que dejan claro que lo que buscan es que no se monopolice el negocio, que sea redituable minio para los participantes de la liga para el desempeño e imagen que se da del baloncesto español hacia el exterior e interiormente ser una sólida estructura económico-deportiva.

La liga española en la busca de un sano ejercicio tanto deportivo como económico presenta año con año estados financieros públicos de todos los clubes, así como las averiguaciones que se persiguen por amañados de partidos, también son legibles los gastos del ejercicio dentro del año basquetbolístico, así se da más transparencia en dicha liga para el conocimiento de los socios, inversores, empresas y público en general.

A pesar de ello cada seis meses podemos escuchar o mirar gracias a los medios de comunicación de traspasos de jugadores por cantidades que son realmente fuertes y debemos tener en cuenta que esto es parte del negocio, las transacciones son con intenciones diversas y que por lo general van encaminadas a obtener campeonatos deportivos para el renombre de sus equipos o bien, se podrían mirar algunos traspasos de jugadores como la apertura del club o la marca del mismo a mercados internacionales.

El hecho de mantener el deporte como el aspecto principal del negocio del baloncesto y todo lo que este conlleva, no quiere decir que se tenga que dejar a un lado el mismo deporte ya que si no hay competencia deportiva y un buen espectáculo entonces el baloncesto no sería tan atractivo seguiría siendo un juego pero como ya se menciona se necesita la especialización de la materia prima, los jugadores por lo tanto seguimos manteniendo que el juego es el impulsor de la industria del baloncesto, pero para que sea aun más negociable necesita de los medios de comunicación y patrocinadores (la globalización) para ser más atractivo y se convierte así en el mejor negocio deportivo.

En Estados Unidos pareciera que lo anterior solo es una especie de telón el cual tiene un trasfondo aun más allá del deporte, es decir en el baloncesto estadounidense lo primordial pareciera que es el negocio, una liga duopolizada por 2 enormes televisoras y que está envuelta en problemas estructurales de multipropiedad refleja en los juegos mismos la inconsistencia nula regularidad que se da dentro y fuera de las canchas, pero pareciera que el baloncesto es también como la misma economía.

Podemos analizar el caso de ambas ligas con los puntos relevantes presentes en la investigación los cuales podemos apreciar en el siguiente cuadro y donde nos podemos dar una idea de las dimensiones en cuanto a estructura económica y deportiva de ambas ligas, esto con el fin de tener presente que tipo de modelo económico – deportivo se maneja cada una, así como su posición internacional en el mundo deportivo.

Cuadro 4. Comparativo España – Estados Unidos (variables económico – deportivas)

	España	Estados Unidos
Nombre de la Liga	Liga ACB	Liga NBA
Ranking FIBA (liga)	3	1
Presidente de la liga 2019	Antonio Martín Espina.	David Joel Stern
Valor estimado de mercado de la liga	11.08 millones de dólares	8,800 millones de dólares
Organización de jugadores	Federación Española de Baloncesto	National Basketball Association
Asistencia a juegos promedio	1, 3 millones de personas	21, 96 millones de personas

Campeón 2019	Kirolbet Baskonia	Toronto Raptors
Valor estimado de mercado más alto de clubes principales	46 millones de dólares	4.600 millones de dólares

Fuente: Elaboración propia con datos de transfermarkt.es, 2020.

El hacer la comparación entre la liga española y la liga estadounidense de baloncesto es con la intención de analizar y tener un conocimiento de lo que es, o podría ser el baloncesto, en general, saber la actualidad en la que se encuentra la liga estadounidense y como poder mejorar nuestra propia liga, ya que como podemos apreciar aun deja mucho que desear a pesar de contar con la infraestructura y la materia prima no solo necesaria si no también se cuenta con muchas otras condicionantes como la de ser uno de los países donde más se practica el baloncesto y el cual como muchos otros aspectos no es aprovechado para fines conjuntos que beneficien al país en general, si no estamos frente a una situación muy recurrente en México, los beneficios de un negocio tan redituable son aprovechados por unos cuantos, en este caso por los dueños de los equipos, por las televisoras del país donde se pareciera se pretende que lo redituable de este negocio tal y como esta, engañando e ilusionando al aficionado con mejoras en cuanto al espectáculo, introduciéndolo más y mayores artículos para el consumo y proveyendo a el negocio más grande del baloncesto mexicano “la selección nacional”, la cual por parte de los medios de comunicación cada 4 años y en el transcurso de estos se venden una sola idea “deportiva” el llegar de nuevo al mundial, con lo que con esa ilusión cada aficionado consume artículos de la selección, paga entradas a los partidos y sintoniza partidos de la selección nacional, con la finalidad de ver al equipo mexicano atravesar esa barrera deportiva, pero no hemos mencionado que se debería realizar para llegar a la meta en ese aspecto, el deportivo, pareciera que nada, los métodos siguen siendo los mismos, la estructura no cambia a fondo, pareciera que lo que importa es simplemente “el negocio”, negocio claro esta no regulado de buena manera por partes de la federación y donde el estado aun no interviene.

Capítulo 3. Los triunfos deportivos y sus resultados económicos

Hasta ahora solo se han analizado específicamente el tema de las ligas y sus objetivos tanto deportivos como económicos, pero también es primordial el entender que todos los objetivos, de ambas índoles (deportiva y económica) así como la atracción más fuerte para el aficionado y para inversionistas, patrocinadores y todo agente que se ve envuelto en el negocio del baloncesto, son las competencias más importantes dentro del mundo basquetbolístico, el ser ganador de una justa importante, resaltar y tener un nivel de juego atractivo es preferencia para la identificación del aficionado con el equipo o selección, esto es parte primordial para el desempeño del baloncesto como negocio, ya que de esta manera se pueden activar los demás agentes de esta industria creando un ambiente inigualable en el cual se estimula un consumismo por medio de una satisfacción.

Es tal la atracción de este deporte a nivel internacional que, ya sea en la final, o juegos finales de un torneo internacional, como se da a notar en el mundial de la FIBA, la comunidad aficionada al baloncesto, pareciera paralizarse y su atención se centra en cuarenta minutos o más de juego, así como en los comerciales y anuncios que se hacen durante el transcurso del mismo.

Posesionándonos en las estructuras mencionadas en el capítulo anterior podríamos decir que al hablar de las competencias internacionales en el estricto tema de las selecciones nacionales de cada país, federaciones y continente al que pertenezcan, donde las ligas son quienes dotan a las selecciones de sus mejores jugadores nacionales para afrontar competencias internacionales, esto valoriza al jugador, el club de origen del mismo y el valor del equipo

nacional en su conjunto; si lo miramos en términos cíclicos podemos mencionar que económicamente se presentan en términos de selecciones nacionales el siguiente ciclo en la generación de capital dentro del negocio del baloncesto:

Federación – Deporte – Capital Plusvalor (F – D – K')

Donde la federación es la encargada de las selecciones nacionales, de asentar a la misma como mercancía para los intereses de patrocinadores, es quien calendariza las giras, el donde y como se presentara una de sus selecciones nacionales y todo lo que el negocio que la misma selección nacional generara; el deporte es el baloncesto y la calidad del mismo, que en términos de selecciones nacionales se entiende que es el nivel más alto en cuanto a calidad de juego y esto hace que se piense en generar un capital plusvalor, el cual se puede ver reflejado si los resultados o el buen manejo de la selección como negocio es estructurado y manejado en buenos términos, el ganar una competencia internacional o el solo participar en ella puede reflejarse en ganancias que no son ni mucho menos despreciables, al igual que el desempeño de cada jugador dentro de una competencia internacional, la cual le puede abrir las puertas a las ligas de otros países o a un mejor equipo dentro de la liga nacional, lo que hace que este jugador aumente su valor y sea también referente para patrocinios o imagen de su selección, equipo o marca deportiva.

Las selecciones conforman así un negocio que es aun más atractivo que el de los mismos clubes, pareciera que este negocio está un nivel por encima ya que, no se esta hablando de un equipo regional o estatal, sino que se habla de un selectivo de los mejores jugadores nacionales de cada liga, lo mejor de un país en competencia con los mejores jugadores de las demás naciones, esto hace por ende, que el espectáculo sea de mayor calidad (en teoría) y que el mas mínimo detalle en cuanto a imagen, patrocinio, comunicación, etc., tiene un impacto aun más fuerte en la sociedad del país comparado con el de un club a pesar de que están muy cerca a igualarlo no será mayoría ni mucho menos en cuanto a un país se refiera, el cual observa, se apasiona y consume el espectáculo de un partido de su selección.

La clave del negocio del baloncesto en términos de selecciones nacionales pareciera estar en la inversión³⁰ que la federación hace para el beneficio de la selección, esto puede apreciarse de mejor manera si analizamos las inversiones en infraestructura, tecnología y demás aspectos que envuelve una selección nacional de baloncesto, haciendo con ello que la selección de un país este a la vanguardia y sus jugadores tengan todas las comodidades para obtener un buen desempeño en una competencia internacional.

Pero también se puede tomar otro camino, el camino del negocio por el simple negocio, es decir, aprovechar el atractivo basquetbolístico más fuerte como es el de la selección para a partir de este generar ganancias que no son precisamente las que corresponde a ganar competencias; lo cual refleja que lo deportivo queda como el aliciente principal pero que en realidad solo es el aliciente o una cortina de humo para generar ganancias, ya sea por giras,

30 Un ejemplo de inversión en nuevas tecnologías, son los científicos de datos. Ivana Seric, es una científica de datos, su trabajo es analizar los datos que se recaban de cada partido de los 76ers (Equipo de la NBA), de Filadelfia, su trabajo consiste en analizar los datos que se tienen de cada juego de la NBA, para enfocarlo en los entrenamientos, con los jugadores, los tiros más errados o las zonas desde donde les anotan más puntos los equipos rivales. (Bloomberg, 2019).

patrocinios, partidos amistosos, y que dejan de lado la calidad del espectáculo o bien la ambición por ser una selección destacada en términos deportivos.

Todo lo anterior tiene una fuerte relación, un resultado deportivo impacta en lo económico y viceversa, una buena inversión puede dejar resultados deportivos formando como ya se hizo mención, un ciclo, pero puede también no ser así, todo depende de la planificación y estructura de la federación sobre la que se haga mención, ya que todas las federaciones así como los países en general se tienen objetivos y planificaciones diferentes, esto se analiza más a fondo en este capítulo tomando en cuenta como se hizo con el tema de las ligas la selección estadounidense, española y mexicana de baloncesto.

3.1 Impacto económico de los triunfos deportivos

Dentro del negocio comprendido cíclicamente existe dentro del baloncesto, en cualquiera de sus estructuras, la principal característica o el común denominador, siempre es el juego mismo, como se desempeñan los equipos dentro de una competencia, como dentro de un esquema puramente deportivo, un equipo puede llegar a adjudicarse un título, claro está que es importante y muy fundamental la inversión que se haga en primera instancia así como su planificación deportiva y económica, si se conjugase estas dos partes y se logrará un buen resultado deportivo se genera en mayor medida que el consumidor en general (no solo el aficionado arraigado del equipo o selección campeón) voltee su mirada y adquiera artículos del equipo, mire sus juegos por televisión y convierta al equipo, jugadores y en algunos casos países o regiones, en una mercancía, mercancía que es atractiva visual, deportiva y económicamente.

El que un equipo o selección atraiga aficionados, llene estadios, sea animador de un torneo o haga que el público en general se identifique con sus colores, estilo de juego, etc., hace que el baloncesto no sea solo un deporte, ya que es el punto donde interviene los agentes mencionados en el negocio del baloncesto para darle a este equipo un valor agregado dentro y más aún, valor que se ve reflejado en mayor envergadura fuera del terreno de juego, donde se le considera como una mercancía.

El ganar una competencia ya sea liga, copa o internacional desencadena impactos no solo en cuanto a la imagen o identificación de la gente con el equipo, es decir, no solo tiene un impacto social, si lo miramos desde el aspecto económico, el ganar un torneo puede abrir la puerta de nuevos mercados, el precio del equipo en su conjunto es más valorado así como las acciones que tenga el club, la infraestructura puede mejorarse y con ello se crea un nuevo patrón dentro de la realización, logística y manejo del equipo, en términos de selección nacional, el impacto económico de los logros deportivos se puede ver reflejado en nuevas inversiones dentro de la liga nacional, de la misma selección nacional así como en acciones que se ven reflejadas en nuevos recintos deportivos, instalaciones, hospitales especializados en deporte y por supuesto en los patrocinadores, quienes al ser una selección de renombre dejan dividendos aun más fuertes que en los propios equipos de la liga.

El ganar competencias internacionales es para algunos equipos, quienes tienen una estructura y objetivos sólidos un paso que se da a largo plazo, que se planifica y se trabaja competencia tras competencia, año tras año, que especializa la totalidad de agentes que intervienen en el

desempeño de su club o selección y que hacen de estos, una materia prima sumamente especializada, atractiva y que en algunas ocasiones se puede valorizar hasta el punto de hacer un negocio redondo de ella, es decir, que desde edades tempranas jugadores de determinada selección destacados logren tener una sólida planificación económica (un buen equipo profesional) y, para quien se fije en ellos serán una moneda de cambio a largo plazo, una buena inversión para ambos.

Pero no solo el ganar una justa importante dentro del baloncesto puede generar tantos activos, ya que esto solo se ve reflejado en el esquema del mismo baloncesto, si miramos un panorama más amplio podemos apreciar que, también ser el anfitrión de un evento de talla internacional es promotor de empleo, turismo, entre otras variables que activan la economía de un país.

Para ejemplificar lo anterior basta con mencionar que el ser anfitrión de un mundial de baloncesto es una oportunidad para mostrar al mundo un país, sus costumbres, tradicionales, etc., así como también se puede tomar como gran aliciente para la culminación de proyectos y obras que contribuyan al fortalecimiento del crecimiento económico del país anfitrión.

En el mundial pasado, en China, las empresas de distintas índoles se vieron beneficiadas por las obras, inversiones, demanda de servicios, entre otras cuestiones, debido a la preparación de la copa mundial de baloncesto de la FIBA “China 2019”³¹, mostrando al mundo que el país estuvo preparado para la celebración de esta justa mundialista y que es en términos económicos una de las tres economías más grandes en el mundo, posesionándolo en ese momento como el centro basquetbolístico a nivel mundial.

En este último evento la suma generada por los espectadores en todo el mundo, se estimó en 82.4 millones de dólares. Al mismo tiempo, la asistencia media registrada en esta copa del mundo fue del 80%, dicha celebración del evento supuso no sólo la recuperación de la inversión inicial de 40 millones, si no también unos 75 millones de dólares para las arcas del Estado³².

Lo anterior solo es un pequeño ejemplo de cómo una competencia puede generar los incentivos suficientes para hacer del baloncesto y de su buen manejo algo atractivo y que debería de ser tomado en cuenta para la calidad no solo del espectáculo sino también de las empresas relacionadas con el mismo entorno basquetbolístico.

Por lo tanto se puede optar por generar también prestigio de un país mediante la buena organización y gestión de eventos deportivos pero, no podemos dejar de lado que esto solo es parte del espectáculo como tal, el baloncesto mismo, es el principal aliciente del negocio del baloncesto, todo, la gestión, organización, patrocinios, medios de comunicación, empresas, infraestructura, turismo, etc., se movilizan por un juego de baloncesto de una competencia cualquiera que esta sea.

31 La Copa del Mundo acarrea un potente plan de inversiones y estimula la economía de China. Según un estudio realizado por la Federación Española de Baloncesto (FEB), el impacto de este mega evento superó los 408 millones de dólares, la mayor cifra lograda en cualquier evento por la FIBA. (La Información, 2019).

32 Informe de Ingresos 2019 FIBA. (FEB, 2020:38)

3.2 Competencias basquetbolisticos

Dentro del ámbito basquetbolisticos, las competencias son las estructuras básicas de este deporte, toda liga, copa o mundial o modalidad dentro de la cual compitan los equipos o selecciones, las cuales hacen que se movilicen todos los aspectos del espectáculo, la materia prima son los jugadores y el producto el espectáculo, “la competencia”.

Toda inversión, armado del equipo, atracción, compra de jugadores y todas las acciones que implican un cambio periódico dentro de los equipos, ya sea en cuanto a jugadores o administrativos, van encaminados hacia un objetivo específico, deportivamente hablando: el ser campeón de una justa basquetbolística, donde se busca el éxito deportivo por encima de muchas otras cosas que no aparecen en papeles importantes³³.

El ganar una competición es importante para un club o selección por que así se puede valorizar aun más la materia prima y el conjunto de ella es decir cuerpo técnico y jugadores dentro de la esfera basquetbolística, el ser atractivo para patrocinadores, empresas, televisores y los mismos jugadores hace del club o selección un incentivo el cual de conseguirlo hace que se le dé un valor por encima de los demás, para generar esta situación no basta con ser campeón sino también de perdurar dentro de los primeros lugares por un largo periodo de tiempo, esto hace que se arraigue el prestigio del equipo, por el lado económico, que sea un buen negocio el ser patrocinador, accionista o simplemente parte del mismo o bien que la inversión inicial de una temporada sea tan fuerte con la cual se pretenda que el equipo siga en los primeros lugares, innove en cuanto a tecnología o estilos de juego, así como en experiencia para su afición o bien salga de un mal momento (si es que se cae en malos resultados en las temporadas pasadas).

El aspecto económico del club va encaminado, o así debería de ser, a los logros deportivos, pero algunas veces no es así, lo que se busca es entrenar a nuevos mercados o ser un club “vendible”, en este punto, es más importante el cómo hacer dinero por encima del cómo acceder a logros deportivos, aunque este también sea una manera de hacerlo.

En el terreno del baloncesto existen competencias y dentro del mismo panorama existen diversos tipos de ellas, las cuales se manejan como lo pudimos analizar en el capítulo dos de la investigación de distinta manera, aspecto que se ve reflejado en el estilo de juego, así como en el estilo de competencia que se practica de país en país.

Aterrizando las competencias a el objeto de investigación que nos concierne, en cuanto a las competencias a las cuales tiene participación todo el entorno que engloba el baloncesto mexicano, así como su comparativo en selección nacional, liga española y liga estadounidense, tanto a niveles de clubes como selección nacional, así como de sus alicientes económicos en las cuales participen de manera directa dichas naciones.

Las competencias se pueden clasificar principalmente en tres:

³³ Como el hecho de generar ingresos o hacer del baloncesto un deporte lucrativo, lo que ha cambiado a través de los años cuando anteriormente no se manejaban cifras importantes dentro de los fichajes de un jugador, en la actualidad podemos ver que las cantidades de dinero pagadas de un club a otro parecieran estar fuera de la realidad. Los Grizzlies de Memphis (USA.) pago al equipo de Utah Jazz (USA.) aproximadamente 153 millones de dólares, lo que lo coloca en uno de los traspasos más caros en la historia del baloncesto.

- Competencias Nacionales
- Competencias a nivel Federación
- Competencias Internacionales

Competencias Nacionales

En este apartado se sitúan las competencias nacionales de cada país, las cuales las podemos encontrar en sus distintas modalidades dependiendo de la nación y la federación encargada del baloncesto a la que haga mención, dichas competencias pueden ser:

- Copas,
- Ligas,
- Campeón de campeones y
- Copa del rey (en países como España)

Los premios económicos al igual que el formato deportivo de cada liga son estipulados por la federación de cada país ya sean dos o un torneo por año, pero en su mayoría, el ser campeón solo genera que el equipo que se adjudique la competencia gane más renombre y en algunos casos sea el primero que tenga derechos deportivos en cuanto a la elección de nuevos jugadores, el poder modificar en común acuerdo con los demás clubes el calendario de juegos para participar en competencias internacionales o de Federación, y, económicamente se gana en cuestiones de derechos de televisión, patrocinios, valorización de la marca, de jugadores, de acciones, etc.

Competencias a nivel Federación

Como fue mencionado en el capítulo dos de la investigación, el mundo del baloncesto se divide a nivel internacional en 5 federaciones de baloncesto, los cuales son continentes del baloncesto a nivel mundial, dichas federaciones integradas por cada país dentro de la misma, pero dentro de las competencias de las federaciones participan todos los países integrantes, para así tener un campeón de clubes, o de federaciones a nivel selecciones nacionales según sea el caso en cuanto a lo referido exclusivamente a España (perteneciente a FIBA Europa) y México (referente a LNBP), las competencias a las que participan son las siguientes:

- Copa
- Liga de Campeones de Baloncesto
- EuroBasket

Es celebrada cada cuatro años, con una fase de clasificación previa y donde los premios económicos para las selecciones participantes los podemos apreciar en el siguiente cuadro:

Cuadro 5. Premios económicos EUROBASKET

Fase del EuroBasket	Premios en Euros*
Ganador del EuroBasket	1,000,000
Finalista (Perdedor)	500,000
Clasificación para ½ de Final	300,000
Clasificación para ¼ de Final	200,000
Victoria en la Fase de Grupos	40,000

Fuente: Elaboración propia con datos de eurohoops.net, 2016.

El ganador de la EuroBasket anteriormente servía para como clasificatorio para los juegos olímpicos y la copa mundial de baloncesto de la FIBA. El último campeón que tuvo este privilegio fue Eslovenia³⁴.

- FIBA América
 - Campeonato FIBA Américas

El campeonato FIBA América es celebrada cada cuatro años, los que tengan un mejor resultado en el evento se adjudicaba un boleto en la Copa Mundial de Baloncesto y los Juegos Olímpicos, el actual campeón es Estados Unidos³⁵ en esta competencia se reparten los siguientes premios económicos:

Cuadro 6. Premios económicos del Campeonato FIBA Américas

Fase del Campeonato FIBA Américas	Premios en dólares
Ganador de la Copa	300,000
Segundo lugar	200,000
Tercer lugar	120,000
Cuarto lugar	80,000

Fuente: Elaboración propia con datos de Fibaamericas, 2020

- FIBA América
 - National Basketball Association

Es el torneo más popular en el entorno del baloncesto y es celebrado de manera anual; a pesar de no ser un torneo internacional, esta es la liga que más dinero mueve y a pesar de no ser una liga internacional es la liga donde se conjuntan los mejores jugadores de todo el mundo. Y aunque la liga no tiene ningún premio adicional dado es que es un torneo compuesto por clubes y equipos, la liga sigue otorgando los mayores premios económicos en las competiciones de baloncesto, el campeón actual es Toronto Raptors³⁶.

Cuadro 7. Premios económicos de la NBA

NBA	Premios en dólares
------------	---------------------------

³⁴ Eslovenia se impuso a la selección de Serbia por un marcador de 93-85, la competencia fue realizada en Estambul en el año de 2017. (Wikipedia, 2020).

³⁵ El equipo norteamericano se impuso a la selección argentina por un marcador de 81-76 en la copa realizada en territorio argentino. (FIBA, 2020)

³⁶ Toronto Raptors se consagró como el mejor equipo de la NBA al vencer por 4-2 en las finales a Golden State Warriors y conseguir el primer anillo de la historia para una franquicia canadiense. (Infobae, 2019).

Ganador de la NBA	2,656,422
Finalista (perdedor)	1,760,210
Clasificación para ½ de Final	440,173
Clasificación para ¼ de Final	266,369
Clasificación a postemporada	223,864

Fuente: Elaboración propia con datos de As NBA, 2016

Al igual que las demás federaciones, estas también realizan torneos nacionales de esta índole donde los campeones ganan el derecho de participar en, la Liga de las Américas de la FIBA. Los premios económicos que se adjudican los equipos campeones de las demás federaciones de la FIBA son menores a las mencionadas anteriormente³⁷, ya que son organizaciones basquetbolísticas donde el nivel y calidad de juego están un poco rezagadas a comparación de la NBA, pero no dejan de ser importantes, además de estar en constante crecimiento para poder competir y estar al nivel del baloncesto de primer nivel.

Lo mencionado en párrafos anteriores es lo referente a las copas, las cuales son a nivel nacional donde intervienen las selecciones de cada confederación y es donde el equipo ganador además de tener un incentivo económico si es el caso, obtiene la oportunidad de competir representado a la federación en la que se coronaron campeones.

- Ligas

Las ligas a nivel federación han cobrado más relevancia en el mundo del baloncesto en las últimas décadas, y gracias a los medios de comunicación podemos dar seguimiento a las más importantes a nivel internacional las cuales también dejan a los equipos participantes ganancias las cuales son un buen incentivo para querer competir en dichas justas, además del alto nivel deportivo ya que generalmente son jugadas por los campeones y primeros lugares de las ligas pertenecientes a cada federación que tiene estipulado en sus competencias esta justa.

- El mundial FIBA

Como se ha mencionado a lo largo de la investigación el mundial organizado por la FIBA es la competencia más grande y de alto nivel dentro del baloncesto internacional, por ello es el torneo al que se le da mayor importancia y es celebrado cada cuatro años, en su última justa el campeón fue el seleccionado de España quien derroto a Argentina en un duelo deportivamente parejo; el participar en este campeonato deja para para las federaciones no solo el incentivo proporcionado por la FIBA, si no también la posibilidad de crecer deportivamente y ser más valorizado en el aspecto comercial, tanto jugadores como federación, los premios otorgados por la FIBA para el mundial ascendieron a:

Cuadro 8. Premios económicos Mundial China 2019 (millones de dólares)

Posición	China 2019
Campeón	10
Subcampeón	7

³⁷ El campeón del AfroBasket se adjudica un premio menor al medio millón de dólares, el cual es menos que muchas ligas de clubes en América; y cerca de 4 veces menos que el ganador de la NBA.

Tercer lugar	4
--------------	---

Fuente: Elaboración propia con datos de FIBA, 2020.

Como se puede apreciar, el destacar en cualquiera de las competencias es un buen aliciente para cualquier club o selección, promueve el baloncesto y los jugadores de un país y se valorizan todos sus agentes, en términos de clubes estamos en el entendido que primeramente es importante el destacar y ser un equipo competitivo a nivel nacional para poder acceder a competencias internacionales y así poder generar un ciclo económico aun más complejo y el cual genere mayores ganancias para los dueños de los clubes, en cambio a nivel selección nacional, es de suma importancia el ser congruente dentro y fuera de la cancha, deportiva, comercial y económicamente, si bien estamos en el entendido de que cualquier federación puede optar por caminos diferentes para generar ganancias, claro está que la apertura a nuevos mercados, arreglos con patrocinadores de mayor envergadura, entre muchos más negocios que pueden generarse dentro de este rubro, se dan gracias al desempeño deportivo histórico que tenga un selección y cabe destacar que existen selecciones que si bien en la actualidad no son tan importantes a nivel internacional, generan una expectativa altísima dentro de la afición de su país, afición que al ser apasionada y fiel a sus colores y hasta cierto punto nacionalista, que se convierte en el mejor consumidor para este negocio, tal es el caso de nuestra selección nacional, caso que se aborda a continuación.

3.3 Caso selección mexicana de baloncesto

El ver a los jugadores, directores técnicos, solo por mencionar algunos agentes quienes conforman la materia prima del negocio del baloncesto nos hace reflexionar directamente en el fin que tienen cada uno de ellos, su activación, el papel que tienen en la formación del consumismo, el cual se produce con la afición mexicana para generar utilidad a los dueños de los medios de producción del negocio del baloncesto de la selección nacional.

Lo mencionado en el párrafo anterior es la escena principal del baloncesto como negocio, donde podemos analizar y comprender quienes interactúan en el mismo, pero es también donde surge una interrogante: ¿de qué manera lo hace?

Ya se ha mencionado a lo largo de la investigación que para que el baloncesto genere dividendos, las confederaciones, las federaciones y toda organización encargada del baloncesto en un país o región, puede optar por caminos distintos, uno es más enfatizado a los aspectos deportivos así como los resultados de los mismos, planificando a sus equipos de tal manera que estén especializados y conformados para lograr triunfos, es decir, campeonatos a mediano o largo plazo dándole la prioridad al desempeño en lo estrictamente basquetbolísticos lo cual automáticamente desencadena un efecto mediático de club o selección en muchos sentidos ya que se convierte en el ojo del huracán en muchos aspectos como el económico y el comercial además del deportivo.

En lo que se refiere al otro camino, este deja a un lado el objetivo primordial del baloncesto, ganar campeonatos, el buen desempeño y atracción de una selección es una especie de pantalla que atrae y es incentivo para el consumismo de la industria basquetbolística, tal es el caso de la selección mexicana de baloncesto, la cual si es analizada desde el aspecto deportivo, a nivel internacional es una selección de rendimiento medio, en su federación (FIBA

América) en los últimos años ha perdido el protagonismo que tuvo en el pasado siendo considerado como uno de los más importantes en esta federación y los jugadores de la selección mexicana en su mayoría no son figuras internacionales ni jugadores de vital importancia aunque existen algunas excepciones para ligas más importantes.

En cambio, si analizamos a la selección en términos económicos y comerciales, ya sea vista en un panorama distinto no como un equipo de baloncesto, si no como una marca o un negocio en general, la selección mexicana no es un equipo tan rentable, sin embargo en los últimos años ha aumentado a patrocinadores, volviéndose mas redituable para los mismos patrocinadores y a la misma federación, quien ha estado aumentando su venta de camisetas de la marca que lo patrocina³⁸ y por consecuencia comienza a transformarse en una selección más atractiva para los patrocinadores, a pesar de que los resultados en competencias internacionales han ido en decadencia en las ultimas participaciones.

Esta claro que este negocio es muy redituable si partimos del supuesto del negocio, reflejado en términos monetarios dirigidos a la Federación Mexicana de Baloncesto así como a sus patrocinadores, pero en este punto es igualmente claro que el desempeño deportivo queda a un lado, se pretende vender y convencer al espectador, aficionado y mexicano en general (radicante en México o en el extranjero) de la idea de que el equipo nacional será protagonista y campeón de justas a nivel confederación, las cuales en años anteriores se ganaban y que hoy en día a quedado en tela de juicio el desempeño de la selección en las competencias recientes; pero la expectación y sueño de la afición mas anhelado y con las cuales se pretende sacar provecho de una fidelidad nacional por parte de cada persona amante del baloncesto y que sea mexicano, es el soñado pase al mundial, lo cual refleja que el pensamiento de las federaciones deportivamente es a muy corto plazo, ya que en este periodo de tiempo es cuando las ganancias se ven reflejadas continuamente.

¿Cuántas veces cada cuatro años, cuando se está en vísperas de la justa más importante a nivel basquetbolístico se ha anunciado en radio y televisión, comerciales, entrevistas, discursos, etc., por parte de los jugadores y entrenadores de la selección mexicana prometiendo y pidiendo a la afición su apoyo para llegar al objetivo: alcanzar la mayor justa deportiva del baloncesto?, pareciera que cada mundial la meta deportiva no fuera la de ser campeón de la competencia, si no el solo acceder a esta competición dejaría un trabajo perfecto a nivel deportivo.

Lo mencionado en el párrafo anterior crea un ambiente de aprensión, fidelidad y creencia por parte de la afición mexicana a su selección nacional de baloncesto, lo cual pareciera ideal, ¿Para quién?, analicémoslo de la siguiente manera:

El aficionado mexicano como es conocido y reconocido mundialmente es un animador de cada justa mundialista y es “fiel” cada cuatro años y durante el transcurso de los mismos, de su selección nacional, asiste a los juegos, compra todas y cada una de las playeras de la selección (mientras su nivel socioeconómico se lo permita), consume toda clase de artículos relacionados con la selección, en resumen, es un fiel “consumidor”.

38 La marca Under Armour, quien es la marca que patrocina la playera de la selección, el cual tiene que pagar una cuota por tener el derecho de vestir a la selección mexicana de baloncesto.

La conclusión a la cual podemos llegar es que el aficionado mexicano es un fiel consumidor de la selección, un consumidor ilusionado a pesar de los resultados a pesar de las carencias económicas, un consumidor el cual puede ser explotado fácilmente por parte de los patrocinadores de la selección y de ella misma, un aficionado conformista desde mi punto de vista.

El negocio de la selección es aprovechado por sus patrocinadores y por la federación misma la cual busca sacar provecho de esta relación entre afición – selección nacional para fines más lucrativos dejando a un lado los deportivos, a pesar de que si se conjugasen se generaría un fenómeno inigualable ya que se vendería aun mejor la selección y la afición tendrían aun más deseos de seguir a su equipo en cada una de las competencias, además de abrir nuevos mercados donde a nivel internacional también se maximizarían las ganancias por artículos deportivos, derechos de transmisión y hasta el simple hecho de jugar partidos amistosos en contra del seleccionado mexicano.

3.4 Caso selección mexicana de baloncesto

Al hablar de rendimiento en un sentido general, nos referimos al producto o utilidad que rinde una persona o cosa; es decir el rendimiento es la proporción entre el resultado que se obtiene y los medios que se emplearon para alcanzar algún fin.

Si lo anterior lo aplicamos al aspecto deportivo un óptimo rendimiento depende de los resultados en cuanto a los objetivos de cada equipo ya sea selección o club en determinadas competencias a corto, mediano y largo plazo; el rendimiento deportivo se mide básicamente en cuanto a los resultados obtenidos, posiciones finales de un torneo o competencia así como en el rendimiento individual de los jugadores participantes que en su conjunto conforman el rendimiento grupal, a manera de ejemplo supongamos que un equipo logra ser campeón de una competencia, ese equipo obtuvo el mejor rendimiento a comparación de los demás participantes³⁹, el rendimiento deportivo depende entonces del total del rendimiento de los jugadores así como cuerpo técnico de un equipo o selección y este depende a su vez de la calidad técnica, táctica, física y la experiencia que cada uno posea y ponga a disposición del equipo para lograr el más alto rendimiento, sin dejar a un lado la inversión inicial de los dueños de los equipos o la federación misma para el desempeño de las aptitudes antes mencionadas.

El caso del rendimiento económico tiene como aliciente el juego mismo pero en el mismo se fusionan el aspecto comercial y de costo-beneficio para empresarios o bien se transforma y posesiona al deporte como un producto dentro del mercado, lo transforma de tal manera que es atractivo para patrocinadores, medios de comunicación, aficionados y todo lo que tenga que ver alrededor de un equipo de baloncesto, el valor que adquiere un equipo económicamente, básicamente comercial, se deslinda muchas veces del aspecto deportivo, a pesar de que si se

39 En el caso del baloncesto es peculiar ya que muchas veces el tener un mejor rendimiento no te garantiza el ser campeón o ganar si no que existen factores los cuales pueden ser en cuestión de gustos o simplemente un pequeño error lo que te hagan perder un juego a pesar de ser el mejor basquetbolísticamente hablando.

conjugasen pueden llegar a ser un producto hablando económicamente y un equipo en términos deportivos de elite.

En los términos anteriores podemos decir y analizar que la selección mexicana en cuanto a su valor de mercado y su aspecto deportivo tomando como referencia la clasificación de la FIBA⁴⁰ en cuanto a su valor de mercado, podemos determinar que la selección se encuentra en un nivel bajo, es decir que lo que vale la selección en cuanto a jugadores va muy acorde con sus resultados deportivos lo cual se ve reflejado torneo tras torneo.

Ahora bien, si las variables anteriores las comparamos con el aspecto comercial (parte fundamental en el negocio de la selección nacional) podemos ver reflejado que no se está a la altura de potencias basquetbolísticas como lo son los equipos de la NBA, quienes son los que más playeras vende de la marca patrocinadora, en cuanto a la selección mexicana esta muy atrás en este rubro.

A partir de lo anterior podemos darnos cuenta que el baloncesto puede generar a través todos los agentes que intervienen en él, primeramente un espectáculo de buena calidad en competencias de renombre nacional e internacional pero también esto puede generar que los agentes económicos pongan en marcha estructuras, planes, campañas y todo a su alcance para obtener resultados o ganancias que en los últimos años han sido realmente sorprendentes, el baloncesto es un mercado que ha ido tomando una fuerza muy positiva para empresas de diversa índole y en algunos aspectos ha sobrepasado el aspecto primordial y su razón de ser, es decir en la actualidad y no en todos los casos el aspecto económico rebaza el aspecto deportivo, lo cual puede traer no muy buenas consecuencias a mediano y largo plazo y más aun si no está regulado para hacer este ejercicio económico – deportivo más transparente y redituable, lo cual es responsabilidad de la federación y el estado conjuntamente.

40 La selección mexicana se encuentra en el puesto número 33 El Ranking de la FIBA 2019. (FIBA, 2020).

Conclusiones

El baloncesto es, naturalmente un deporte que se inició y se practicó con el propósito de satisfacer la necesidad del ocio en el ser humano, forma parte del entretenimiento en su práctica, o bien, entendido como espectador o aficionado, pero en la actualidad claro está que más allá de tener el planteamiento anterior como principal objetivo, se adentra en otros aspectos que pueden ir desde lo geográfico, social, etc., hasta lo económico, posesionándolo como un fenómeno económico – deportivo que bien puede ser analizado, cuestionado y comparado como cualquier otro dentro de la economía, por lo que se concluye que el baloncesto es en la actualidad un fenómeno económico – deportivo y su comportamiento depende de distintos factores, de sus agentes y que en su conjunto conforman las estructuras y ciclos económicos.

La industria del baloncesto se sitúa en el sector de la economía del deporte y en la actualidad aún es un campo poco estudiado ya que los estudios más enfocados hacia la materia económica dentro del baloncesto son en su mayoría muy resistentes, tal es el caso de las contribuciones de Todd A. McFall en su libro: *The (peculiar) economics of NCAA Basketball*, en el año de 2014, pero aun queda un largo camino por recorrer, fundamentar, analizar y estructurar en materia económica en este rubro; esta investigación pretende aportar un análisis imparcial y comparativo de la actualidad del baloncesto en su conjunto para poder ser tomado

en cuenta en análisis posteriores, uno de los puntos clave de esta investigación: *“la estructura económica en el baloncesto va de la mano o así debería de serlo de la estructura deportiva, ya sea de un club, institución, federación o país”*.

Las estructuras que existen dentro del baloncesto pueden ser de diversa índole dependiendo de los objetivos y de los inversionistas iniciales de un club o selección como se pudo analizar durante la investigación, pero es sumamente importante que todo ejercicio tanto deportivo como económico y todo lo que estos conlleven sean regulados por la federación correspondiente y esta a su vez, por el Estado; esto con el fin de no enviciar y ensuciar un deporte y un negocio tan redituable para todos sus agentes donde se pueden generar ganancias que no serían solamente para cierto grupo empresarial o dueños de los equipos sino que estos recursos deben ser distribuidos de una manera racional y buscando el bien de la subsistencia de este negocio, ya que con ello se generaría más y mejores inversiones dentro de la mayoría de los equipos haciendo que se cuente con el capital inicial suficiente para tener una buena estructura deportiva y con ello hacer más competitiva la liga de un país y con ello tener jugadores de alta calidad para representar a su país en justas internacionales.

Las características de las ligas, ingresos y calidad del espectáculo no serán, claro está, las mismas en un país primermundista que en uno tercermundista, ya que los recursos destinados al deporte son claramente dispares, pero si se puede a través del mismo baloncesto o el deporte en general, crear, en algunos casos, oportunidades de crecimiento no solo deportivo si no económico y social, y la estructura del deporte en sí, es primordial para lograr que esto se lleve a cabo.

En cuanto al tema del baloncesto en nuestro país específicamente, se puede criticar el hecho de que carece de una estructura sólida (esto no quiere decir que no exista alguna) y transparente deportivamente, y se deberían implantar medidas regulatorias en diversas instancias por ejemplo las condiciones en las que un basquetbolista puede o no ser traspasado a un club, estamos hablando del “pacto de caballeros” o bien el famoso “draft”.

En lo que se refiere al aspecto económico del baloncesto en nuestro país, al parecer la selección mexicana es un fenómeno económico que arroja ganancias significativas durante cada competencia internacional, a la federación mexicana le conviene el negocio de la

selección mayor que desde un punto de vista personal se vería enriquecido si se obtuviesen logros deportivos de mayor índole no solo unos cuantos a nivel confederación; mientras que dentro de la liga al parecer cada club vela por sus intereses tanto económicos como deportivos, lo cual no parece ser lo ideal ya que si se conjugasen ambos aspectos y se trabajara para la mejora en cuanto a la calidad del espectáculo y jugadores mexicanos de la liga, se podría pensar en un negocio aun más redituable tomando en cuenta que, deportivamente se encontraría al país como una liga y selección de elite mundial y no solo de baja tabla económica y deportivamente como se encuentra en la actualidad, es decir, tenemos lo que merecemos en cuanto a los montos de la inversión hacia el baloncesto y jugadores mexicanos ya que o en algunos casos no se invierte en lo que dejaría aun mayores frutos: la materia prima nacional, jugadores mexicanos, y no como se invierte en jugadores que vienen del extranjero quienes a largo plazo no le dejaran una ganancia lo suficientemente redituable al inversionista inicial, ya que tampoco se cuenta con una estructura que como objetivo tenga el ser una liga y equipos que compren y vendan jugadores al extranjero de manera tan complicada como es el caso de los jugadores estadounidenses, por mencionar.

El caso de la selección mexicana es un caso peculiar y bien manejado desde el punto de vista económico – comercial, ya que a contraparte de la mayoría de los equipos de la liga mexicana la selección genera más dinero fuera que dentro de la cancha, en su aspecto económico la selección pareciera ser una selección alejada de la elite mundial, esto por los ingresos generados cada ciclo de torneos internacionales, pero la mayoría de las veces el baloncesto se ha impulsado a costa de una buena campaña publicitaria, ofertando al aficionado una ilusión que no se consolida y de fundamente directamente en el terreno de juego.

Derivado de lo anterior podemos decir que el ser bueno deportivamente puede generar, si se estructura adecuadamente, hacer que el baloncesto sea un negocio realmente redituable y que existan aun más posibilidades de crecimiento económico dentro de la federación, liga y selección nacional, en este caso hablando del baloncesto mexicano en su conjunto, lo cual parece estar lejano, ya que como lo sabemos en nuestro país el negocio comienza a sobrepasar al deporte, terreno en el cual, hay que tener muchos cuidado, ya que el deporte y la calidad del espectáculo basquetbolísticos, el juego mismo, es la naturaleza del negocio dentro del baloncesto.

Es importante mencionar que en el caso del baloncesto, este deporte no solo es aprovechando para hacer de él, un negocio, pero la masividad de este deporte puede ser utilizada para fines políticos, lucrativos, gracias a la enajenación que este deporte provoca en la sociedad en general aprovechándose de esta y situando a este deporte en situaciones que en su esencia son ajenos a él, pero en la actualidad pareciera salir a la luz, ensuciar una actividad con una esencia meramente deportiva, vivimos en la actualidad una realidad del baloncesto la cual pone ante su esencia misma como un deporte corruptible, lo cual sale a relucir al hacerse público los sobornos y situaciones que favorecen a equipos, personas o países como tal, como es el caso de las cedes de las competencias, ascensos y descensos de clubes en las ligas alrededor del mundo.

Este es un aspecto que ha ensuciado al deporte hoy en día, pero también es consecuencia de una **NO transparencia** del mismo, a nivel mundial se ha llegado a conocer dichos casos o de corrupción por parte los altos mandos del baloncesto internacional, se está investigando y castigando a quienes quebrantan la ley por medio de este deporte en esperas a nivel internacional pero también esto debería analizarse a nivel nacional y castigar a quien realice este tipo de prácticas, y así se podría estipular una nueva regulación en cada federación, más clara y apoyada en el Estado para no perder la esencia del deporte mismo y así poder hacer del baloncesto un deporte más transparente, de mejor calidad tanto económica como deportivamente.

Si bien a lo largo de la investigación se hizo referencia a características específicas de algunas ligas como la española con su relación con el fisco, la estadounidense con su plan de negocios para su liga de baloncesto o de algunos deportes como el caso de la NFL, las circunstancias en las que se desenvuelve el baloncesto mexicano no son iguales a las de las ligas citadas, pero si se podría tomar como referencia una o varias de las acciones que se llevan a cabo en otras ligas para crear un estilo propio donde el baloncesto como deporte sea tan redituable como lo es como negocio hoy en día y no como lo es en la realidad, donde en nuestro país como en muchos otros, el negocio sobrepasa al deporte.

Referencias.

- AS NBA (2019): “¿Cuánto dinero se lleva como premio el campeón de la NBA?”. En Diario AS Madrid 22 de octubre de 2019. Recuperado de https://as.com/baloncesto/2019/10/22/nba/1571739605_345249.html
- Barajas, A. (2007): “Las finanzas detrás del balón: El negocio del Fútbol”. Pp. 13. España, Editoriales Dossat, 2008.
- Bloomberg (2019); “Ivana Seric, la científica de datos transforma la NBA”. En El Financiero 29 de mayo de 2019. Recuperado de <https://www.elfinanciero.com.mx/tech/esta-cientifica-de-datos-transforma-la-nba>
- Cobos, E. (2018): “La ACB nombra hoy director general a José Miguel Calleja”. En Diario AS Madrid 26 de marzo de 2018. Recuperado de https://as.com/baloncesto/2018/03/26/acb/1522016173_561819.html
- CSD (2020). Consejo Superior de Deportes. Recuperado el 4 de julio de 2020 de <https://www.csd.gob.es/es/federaciones-y-asociaciones/sociedades-anonimas-deportivas/presentacion>
- El Español, (2017): “La Federación de Baloncesto, imputada en la causa de José Luis Sáez”. En El Español 10 de marzo de 2017. Recuperado de https://www.elespanol.com/deportes/baloncesto/acb/20170310/199730159_0.html
- Escandón, V. (23 de enero de 2016). El gran negocio de la NBA. JGBasket. Recuperado el 20 de noviembre de 2019 de <https://jgbasket.net/el-gran-negocio-de-la-nba/>

- FEB. (2020). "Informe de Ingresos 2019 FIBA". FEB. Pp 38.
- FIBA. (2020): "FIBA WORLD RANKING". FIBA.basketball. Recuperado el 5 de julio de 2020 de <https://www.fiba.basketball/es/rankingmen>
- FIBA. (2020): "International Basketball Federation". FIBA.basketball. Recuperado el 22 de junio de 2020 de <http://www.fiba.basketball/>
- Figueroa, S. (diciembre de 2002): "Un marco conceptual de la oferta del deporte". efdeportes.com. Recuperado el 19 de mayo de 2019 de <https://www.efdeportes.com/efd55/oferta1.htm>
- González, J. (9 de noviembre de 2018): "La Globalización de la NBA". DeportesInc. Los Negocios del Deporte. Recuperado el 3 de octubre de 2019 de <https://deportesinc.com/investigacion-deportes-inc/jugadores-extranjeros-en-la-nba/>
- Heinemann, K. (1998): "Introducción a la economía del deporte". Pp. 9
- Heinemann, K. (1998): "Introducción a la economía del deporte". Pp. 193
- Heinemann, K. (1998): "Introducción a la economía del deporte". Pp. 276
- Historia de la NBA (S.f): "Historia de la NBA". Planetabasketball.com. Recuperado el 27 de noviembre de 2019 de <https://www.planetabasketball.com/nba.htm>
- INFOBAE. (2019): "Toronto Raptors hizo historia, venció a Golden State Warriors y es campeón de la NBA". En INFOBAE 13 de junio de 2019. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/deportes/2019/06/13/golden-state-warriors-toronto-raptors-por-el-juego-6-de-las-finales-de-la-nba-2019/>
- La Información. (2019); "El Mundial de baloncesto, un campeonato con un impacto de 400 millones". En La Información 15 septiembre de 2019. Recuperado de <https://www.lainformacion.com/deporte/mundial-baloncesto-campeonato-impacto-mas-400-millones/6512592/#:~:text=V%C3%ADdeos-,El%20Mundial%20de%20baloncesto%2C%20un%20campeonato%20con%20un,de%20m%C3%A1s%20de%20400%20millones&text=Con%20la%20Selecci%C3%B3n%20espa%C3%B1ola%20ya,torneo%20crece%20cada%20cuatro%20a%C3%B1os.>
- Ley General de Cultura Física y Deporte (2013). Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 7 de junio de 2013. Última Reforma DOF 11-12-2019.
- López, P. (2020): "Las jornadas navideñas elevan la asistencia de a Liga Endesa un 10% en 2019-2020". En Palco23 10 de enero de 2020. Recuperado de <https://www.palco23.com/competiciones/las-jornadas-navidenas-elevan-la-asistencia-de-la-liga-endesa-un-10-en-2019-2020.html>

- Max-Neef M. (1993): “Desarrollo a escala humana. Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones”. Pp.57-59
- Martínez,R. (2016); “Baloncesto Made in China”. En ChinaHoy 5 de mayo de 2016. Recuperado http://spanish.chinatoday.com.cn/soc/societ/content/2016-05/05/content_720211.htm 2016-May-5
- Marx, K. (1867): “El capital. Crítica de la economía política”, Tomo 1. Pp. 179-190
- Marx, K. (1976): “El capital. El Proceso de Circulación del Capital”, Tomo 2. Pp. 398
- Méndez, J. (2009): “Fundamentos de Economía. Para la sociedad del conocimiento”. Pp. 10
- Ojeda, D. (2019); “El fichaje más controvertido de la ACB no es un jugador, sino una casa de apuestas”. En El Confidencial 21 de septiembre de 2019. Recuperado de https://www.elconfidencial.com/deportes/baloncesto/acb/2019-09-21/apuestas-patrocinio-liga-endesa-888sport_2244207/
- Pérez, I. (2014); “Los gobiernos están locos por el fútbol”. En El Economista 25 de mayo de 2014. Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/deportes/2014/05/25/gobiernos-estan-locos-futbol>
- Riccosa, S. (1990): Diccionario de Economía.
- Robles, J., Abad, M., Giménez, F. (noviembre de 2009): “Concepto, características, orientaciones y clasificaciones del deporte actual”. efdeportes.com. Recuperado el 11 de octubre de 2018 de <http://www.efdeportes.com/efd138/concepto-y-clasificaciones-del-deporte-actual.htm>
- Wikipedia. (2020): “EuroBasket”. Wikipedia. La enciclopedia libre. Recuperado el 1 de julio de 2020 de <https://es.wikipedia.org/wiki/EuroBasket#Resultados>
- Wikipedia. (2020): “Federación Internacional de Baloncesto”. Wikipedia. La enciclopedia libre. Recuperado el 22 de junio de 2020 de https://es.wikipedia.org/wiki/Federaci%C3%B3n_Internacional_de_Baloncesto#Eventos

