

2020 | RAISING OUR GAME

INFORME SOBRE EL FÚTBOL FEMENINO



Mejorar los estándares de la industria
para las futbolistas profesionales





Photo by: firo Sportphoto/ Ralf Ibing

ACERCA DE

ACERCA DE

El Informe de 2020 Raising Our Game proporciona una visión general de la industria del fútbol femenino a nivel mundial. Este documento parte del Informe Global del Empleo FIFPRO 2017 para el Fútbol Femenino, y tiene en cuenta los últimos acontecimientos de la industria que afectan al entorno de trabajo de las futbolistas profesionales de todo el mundo. La industria evoluciona de forma constante junto con sus reglamentos, normas, políticas, modelos comerciales y competitivos. Este informe proporciona la perspectiva de las jugadoras, así como de las principales partes interesadas, sobre las tendencias y pautas más recientes de crecimiento, las mejores prácticas, las políticas y los reglamentos relevantes para la sostenibilidad de la industria del fútbol profesional.

OBJETIVOS

El objetivo del presente informe es ayudar a los sindicatos, las jugadoras, los clubes, las ligas, las federaciones nacionales, las Confederaciones, la FIFA, los patrocinadores y las partes interesadas pertenecientes a los medios de comunicación a obtener una mejor visión del panorama en evolución del fútbol desde una perspectiva centrada en las jugadoras, y a la formulación de políticas clave para proteger sus derechos e intereses, que les permitan aprovechar oportunidades futuras y con ello promover una industria sostenible.

Este es el primer informe de su clase en presentar el crecimiento de la industria desde la perspectiva de las futbolistas de élite. FIFPRO espera seguir publicando estos informes, partiendo del presente informe 2020 como punto de referencia.

El Informe 2020 Raising Our Game ofrece una visión exhaustiva y orientación para:

PARTICIPAR

en debates transparentes sobre el modelado futuro de la industria profesional del fútbol.

CONTRIBUIR

a análisis y decisiones fácticos, basados en los hechos e impulsados por las jugadoras.

INFORMAR

a las instancias reguladoras de la industria, a figuras influyentes y medios de comunicación acerca de las necesidades y de los intereses fundamentales de las jugadoras dentro de un mercado de trabajo en cambio constante para las futbolistas profesionales.

IMPULSAR

el desarrollo de una política centrada en las jugadoras para proteger y salvaguardar los derechos e intereses de las profesionales que ocupan el lugar central de este deporte.

CONTENIDO

BIENVENIDA 6

1 RESUMEN EJECUTIVO 8

Principales Hallazgos y Recomendaciones	10
El Camino a Seguir	11
Plan del Fútbol Femenino 3+3	12

2 INTRODUCCIÓN 14

Antecedentes	16
Crecimiento de la Industria y Estándares Laborales	17
Jugadoras y Condiciones en el Fútbol	18
Marco de Investigación	20
Tendencias Globales que Impulsan nuestra Industria	22

3 CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL FÚTBOL PROFESIONAL FEMENINO 26

Asistencia a las Jornadas de Partido	30
Retransmisión y Visionado	38
Patrocinio	44

4 CONDICIONES PARA LAS JUGADORAS 50

Fútbol Club Profesional	52
Equipos Nacionales	62

5 VOZ DE LAS LAS JUGADORAS 70

Mensajes Clave de nuestra Encuesta 2019 de FIFPRO sobre el Fútbol Femenino	72
Activismo de las Jugadoras	73
Cronología del activismo reciente de las atletas femeninas	76
Popularidad de las Jugadoras	80
Organización y Negociación Colectiva	84
Las Futbolistas se Organizan en Sudamérica	88

6 LLAMADA A LA ACCIÓN 90

Establecer Estándares para las Condiciones Laborales de las Jugadoras	92
Estándares Laborales Mínimos a Nivel Global para el Fútbol Profesional	95
Estándares Globales para los Torneos Internacionales	99
Estatus Profesional de Jugadora	102

7 CONCLUSIONES 104

ANEXO 110

BIENVENIDA

El fútbol profesional femenino está evolucionando rápidamente, y el deporte emerge como una industria fuerte y viable. Aun así, muchas regiones todavía carecen de itinerarios para una carrera deportiva factible, y tampoco presentan las condiciones laborales adecuadas. El progreso económico de la industria debe verse acompañado por el desarrollo y la implementación de estándares laborales a nivel global que protejan los derechos y el bienestar de las jugadoras.

Las futbolistas tienen derecho a alcanzar su pleno potencial en el deporte, y este florecerá verdaderamente cuando ello se materialice. Las condiciones en que las futbolistas entrenan, realizan su trabajo y compiten, deben favorecer su bienestar físico y mental, promover sus aptitudes y proteger su integridad. Ha llegado el momento de dar prioridad a inversiones centradas en las jugadoras, y de asegurar que esta trayectoria de crecimiento no desvíe la atención sobre sus condiciones laborales.

El fútbol femenino no puede ir tras los pasos del fútbol masculino, ni posicionarse como su hermano menor. Debemos aprender de los retos y de las oportunidades que hemos visto desarrollarse en el conjunto de la industria del fútbol, y emplear ese conocimiento para contribuir a establecer las bases de un mercado laboral sostenible de forma global, basado en entornos de trabajo seguros y saludables.

RAISING OUR GAME

Las futbolistas ya no están dispuestas a seguir esperando. En todo el mundo, se están organizando y haciendo a la comunidad futbolística internacional cada vez más responsable por la consecución de mejores condiciones. Su llamada a la acción es alta y clara: trato

justo, trabajo digno, igualdad de oportunidades y mejora de la industria. Las futbolistas están ampliando su voz más allá del campo de juego, aprovechando su popularidad y visibilidad crecientes para sumar su lucha por los derechos laborales y de las mujeres a otros movimientos de justicia social.

La FIFA, las partes interesadas a nivel internacional, las federaciones nacionales, las ligas y los clubes, deben asumir la responsabilidad por el desarrollo y la aplicación de estándares laborales de alcance global. Seguir este camino exige un debate abierto, decisiones juiciosas y planes de acción comprometidos por todas las partes interesadas del fútbol profesional. Los empleadores, los sindicatos de futbolistas y los organizadores de las competiciones deben reforzar el contrato social que otorga a todos los participantes una parte justa del avance económico, respetando sus derechos y su contribución a la economía del fútbol. La negociación colectiva debe desempeñar un papel crucial en la gestión de los cambios, y las futbolistas deben ser consideradas socias igualitarias que poseen un interés compartido en el futuro de su deporte.

En FIFPRO, nos congratulamos por el tremendo nivel de participación de las jugadoras y de otras partes interesadas en esta investigación. Esperamos que nuestro informe Raising Our Game 2020 sirva como plataforma y documento de referencia para que nuestra industria participe con las jugadoras y con los sindicatos que las representan, con el fin de establecer relaciones más sólidas y dar forma a una industria sostenible e innovadora del fútbol profesional femenino.

Para obtener mayor información, visite [FIFPRO.org](https://www.fifpro.org)



Jonas Baer-Hoffman
Secretario General de FIFPRO



Amanda Vandervort
Encargada del Fútbol Femenino
de FIFPRO



Caroline Jönsson
Comité Ejecutivo de FIFPRO



QUEREMOS QUE LAS FUTBOLISTAS SEAN PROFESIONALES EN NUESTRO PAÍS. YA NO ES SOLO POR NOSOTRAS: TRABAJAMOS PARA LA PRÓXIMA GENERACIÓN, AL IGUAL QUE LA GENERACIÓN ANTERIOR TRABAJÓ PARA NOSOTRAS.

Sara Gama | Italia
Juventus FC Femenino

RESUMEN EJECUTIVO

1



RESUMEN EJECUTIVO

Si bien las tendencias globales modelan drásticamente los retos y las oportunidades de crecimiento actual y futuro del fútbol femenino, nuestros hallazgos sugieren que la búsqueda de crecimiento económico debe implicar la creación de empleo con una protección de los derechos básicos de las jugadoras y en condiciones adecuadas. Esto significa que el crecimiento actual del fútbol femenino requiere innovación e intervención para establecer las bases de una industria sostenible a largo plazo.

PRINCIPALES HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES

1 EL FÚTBOL FEMENINO DEMUESTRA SU VALOR

Si bien el fútbol femenino ha sido considerado durante mucho tiempo como un coste para la industria, de hecho es un activo de gran valor –para el deporte y la sociedad- que puede conducir a la industria en una dirección positiva y sostenible.

2 LA INDUSTRIA ESTÁ CRECIENDO

Existe mayor interés comercial en el fútbol femenino; las cifras de asistencia a las competiciones de liga y de la selección nacional emiten signos de un increíble potencial, el visionado de las retransmisiones va en aumento, y nuevos patrocinadores están surgiendo como colaboradores de alto nivel.

3 LA PROFESIONALIZACIÓN ESTÁ EN MARCHA

A nivel nacional, mayor número de ligas y de clubes se están formando y profesionalizando; otros se encuentran en evolución, y las competiciones de élite están adoptando nuevos modelos.

4 ES NECESARIO IMPLANTAR ESTÁNDARES GLOBALES PARA LAS CONDICIONES DE LAS FUTBOLISTAS

Condiciones laborales adversas continúan socavando el juego. Se requiere de acciones para establecer, implementar y hacer cumplir los estándares globales de la industria para las condiciones laborales en el fútbol femenino –tanto en los contratos laborales como en las competiciones internacionales- para proteger a las futbolistas y permitir el crecimiento justo, digno y estable de la industria.

EL CAMINO A SEGUIR

La tabla siguiente detalla los principales hallazgos del Informe 2020 Raising Our Game, así como nuestras recomendaciones. Ello incluye consideraciones tanto desde el nivel superior al inferior, como a la inversa, así como una reflexión acerca de los roles de partes interesadas externas a la hora de alcanzar una visión colectiva para una industria del fútbol femenino sólida, vibrante y duradera.

ESTADO ACTUAL DEL FÚTBOL FEMENINO	→	RECOMENDACIONES
Con la ausencia de estándares globales aplicables a las condiciones laborales de las trabajadoras, quedan sujetas a toda una variedad de condiciones laborales adversas. Esta situación levanta una barrera para el crecimiento de la industria.	→	Establecer un conjunto de estándares básicos para las condiciones laborales de las futbolistas profesionales (tanto a nivel de club como de selección nacional), donde se reconozcan sus derechos fundamentales como trabajadoras y se invierta en ámbitos que mejoren su deporte.
Las futbolistas no tienen la oportunidad de ser escuchadas ni de desempeñar su papel en el desarrollo de su industria.	→	Sentar las bases del camino a seguir mediante la negociación colectiva. Desarrollar mayores oportunidades para que las jugadoras avancen hacia funciones expertas y de liderazgo dentro de la industria.
Si bien es cierto que las puertas del fútbol están comenzando a abrirse para las mujeres, la profesionalización del fútbol femenino todavía afronta los efectos de décadas de exclusión e inversión insuficiente.	→	La inversión económica no es suficiente. El deporte femenino requiere una visión común que unifique estrategias nacionales e implemente intervenciones reguladoras para alcanzar un crecimiento y un empleo sostenibles.
Escasez de ligas competitivas, falta de partidos, temporadas breves, grandes disparidades entre los equipos de élite y el resto, y mercados vacíos: todos estos factores limitan la oportunidad de desarrollo de las jugadoras y de la inversión comercial.	→	Implementar nuevos, innovadores y atractivos diseños de competición, con un equilibrio entre los equipos nacionales y de clubes para que las jugadoras no tengan que acumular ligas, clubes y torneos con tal de completar la temporada.
Existe un interés creciente en el consumo y el patrocinio del fútbol femenino. No obstante, las oportunidades comerciales todavía no se han materializado y, por consiguiente, actualmente no se han hecho efectivas.	→	Identificar soluciones para medir el valor del fútbol femenino y desarrollar un mapa de ruta a largo plazo para el éxito. Impulsar el crecimiento y la creación de oportunidades mediante innovación e inversiones a largo plazo.

PLAN DEL FÚTBOL FEMENINO 3+3

El Plan de FIFPRO 3+3 para el fútbol femenino proporciona orientación para llevar a cabo acciones que impulsen la profesionalización sostenible del fútbol femenino. Las acciones estratégicas se refuerzan mutuamente y encajan en la visión de las jugadoras sobre lo que se requiere para permitir a las actuales y futuras generaciones del fútbol femenino alcanzar su próximo nivel de juego y contribuir al desarrollo general de su deporte a nivel profesional.

RECOMENDACIONES PARA LAS PARTES INTERESADAS DEL FÚTBOL

VISIÓN Y LIDERAZGO

El fútbol femenino representa uno de los ámbitos más significativos de crecimiento potencial para el fútbol profesional. El cambio en las dinámicas de consumo continuará impulsando el crecimiento de este deporte. La industria del fútbol profesional debe desarrollar una visión común que proporcione un camino definitivo para la evolución sostenible del deporte. Desarrollar esta visión conjunta exigirá un liderazgo excepcional a todos los niveles en la industria del fútbol, que incluye una cifra creciente de mujeres profesionales. Asimismo, recomendamos que patrocinadores, radiodifusores y terceras partes contribuyan a esta nueva visión del fútbol femenino, garantizando que se extienda mucho más allá de la expectación que despierta un torneo concreto o una actividad de renombre.

ESTRUCTURAS DE COMPETICIÓN

Las futbolistas profesionales necesitan estructuras de competición que les permitan desarrollar su talento, equilibrar sus compromisos entre el club y las competiciones nacionales, y rendir al máximo de sus capacidades en todo momento. Las actuales estructuras de competición son insuficientes para elevar a las jugadoras a su máximo desempeño. Se requiere la creación de formatos innovadores de competición para fortalecer el panorama futbolístico de los clubes en general, tanto a nivel nacional como internacional. Ligas y torneos más competitivos y notables serán también más significativos no solo para las jugadoras, sino también para la afición, los patrocinadores y los radiodifusores.

ESTRATEGIAS DE INVERSIÓN

La implementación de nuestra visión común y el diseño de nuevas estructuras requerirán inversión, incluyendo capital humano, capacidad organizativa y recursos económicos. Las estructuras actuales del personal en el fútbol femenino son insuficientes para dar apoyo al actual aumento de interés en torno al fútbol femenino y para implementar estrategias de crecimiento. Debe introducirse un plan de inversión estratégico, basado en prioridades y en indicadores clave de rendimiento (KPI, por sus siglas en inglés). El desarrollo de nuevos modelos de ingresos para las competiciones requerirá considerables aportaciones económicas. Si bien inicialmente dichas aportaciones podrían considerarse como costes, representan juiciosas inversiones para el futuro.

REQUISITOS PARA EL FÚTBOL PROFESIONAL

ESTÁNDARES LABORALES MÍNIMOS A NIVEL GLOBAL PARA EL FÚTBOL PROFESIONAL

El fútbol profesional femenino está sujeto a una gama de condiciones laborales adversas que repercuten negativamente sobre el desempeño deportivo de las jugadoras, plantean obstáculos directos al desarrollo de su potencial o las obliga a abandonar el deporte prematuramente. Como tales, estas condiciones no solo infringen los derechos básicos de las jugadoras, sino que además obstaculizan el crecimiento de la industria. No resultan perjudiciales únicamente para las jugadoras, sino también para las federaciones, las ligas y los clubes por igual. Para proteger las condiciones laborales de las futbolistas, la legislación y la normativa nacional en materia de empleo debe seguirse de un conjunto de estándares básicos para las condiciones de trabajo de las futbolistas profesionales, establecidos por la industria del fútbol. Hacer cumplir estos estándares laborales es esencial para la creación de entornos adecuados de entrenamiento y competición que favorezcan el mejor desempeño de las futbolistas; para garantizar que las jugadoras obtengan trabajos dignos, estables y seguros en la industria del fútbol; y para que la industria alcance su potencial y florezca de manera sostenible. FIFPRO y los sindicatos nacionales de futbolistas continuarán defendiendo estas condiciones básicas de trabajo para las futbolistas, llegando a los tribunales si es necesario.

ESTÁNDARES GLOBALES PARA LOS TORNEOS INTERNACIONALES

Si bien las condiciones básicas deben aplicarse a todos los futbolistas profesionales, un conjunto aparte de condiciones son aplicables a quienes participan en competiciones globales de élite, como los torneos internacionales y continentales, tanto a nivel de club como de selección nacional. Los organizadores de la competición tienen el deber de garantizar que las condiciones de juego de sus respectivas competiciones alcancen el mismo estándar de élite para todas las participantes, y por consiguiente es fundamental establecer estándares globales para las condiciones de las jugadoras en los torneos internacionales. Se trata de garantizar que todas las futbolistas que compiten en torneos internacionales sobre los principales escenarios mundiales puedan alcanzar su mejor desempeño. Establecer estándares globales para un conjunto específico de condiciones en los principales torneos futbolísticos significa proveer condiciones justas y equitativas en todos los niveles del juego. FIFPRO insta a la FIFA, las confederaciones y las federaciones nacionales a implementar un estándar universal para las condiciones de juego en los torneos internacionales.

OPORTUNIDADES PARA LAS JUGADORAS

Las futbolistas deben tener la oportunidad de introducirse y permanecer en el fútbol profesional como una opción viable de carrera. Esto significa garantizar mercados laborales estables que creen las posibilidades de seguridad y longevidad en la industria para las jugadoras. Desde los niveles inferiores a los superiores, el deporte necesita también más oportunidades para desarrollar el juego de las jóvenes que conforman su base y establecer vías para que desarrollen su talento, sobresalgan y permanezcan en el deporte. Ello implica el acceso a programas de desarrollo de talentos y a academias de élite. Únicamente con acceso a entornos de entrenamiento de primer nivel podemos esperar que las jugadoras desarrollen las destrezas destacables para alzar el estándar de juego y convertirse en las estrellas del mañana. Una vez que las jugadoras alcanzan el estatus profesional, deben tener la garantía de un entorno de trabajo seguro y estable.

INTRODUCCIÓN

2



Photo by: Ding Xu Xinhua / eyevine

INTRODUCCIÓN

La industria del fútbol femenino está experimentando un tremendo crecimiento. Los equipos nacionales están demostrando ser impulsores clave para el deporte femenino de élite. El público cada vez observa con mayor atención a las atletas de primera clase que compiten en la Copa Mundial Femenina de la FIFA y en los Juegos Olímpicos, así como en las competiciones regionales, incluyendo el Campeonato Europeo de la UEFA y la Copa América de CONMEBOL. De manera simultánea, el fútbol de clubes femenino a nivel profesional ha ido avanzando hacia el lanzamiento de mayor número de ligas nacionales, mientras que en otros casos se adquiere mayor competitividad y visibilidad en todos los ámbitos. Para que este crecimiento continúe, el fútbol femenino debe seguir profesionalizándose, y es esencial que las condiciones laborales que reciben las jugadoras estén a la altura de sus expectativas de rendimiento, de sus ambiciones y del potencial de su deporte.

ANTECEDENTES

En el año 2017, FIFPRO llevó a cabo la primera encuesta realizada a nivel global entre las futbolistas de élite de todo el mundo, que dio lugar a la publicación del primer informe global sobre el empleo y las condiciones laborales en el fútbol femenino. Dicho informe reveló las condiciones de trabajo de más de 3.000 futbolistas. Los hallazgos han destacado los retos de un sector profesional muy exiguo, que muestra la lucha de muchas mujeres por labrarse una carrera sostenible como futbolistas profesionales. Más del 90% de las futbolistas manifestó estar considerando el abandono prematuro de su deporte. Sus respuestas mostraron que el mayor obstáculo para el desarrollo del deporte y de las mujeres que lo integran es que muchas de las mejores futbolistas no tienen estatus profesional y no pueden dedicarse plenamente a esta profesión.

Nuestras recomendaciones en 2017 sugerían que el crecimiento del fútbol femenino y la creación de empleos estables y dignos para las futbolistas requerirán que las partes interesadas de todos los sectores y regiones, desde el nivel global a los niveles nacional y local, dieran un paso adelante. Ello implica el desarrollo y la implementación de un modelo para el fútbol femenino que proporcione perspectivas reales de carrera a través de un mercado laboral sostenible a nivel profesional. Las cuestiones que se plantean son cómo desarrollar tal modelo, y qué forma debería adoptar.

Sabemos que el fútbol femenino no puede ir tras los pasos del fútbol masculino, ni posicionarse como hermano menor.

Ello requerirá un modelo único, que incluya el compromiso de potenciar las fortalezas actuales, equilibrándolas con los potenciales futuros para el juego de los equipos nacionales y las competiciones de clubes del fútbol femenino.

A su vez, FIFPRO ha emprendido esta nueva investigación, para ampliar el informe global, asumiendo un enfoque holístico sobre el crecimiento económico y social del fútbol profesional femenino. El objetivo es apoyar a las jugadoras, los sindicatos y otras partes interesadas del ámbito futbolístico a pasar a la acción y determinar el mejor modo de nutrir y sustentar carreras dignas y meritorias para las jugadoras, en el seno de un marco de trabajo equitativamente justo para el conjunto del fútbol.



Photo by: Cole Burston

CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA Y ESTÁNDARES LABORALES

Women's football is professionalising and growing. Investors are starting to seize the economic opportunities and the women's game is gaining a foothold in the market. The potential of the game is making headlines. Yet little research to date has examined how this growth, accompanied by the current industry developments and expectations put on players to perform, is impacting the working environments and wellbeing of female players.

En este informe, examinamos la industria del fútbol femenino y reivindicamos que existe la necesidad urgente de emprender la acción para establecer estándares laborales a nivel global para el fútbol femenino.

En la economía globalizada de la actualidad, los estándares laborales a nivel internacional son mecanismos esenciales para garantizar que el crecimiento de la economía global produzca beneficios para todos. Se reconoce ampliamente que la búsqueda de crecimiento económico mediante la creación de empleo y generación de ingresos debe equilibrarse con la protección de los derechos básicos de los trabajadores. Si bien el deporte suele asumir un carácter excepcional en la economía y en la política a nivel global, de hecho no es caso aparte. La instauración y el cumplimiento de los estándares laborales son tan relevantes en la industria del fútbol como en cualquier

otra, y son también un elemento esencial para asegurar que el crecimiento de la economía del fútbol a nivel global produzca beneficios para todos.

Lo que los fundadores de la OIT reconocieron en 1919 fue que la economía mundial necesitaba normas claras para garantizar que el progreso económico fuera de la mano de la justicia social, la prosperidad y la paz para todos. Este principio no ha perdido ni un ápice de su relevancia.

Organización Internacional del Trabajo (OIT), 2019

JUGADORAS Y CONDICIONES EN EL FÚTBOL

Si bien se presta cada vez mayor atención al valor económico del fútbol femenino como producto, el presente informe examina el modo en que la futbolista y sus condiciones de trabajo son valoradas en este contexto de expansión de la industria.

Los inversores y patrocinadores están comenzando a responder al valor creciente otorgado al fútbol femenino. Pero la inversión económica en este deporte y su crecimiento económico no significa necesariamente mejores o adecuadas condiciones para las jugadoras, ni ello se traduce de forma automática en un mejor juego.

Como industria, el fútbol masculino ha demostrado claramente que la expansión económica sin una intervención y una reglamentación adecuadas no basta. El Informe Global sobre el Empleo 2016 de FIFPRO para el fútbol masculino reveló que con la expansión de la industria, la explotación de los jugadores ha seguido produciéndose, y en algunos países ha empeorado. La negación de contratos adecuados, el retraso en los pagos, las instalaciones inadecuadas, las restricciones a la libre circulación de los jugadores, y la discriminación, representan algunos de los numerosos retos que afrontan los jugadores. Además, a medida que más jugadores son comercializados y vendidos, y valorados más estrechamente a través de las lentes del mercado, la lucha por reivindicar el valor de sus derechos como trabajadores y sus derechos humanos básicos continúa siendo una tarea formidable.

Con el fútbol femenino en sus etapas iniciales de crecimiento global, existe la oportunidad de avanzar en estas cuestiones principales o incluso de superarlas, para crear un entorno de trabajo donde las jugadoras dejen de ser explotadas, donde sus derechos sean valorados, y donde sean respetadas. Igualmente, es importante reconocer que, en muchos países, las futbolistas tienen probabilidad de afrontar una lucha más intensa que la de sus colegas masculinos: luchan tanto por los derechos de las jugadoras como por los derechos de las mujeres. Esta última lucha dificulta el logro de la primera.

A medida que evoluciona el fútbol femenino, llega el momento de considerar cómo priorizar las inquietudes de las jugadoras.

Los derechos, intereses y bienestar de las jugadoras deben salvaguardarse adecuadamente durante este importante periodo de desarrollo de la industria. FIFPRO mantiene que, a fin de crear una base perdurable para la profesionalización del juego, debe establecerse un conjunto de estándares laborales a nivel global referentes a las condiciones laborales de las futbolistas.

NO SIEMPRE SE TRATA DE DINERO... SE TRATA DE ACTITUD Y DE RESPETO.

Ada Hegerberg | Noruega
Olympique Lyonnais Femenino

BBC Sport (mayo de 2019)



Photo by: Emilio Andreoli/Getty Images

MARCO DE INVESTIGACIÓN

Para examinar exhaustivamente el estado actual del fútbol femenino, se emprendió la investigación con el objetivo de presentar un análisis situacional. Ello implicó identificar los hechos y las cifras en los niveles nacional, continental y mundial. El análisis situacional comienza presentando un análisis de los aspectos económicos de la industria del fútbol femenino, y a continuación informa sobre las cuestiones clave en torno a las condiciones laborales de las jugadoras.

ESTRUCTURA DEL INFORME

La investigación se basa en un análisis prospectivo que pretende comprender la relación entre el entorno económico y las condiciones laborales de las jugadoras, seguido por una recomendación sobre el curso de acción a seguir.

El estado del deporte se analiza con un foco preciso sobre las condiciones laborales y el entorno económico del fútbol femenino. La relación y la dependencia entre las condiciones laborales de las jugadoras y el entorno económico general de la industria constituyen la piedra angular de todo desarrollo futuro desde la perspectiva de las futbolistas.



CONDICIONES LABORALES

¿Cuál es la situación actual de las condiciones laborales de las jugadoras? ¿Cuáles son los principales problemas y retos que afrontan? ¿Qué importancia clave tienen las condiciones laborales de las jugadoras para la profesionalización de su deporte?



ENTORNO ECONÓMICO

¿Cuál es el estado actual de la economía del fútbol femenino? ¿De qué modo el crecimiento económico impulsa su profesionalización? ¿Qué tipos de inversiones, recursos y normativas se necesitan?

Pregunta de referencia: ¿Cómo deben tenerse en cuenta las condiciones laborales de las jugadoras dentro del panorama económico, para que la industria del fútbol estimule y desarrolle estratégicamente una senda de crecimiento sostenible?



ENCUESTA A LAS JUGADORAS

La Encuesta 2019 de FIFPRO para el fútbol femenino fue realizada entre jugadoras de las selecciones nacionales de países que se calificaron para la Copa Mundial Femenina 2019 de la FIFA, incluyendo también algunas otras naciones. En total, **participaron en la encuesta 186 jugadoras de 18 países**. Representando a las principales futbolistas del mundo, estas jugadoras proporcionaron sus perspectivas sobre las condiciones laborales y la profesionalización actual de su deporte.



ENCUESTA A LAS PARTES INTERESADAS

Hemos solicitado información a las **24 federaciones nacionales de fútbol** participantes en la Copa Mundial Femenina 2019 de la FIFA y, en algunos casos, también se solicitó información a la liga femenina de primera división o a un conjunto de clubes nacionales de un país determinado. Igualmente, se solicitó la recopilación de datos a las seis Confederaciones de la FIFA (UEFA, AFC, CAF, CONCACAF, CONMEBOL y OFC), en su calidad de organismos rectores, debido a sus funciones centrales en el fútbol internacional y de clubes.

RECOGIDA DE DATOS Y METODOLOGÍA

Para poder representar una imagen realista del fútbol femenino a escala global, se recopilaron datos procedentes de diversas fuentes y mediante distintos métodos, incluyendo una encuesta a las jugadoras, encuestas a las partes interesadas, entrevistas con directivos y expertos, así como una investigación secundaria que se centró en estudios existentes de liderazgo intelectual en relación con el fútbol femenino. Los hallazgos principales derivados de anteriores estudios realizados por FIFPRO proporcionaron también una valiosa aportación al debate sobre el fútbol femenino actual. El recurso a múltiples fuentes contribuyó a corroborar los mismos elementos fácticos.

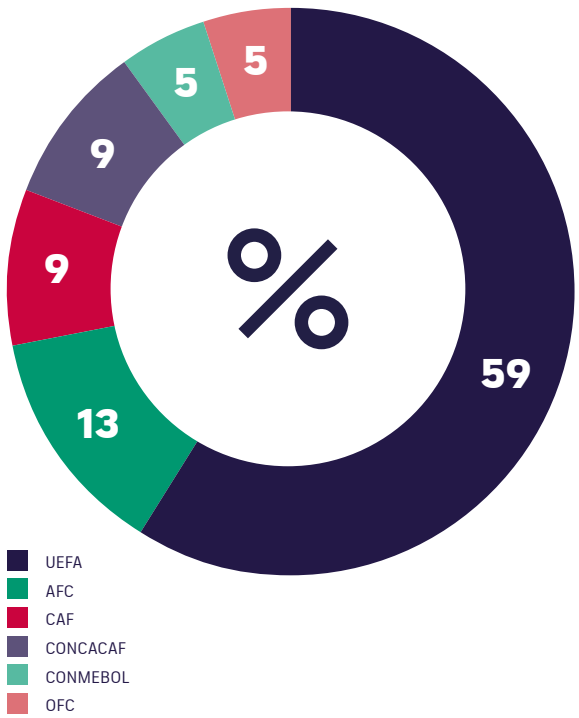
ENCUESTAS: Los países que se calificaron para la Copa Mundial Femenina 2019 de la FIFA, disputada en Francia, fueron el principal grupo objetivo de nuestras encuestas. Se seleccionaron también algunos países adicionales, en base al desarrollo del fútbol femenino en los mismos.

Hemos recibido valiosos datos e información de dos tercios de los países con que nos pusimos en contacto a través de la encuesta a las partes interesadas, mientras que cuatro de seis confederaciones continentales proporcionaron también respuestas detalladas, otorgando a este análisis una confiable cobertura global.

Dada la relativamente elevada concentración de naciones desarrolladas en el mundo futbolístico, no sorprende que la mayoría de las respuestas procediera de Europa. No obstante, también tienen representación otros importantes países de la escena del fútbol femenino, no participantes en la UEFA.

La investigación secundaria se utilizó para complementar los hallazgos. Los documentos oficiales de la FIFA, artículos sobre acuerdos confirmados a nivel

FIGURE 1. COMPOSITION OF STAKEHOLDER SURVEY RESPONDENTS BY CONFEDERATION



comercial y con los medios, estudios sobre las condiciones laborales de las jugadoras y diversas bases estadísticas de datos son solo algunos ejemplos de las fuentes secundarias empleadas en esta investigación.

Finalmente, cabe señalar que la investigación se finalizó tras concluir la Copa Mundial Femenina 2019 de la FIFA, en julio de 2019.

TENDENCIAS GLOBALES QUE IMPULSAN NUESTRA INDUSTRIA

Los cambios en el panorama global han transformado profundamente el mundo del deporte: el cambio tecnológico y el desarrollo de la economía digital, el crecimiento demográfico, la globalización del comercio, el alza en las tasas de actividad física de las mujeres, los cambios en la demanda, las aspiraciones individuales, y mucho más.

Para analizar los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que crean nuevas oportunidades o que generan obstáculos para el desarrollo del fútbol profesional femenino, hemos aplicado un modelo analítico PEST (político, económico, sociocultural y tecnológico). El objetivo de este modelo es identificar las tendencias globales clave que están modelando nuestro mundo actual e impulsando el desarrollo del fútbol femenino.

Mediante este ejercicio, hemos identificado cuatro importantes tendencias globales: cambio en las dinámicas de consumo; igualdad de género en el deporte; internacionalización; y nuevas tecnologías. En esta sección, revisamos brevemente cada tendencia y sus implicaciones para el fútbol femenino.



CAMBIO EN LAS DINÁMICAS DE CONSUMO



TENDENCIA GLOBAL

El cambio en las dinámicas de consumo hace referencia a las cambiantes preferencias y al comportamiento del mercado. Con frecuencia, ello va asociado a la mayor capacidad de gasto y de accesibilidad. El rápido desarrollo económico de los denominados ‘países emergentes’ está motivando una considerable expansión de la clase media en todo el mundo. Al mismo tiempo, la aportación de las mujeres a la economía global ha ido aumentando en todo el mundo, y actualmente se estima cercana a los 18 billones de dólares. Además de los cambios en la composición y en el poder adquisitivo de los consumidores, las expectativas y los gustos están cambiando. En conjunto, los consumidores son más diversos e influyentes y están más interconectados digitalmente que nunca.

IMPACTO SOBRE EL FÚTBOL FEMENINO

Actualmente, el fútbol es uno de los principales productos de entretenimiento en directo. A medida que mayor número de personas tiene más tiempo y dinero para destinar al entretenimiento, el fútbol femenino puede resultar favorecido, pues tiene numerosas oportunidades de generar ingresos por la venta de derechos anteriormente no explotados. Estos abarcan desde los derechos de denominación de los estadios, a los principales espacios de patrocinio en las camisetas. La reciente afluencia de compañías de prestigio como colaboradoras en diversos clubes y ligas (como los acuerdos alcanzados con Avon, Barclays, Visa, etc.), refleja la respuesta de los patrocinadores a estas oportunidades. Sin embargo, la intensa competencia por la atención de los consumidores implica que el fútbol femenino debe hallar modos creativos de comercializarse.



IGUALDAD DE GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS EN EL DEPORTE



TENDENCIA GLOBAL

Con los cambios graduales en la percepción del público y los cambios subsiguientes en la política y la legislación en el ámbito de la igualdad de género y los derechos humanos, la participación femenina y su compromiso con el deporte, particularmente en el fútbol, ha ido en ascenso. La atención a los derechos humanos en el seno del deporte aumenta constantemente, y las federaciones deportivas a nivel nacional e internacional establecen cada vez más prácticas y políticas en ese ámbito. Al mismo tiempo, la presión social sobre las federaciones deportivas, las compañías y las entidades públicas para ‘hacer lo correcto’ es creciente. Debido a su exposición y visibilidad, el sector de los deportes se encuentra en una posición única para ocupar la primera línea que instigue el cambio.

IMPACTO SOBRE EL FÚTBOL FEMENINO

La lucha por la igualdad y la inclusión en el deporte comienza sobre el campo de juego, con las jugadoras como protagonistas de su deporte. Las futbolistas profesionales seguirán luchando por la igualdad a nivel nacional e internacional, especialmente en lo que respecta a las condiciones laborales y de juego. Las demandas contra clubes, ligas y federaciones quedan destacadas por recientes casos de litigio en el fútbol profesional femenino, y la necesidad de mejora se expresará mediante la representación colectiva de las atletas y por el activismo individual. El fútbol femenino se encuentra en una posición excelente para servir como plataforma de defensa de valores positivos y de los derechos humanos vinculados a ellos.



INTERNACIONALIZACIÓN



TENDENCIA GLOBAL

Nuestro mundo está interconectándose más que nunca gracias a la transferencia y a los movimientos transfronterizos de capital, personas, datos, bienes y servicios. Existe una tendencia creciente por parte de las instituciones a operar cruzando fronteras nacionales; los productos y servicios son cada vez más adaptables a todos los contextos; el perfeccionamiento en infraestructuras de transportes y telecomunicaciones ha permitido mejoras en la conectividad. Mediante formatos internacionales y con la liberalización del mercado laboral, el entretenimiento se ha situado al frente de este proceso. Más importante aún, las audiencias de los principales formatos se miden ahora a escala global antes que local, trascendiendo fronteras, creencias y nacionalidades.

IMPACTO SOBRE EL FÚTBOL FEMENINO

La internacionalización impulsa el desarrollo de la industria del fútbol profesional y sus modelos comerciales y competitivos en el extremo superior del juego. En el fútbol femenino, estos efectos se evidencian, por ejemplo, con la entrada en escena de prominentes clubes masculinos que operan en mercados internacionales, como el Manchester City FC, el Juventus FC y el Real Madrid. La introducción oficial en 2018 de las futbolistas en el Sistema de Correlación de Transferencias de la FIFA (STC) para el juego internacional refleja también la importancia creciente del seguimiento y rastreo de los movimientos transfronterizos de las jugadoras. Sin embargo, con ello, proteger los derechos laborales de las jugadoras se torna también más acuciante que nunca. Además, la internacionalización del deporte sin un aumento de la base del juego profesional conlleva el riesgo de conducir a un campo de inversión muy limitado.



DIGITALIZACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS



TENDENCIA GLOBAL

La digitalización y las nuevas tecnologías están haciendo que la información adopte una forma digital. Este proceso repercute en todos los ámbitos de nuestra economía, y es impulsado por la convergencia de los medios sociales, móviles, el big data y la demanda del consumidor al acceso instantáneo. Nuevas soluciones y aplicaciones tecnológicas están transformando rápidamente diversos mercados y productos; en este sentido, la industria del entretenimiento (incluyendo los deportes profesionales) no es una excepción. Con la aparición de estas tecnologías, se ponen en tela de juicio los modos tradicionales y contrastados de gestionar negocios.

IMPACTO SOBRE EL FÚTBOL FEMENINO

Las partes interesadas del deporte han comenzado ya a crear experiencias y contenidos únicos para su base de aficionados. En el fútbol femenino, la aparición de diversos nuevos medios y modos de radiodifusión brinda oportunidades para que este deporte mejore su visibilidad y llegue a nuevas audiencias. El análisis de datos prevalece en la mayoría de los deportes, con usos más sofisticados y detallados que nunca. El análisis científico puede estimular el rendimiento deportivo. No obstante, tales avances también pueden plantear riesgos para los derechos y el bienestar de las jugadoras, que deben quedar protegidas en los procesos de digitalización.

LIDERAZGO INTELECTUAL LA TRAYECTORIA DEL DEPORTE DESCRIBE UNA CURVA ALCISTA IMPARABLE

El año pasado podría considerarse un punto de inflexión para las fortunas comerciales del fútbol femenino de élite. Un cúmulo de inversiones considerables, encabezadas por Barclays, Visa y MasterCard, fueron seguidas por otras destacadas marcas tales como Budweiser, Mars, Standard Chartered y Dove, entre otras. Estas inversiones demuestran claramente que la trayectoria para este deporte describe una curva alcista imparables. Las razones para esta situación son complejas, pero merecen su evaluación.

El axioma central en el deporte es que el talento sigue al dinero, los ojos siguen al talento y el dinero sigue a los ojos. La clave para mejorar los estándares en todo deporte es proporcionar al talento el tiempo, la oportunidad y la orientación para alcanzar la excelencia. A medida que mejoran los estándares, crece la audiencia y el interés. Esto crea a su vez las condiciones para suscitar interés entre los medios de comunicación. Allí donde aumentan las audiencias en los medios, el patrocinio no tarda en florecer. Existen razones para creer que el fútbol femenino se aproxima a ese punto clave.

El fútbol femenino ofrece una excelente metáfora para los problemas de diversidad e inclusión, que han pasado a ocupar un lugar central en las agendas de las compañías más modernas y es también una cuestión central para los consumidores. El fútbol femenino ha afrontado una lucha histórica contra el prejuicio, y proporciona una clave precisa para la creciente creencia en el empoderamiento de las mujeres y en su derecho a participar en aquellos ámbitos de la sociedad considerados del dominio masculino. Igualmente, es obvio que los consumidores desean que sus marcas destaquen por algo, y la igualdad, la diversidad y la inclusión se situarían entre los primeros puestos en toda lista de causas que el público considera deseable. Este enfoque basado en los valores es un avance fascinante y ofrece el primer ejemplo de un deporte que genera este tipo

de inversión patrocinadora al frente de una proposición cuantitativa plenamente evolucionada y basada en la audiencia. No cabe duda de que, a nivel de club, el fútbol femenino todavía tiene que jugar al empate con las divergencias en el estándar que afectan a la credibilidad, aunque eso está cambiando. La Liga de Campeones Femenina de la UEFA y las competiciones nacionales todavía tienen un amplio potencial de crecimiento y de mejores inversiones. El ámbito donde la receta está casi completa son las competiciones selectas, donde los estándares son elevados, la competencia es intensa y las propuestas comerciales existen ya, respaldadas por fuertes sumas de dinero, por impecables plataformas de radiodifusión y por un alcance genuinamente global. Existe también un prometedor horizonte de eventos que pueden acelerar realmente el fútbol femenino, como los Juegos Olímpicos, las Copas Mundiales y la competición europea que se disputará en Inglaterra. Todos estos eventos contarán con plataformas terrestres de radiodifusión. Por lo tanto, existen sólidas razones para que las grandes marcas inviertan y aprovechen la influencia del fútbol femenino, especialmente mientras los niveles del coste de entrada se mantengan sumamente competitivos, las jugadoras no se vean afectadas por ello y estén libres de los escollos que representan las RP, las comunicaciones y el acceso a protocolos, que están asfixiando el fútbol masculino.

Por Phil Carling, Director General de Fútbol para Octagon a nivel mundial.

Octagon es el brazo global de marketing de contenido deportivo y de entretenimiento de IPG, y actual Agencia de la Industria del Deporte del año.

octagon

LIDERAZGO INTELECTUAL IMPACTO TRANSFORMADOR DE LOS DERECHOS HUMANOS EN EL DEPORTE

En la actualidad, asistimos a un movimiento significativo en torno a la integración de los derechos humanos en el deporte. A medida que los atletas, entrenadores, seguidores, activistas de los derechos humanos y otras partes interesadas continúan denunciando la discriminación, la violencia y las injusticias, la notoriedad de los derechos humanos en el deporte nunca ha sido más elevada.

Las atletas han representado una tremenda fuente de liderazgo en este movimiento, impulsando la igualdad de género y denunciando la discriminación por motivos de género en todos los deportes, tal como siempre han venido haciendo. Pero en tan solo un par de años, hemos presenciado un extraordinario efecto catalizador con las mujeres del fútbol, del hockey sobre hielo y del baloncesto (entre otros deportes), exigiendo que se reconozcan sus derechos como atletas, como mujeres, como trabajadoras y como aficionadas.

Las futbolistas han desempeñado un papel principal para generar este impulso: desde la demanda presentada contra la FIFA en 2015, basada en discriminación de género por tener que jugar sobre césped artificial en la Copa Mundial Femenina, a las constantes demandas de igualdad de trato, mejora de oportunidades y condiciones en las federaciones nacionales e internacionales, pasando por las valientes voces que han llamado especialmente la atención sobre los casos de discriminación y, más terrible aún, de violencia de género y abuso en las federaciones nacionales. En respuesta a ello, el organismo rector del fútbol a nivel mundial ha emprendido medidas importantes para dar prioridad a los derechos humanos en la agenda global y para implementar estándares en el conjunto de sus operaciones. El 'Informe Ruggie', ('For the Game, For the World: FIFA and Human Rights', publicado como informe independiente en 2015 por John Ruggie, de

la Universidad de Harvard, se basa en los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos ("UNGP") y establece recomendaciones para que la FIFA integre los derechos humanos en el conjunto de sus operaciones a nivel global. Este informe representa un hito en el movimiento. Posteriormente, en abril de 2016, la FIFA introdujo un compromiso con los derechos humanos y la igualdad de género en la revisión de sus estatutos, y en mayo de 2017 publicó su relevante Política de Derechos Humanos.

Los organismos deportivos que han adoptado los UNGP, los están aplicando ya en la gobernanza cotidiana del deporte y en los grandes eventos deportivos. La tarea de comprender cómo aplicar los UNGP en nuevos contextos deportivos requiere igualmente orientación. Para asistir en este importante trabajo, organizaciones como la FIFA cuentan con personal interno dedicado expresamente a los derechos humanos, así como con un Consejo Asesor sobre Derechos Humanos, que les aconseja en esta compleja misión. El Centro para el Deporte y los Derechos Humanos desempeña un importante papel en esta tarea, pues reúne a las partes interesadas en los derechos humanos en torno a las cuestiones fundamentales en este ámbito para el deporte, difunde información sobre mejores prácticas, desarrolla capacidades mediante herramientas para asistir a los organismos deportivos en la decisiva tarea de incorporar el respeto por los derechos humanos, y protege a los participantes del deporte y sus eventos. Clave para esta labor es garantizar que quienes están en el centro del deporte —sus atletas—, sean respetados y protegidos.

Por Mary Harvey, Directora Centro para el Deporte y los Derechos Humanos; campeona de la Copa Mundial de la FIFA 1991 (EE.UU.), y medalla de Oro en los Juegos Olímpicos de 1996



El Centro para el Deporte y los Derechos Humanos es una organización defensora de los derechos humanos en el mundo del deporte.

CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL FÚTBOL PROFESIONAL FEMENINO

3



Photo by: Michael Zemanek/BPI/REX

CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL FÚTBOL PROFESIONAL FEMENINO

Las últimas décadas han presenciado el aumento excepcional del fútbol profesional. Impulsados por la globalización y las nuevas tecnologías, los principales clubes y competiciones futbolísticas han ampliado su base de seguidores y han transformado sus modelos de negocio. El atractivo de este deporte ha captado la atención de patrocinadores de alto nivel y de nuevos inversores, mientras que el valor en los medios de comunicación de las principales competiciones se ha incrementado.

No obstante, esta expansión de la industria ha excluido en gran medida a las futbolistas. Pero esta dinámica está cambiando, y el fútbol femenino está comenzando a captar mayores inversiones e interés. En la actualidad, signos alentadores apuntan al valor creciente del fútbol femenino a nivel global.

Actualmente, más de tres cuartas partes de los participantes en nuestra Encuesta 2019 de FIFPRO para las partes interesadas (incluyendo confederaciones, federaciones y ligas) afirma creer que las oportunidades comerciales del fútbol femenino seguirán mejorando, y que los ingresos también se incrementarán significativamente.

EVALUACIÓN DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO

Con el fin de examinar exhaustivamente el crecimiento y el estado actual del fútbol femenino, FIFPRO ha trabajado con socios en la investigación para evaluar el panorama de la industria en los niveles nacional, continental y mundial.

Por lo general, a la hora de evaluar el crecimiento económico y el valor financiero en la industria del fútbol, se examinan las tres fuentes de ingresos siguientes: jornada del partido, retransmisión, y publicidad. Este enfoque de dividir los ingresos en estas tres categorías refleja el marco convencional en el cual los clubes de fútbol y entidades deportivas similares suelen presentar sus cifras económicas en sus respectivos estados financieros.

Siguen algunos obstáculos que limitaron la amplitud y el rango de los datos que pudieron recopilarse:

- En algunas regiones, la profesionalización del fútbol femenino se encuentra en sus etapas iniciales. Esto se recalca por diversas deficiencias en su administración y gestión: sencillamente, datos cruciales de carácter financiero y operativo no están disponibles, o son imprecisos.

- Esto no se limita únicamente al fútbol femenino, ya que los datos financieros y otros acuerdos comerciales y de retransmisión raramente son publicitados. Diversas federaciones y ligas señalaron la imposibilidad de darnos a conocer valores financieros, debido a cláusulas de confidencialidad.
- En muchos casos, los equipos y departamentos del fútbol femenino se integran en la estructura de un club o federación, dificultando la evaluación de su propio rendimiento financiero de manera independiente a la del fútbol masculino.

A su vez, presentamos nuestros hallazgos acerca de las tendencias económicas y del grado de crecimiento que tiene lugar, en base a: asistencia a jornadas de partido, visionado de las retransmisiones, y patrocinio.

En el presente informe, desde FIFPRO nos centramos en cómo se están teniendo en cuenta las condiciones laborales de las jugadoras dentro de este crecimiento económico.



ASISTENCIA A LAS JORNADAS DE PARTIDO

El público es un ingrediente fundamental para el producto comercial del fútbol profesional. Un mayor número de asistentes a los partidos en vivo contribuye a crear oportunidades de patrocinio, desarrolla la concienciación de marca, favorece la participación de los aficionados a largo plazo, e impulsa los ingresos derivados de la venta de entradas, alimentos y bebidas, parking, artículos de consumo, y otros. Sin embargo, las tendencias para la asistencia a las jornadas de partido en el fútbol femenino deben considerarse de manera conjunta con otros factores. Es evidente que los torneos y partidos del fútbol femenino se están distribuyendo en zonas geográficas determinadas, sin otro fin que alcanzar la máxima asistencia. Otros factores que influyen en dichas decisiones incluyen la repercusión del legado, nuevos mercados de crecimiento, y la visibilidad en zonas de baja participación.

La investigación sobre la asistencia durante la jornada de partido se agrupa en las siguientes categorías:

- Torneos internacionales
- Partidos de fútbol club

TORNEOS INTERNACIONALES

El fútbol internacional desempeña un papel crucial a la hora de elevar el perfil general del fútbol femenino. Dado que las selecciones nacionales representan a todo un país, se encuentran en una posición privilegiada para llegar a una amplia audiencia y establecer vínculos con nuevos seguidores. En esta sección, vamos a revisar la asistencia durante la Copa Mundial Femenina de la FIFA, así como en diversos torneos continentales.

Copa Mundial Femenina de la FIFA

Nuestra evaluación de los torneos internacionales muestra que existe potencial de crecimiento. Aparte de los años 2003 y 2011, la asistencia total a la Copa Mundial Femenina de la FIFA no se ha incrementado notablemente, sino que se ha asentado en torno a la cifra media de 1,2 millones (Gráfico 2).

La asistencia total marcó un nuevo récord en 2015, debido principalmente al número de equipos participantes, que se incrementó, pasando de 16 a 24. Sin embargo, incluso con un mayor programa de partidos, el torneo mantuvo la cifra media de asistencia por encuentro del torneo, similar a la edición de 2011, pues en ambos casos se superó la marca de los 26.000 asistentes por partido.

La Copa Mundial Femenina 2019 de la FIFA (en Francia) registró un descenso en la asistencia total y en la media por encuentro, en comparación con el torneo de 2015. Aunque en muchos partidos se vendieron oficialmente todas las entradas, la inasistencia también fue elevada. No obstante, los partidos de la selección nacional femenina francesa y numerosos encuentros eliminatorios registraron grandes cifras de asistencia.

Los cambios en ciertas variables, como el número de equipos participantes y el número de partidos, influyen sobre las cifras de asistencia. Es revelador comprobar que las cifras de asistencia a las jornadas de partido en la Copa Mundial Femenina 2019 de la FIFA fueron inferiores tanto en su totalidad como por encuentro, respecto a las cifras registradas para el mismo evento en 1999, 2007 y 2015.

FIGURE 2. ATTENDANCE EVOLUTION AT THE FIFA WOMEN'S WORLD CUP

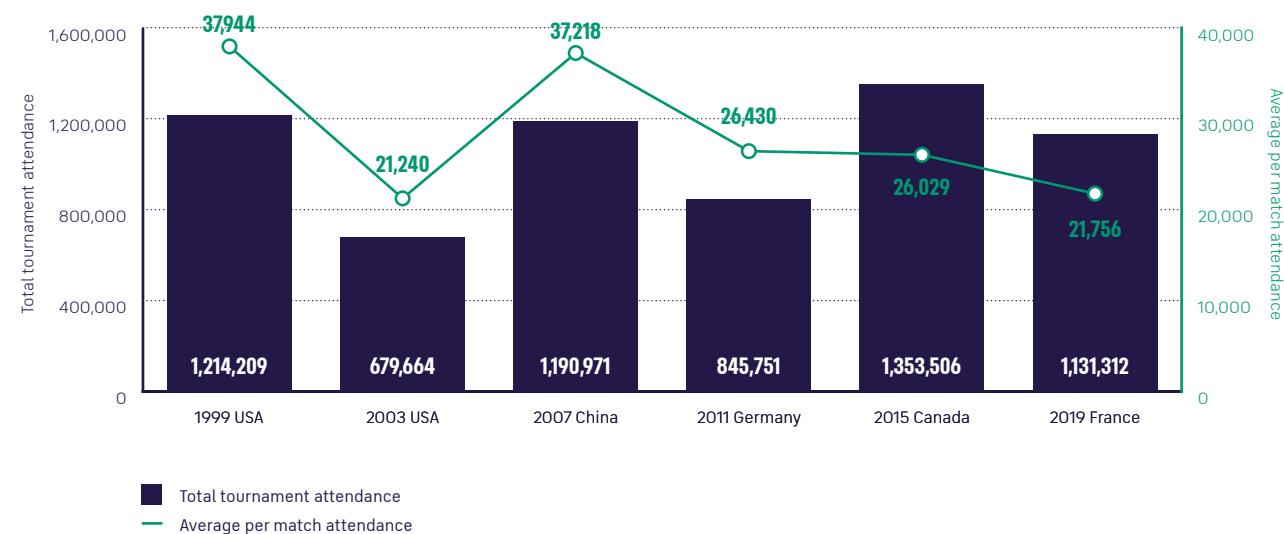


Photo by: Alessandra Tarantino

Torneos continentales

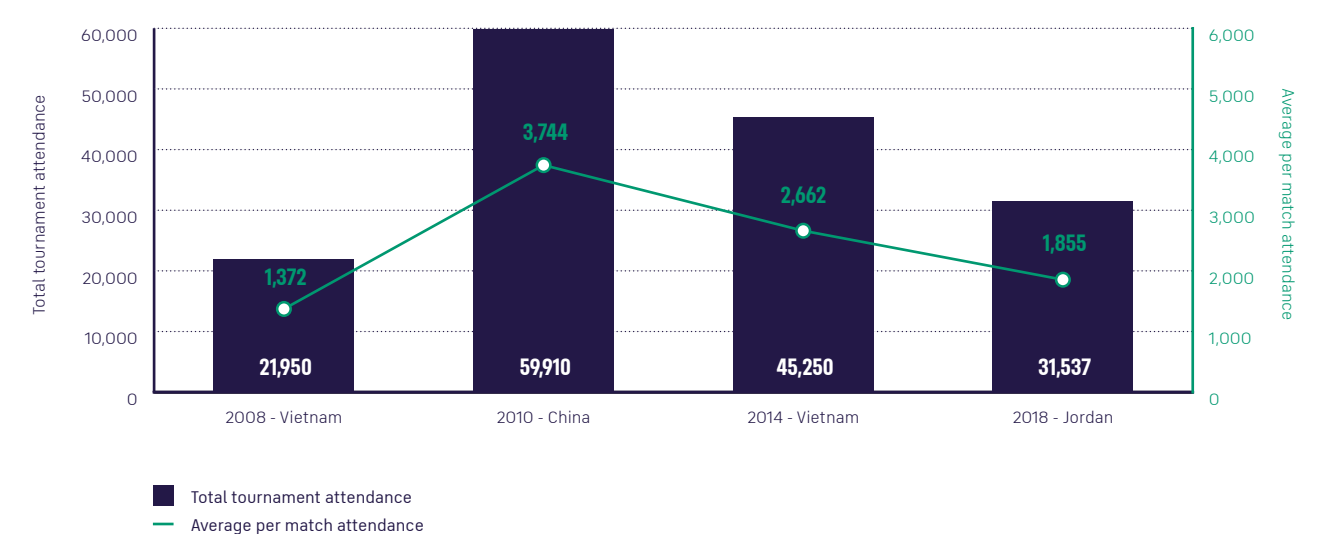
Examinando el nivel seguidamente inferior, la asistencia a las competiciones continentales todavía debe alcanzar las elevadas cifras de la Copa Mundial Femenina de la FIFA, y en conjunto existe una gran variación entre las distintas regiones. Las tendencias de asistencia en las competiciones continentales tampoco han sido constantes entre las mismas o en el seno de las regiones.

La Copa Asiática Femenina AFC alcanzó su asistencia máxima en China, en el año 2010. No obstante, la cifra media por partido representó únicamente una fracción de la registrada en la Copa Mundial Femenina 2007 de la FIFA, celebrada también en China tan solo tres años antes. Este es un indicio de que el poder impulsor y el

valor de marca de la Copa Mundial Femenina de la FIFA es difícil de replicar (Gráfico 3).

Esto no significa que no haya indicios de mejora. En Sudamérica, la edición del año 2018 de la Copa América Femenina fue la primera en la historia de la competición en ser televisada en su totalidad. Ello dio lugar a una visibilidad mucho mayor y, según CONMEBOL, el torneo rompió récords de asistencia y de índices de audiencia. El partido con mayor número de espectadores fue Chile contra Perú, que vieron cerca de tres millones de personas en Chile, lo que significa que casi un quinto de la población vio el partido. En el estadio se congregaron 18.000 asistentes. El torneo fue descrito por la cadena Chilevisión como el 'hito' del año

FIGURE 3. ATTENDANCE EVOLUTION AT THE AFC WOMEN'S ASIAN CUP

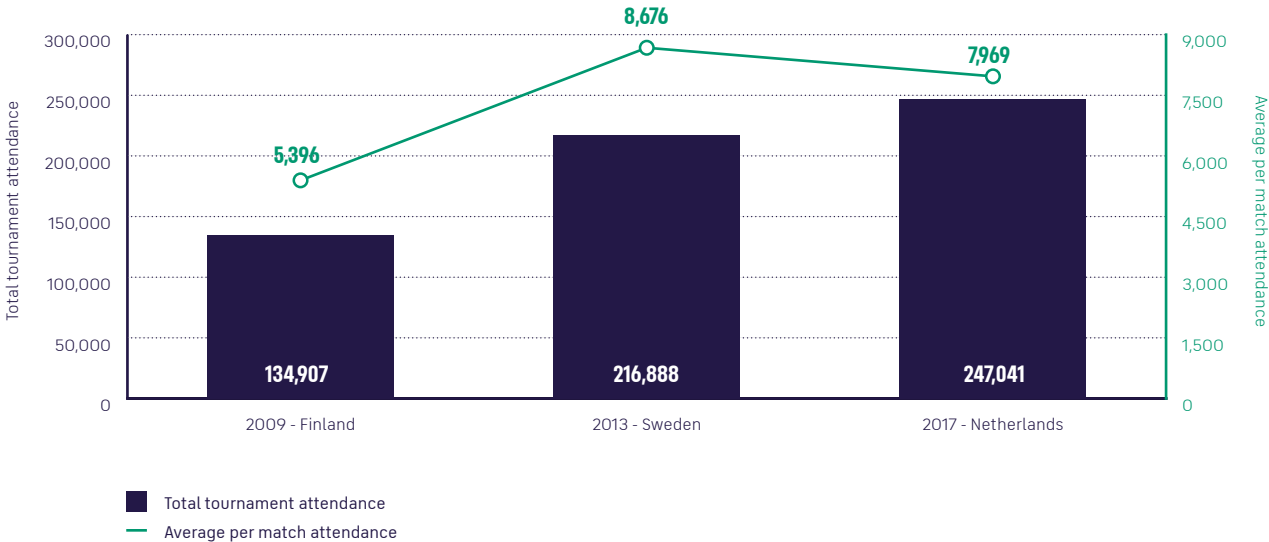


En Europa, la media de asistentes en las últimas dos ediciones de la Competición Europea Femenina de la UEFA (2013 y 2017) se aproximó a las 8.000 personas o las superó, incluso tras la ampliación a 16 equipos en el torneo de 2017. Si bien estas cifras quedan lejos de los máximos alcanzados en la Copa Mundial Femenina de la FIFA, cabe observar que gran parte de partidos europeos se jugó por lo general en estadios más pequeños, con una capacidad aproximada de 10.000 entradas (Gráfico 4).

Los torneos insignia para las selecciones nacionales desempeñan una función significativa en el desarrollo del fútbol femenino de élite. La asistencia a torneos internacionales del fútbol femenino se ha caracterizado por un crecimiento generalizado, y específicamente en los últimos años, por cifras alentadoras en diversas regiones entre las que se incluyen Europa y Sudamérica.

Para la mejor comprensión de estas cifras, sería importante realizar un examen más exhaustivo de variables tales como la ubicación del torneo, la capacidad del estadio, y cuestiones de política sociocultural del país anfitrión.

FIGURE 4. ATTENDANCE EVOLUTION AT THE UEFA WOMEN’S EURO



PARTIDOS DE FÚTBOL CLUB

En las últimas temporadas, los hechos demuestran que la asistencia general a los partidos femeninos de fútbol club está bastante estancada. La asistencia media en la mayoría de las primeras ligas nacionales todavía puede considerarse baja: inferior a los 1.000 espectadores por partido (Gráfico 5)..

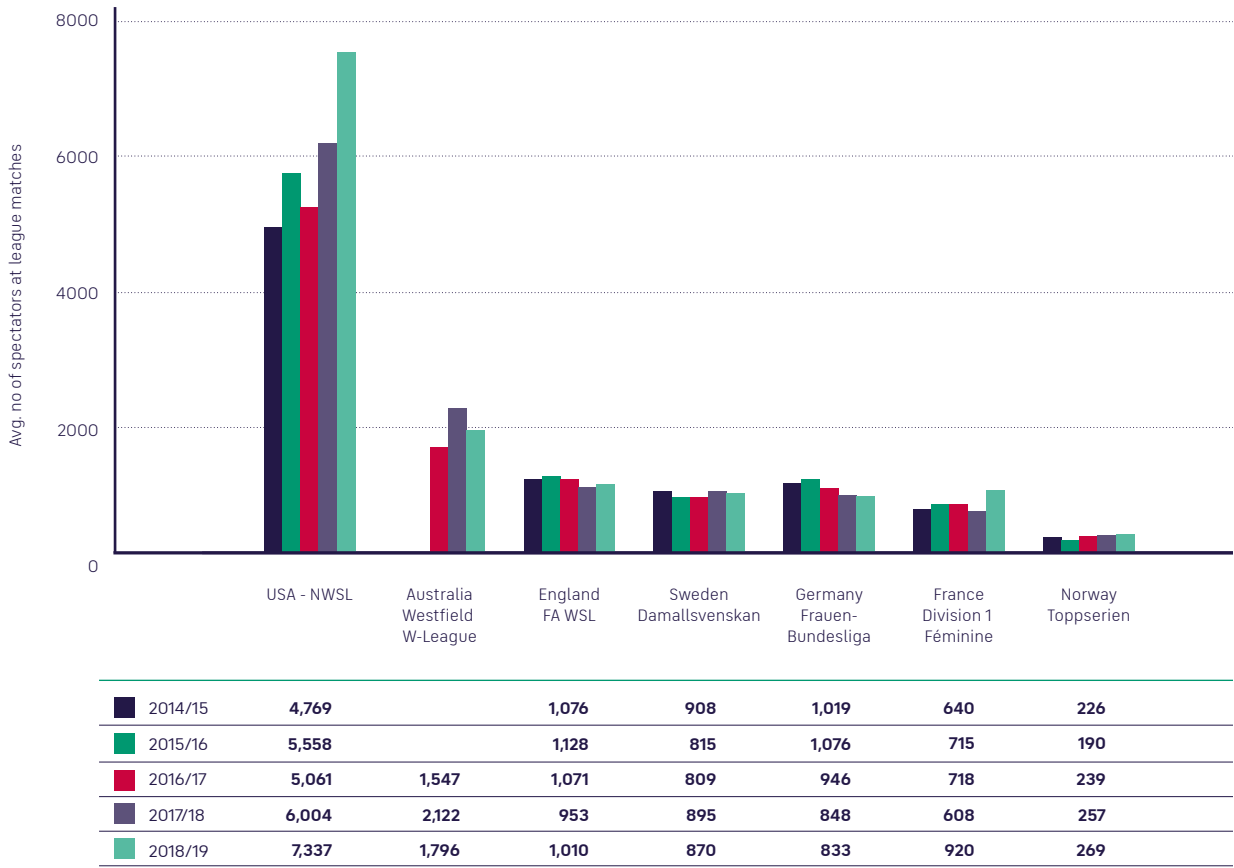
Existen muchas posibles explicaciones para estas bajas cifras de asistencia. Los participantes en nuestra Encuesta 2019 de FIFPRO a las partes interesadas, y los respectivos entrevistados, citaron los siguientes factores como los más significativos:

- Falta de promoción local y del marketing adecuado de los partidos que se celebran; canales de comunicación no aprovechados plenamente (como en el caso de la Final de la Liga de Campeones Femenina de la UEFA, disputada en Kiev en 2018).

- Falta de coordinación de los programas y horarios de partidos (como en los juegos de Invierno); coincidencia con espacios horarios del fútbol masculino más popular (como en la final de la Copa Mundial Femenina 2019 de la FIFA, el mismo día que la final de la Copa América Masculina y la final de la Copa de Oro CONCACAF; los equipos masculino y femenino del West Ham United jugaron al mismo tiempo durante la Final de la Copa Femenina 2019 de su Federación).
- Los recintos destinados a partidos de equipos femeninos suelen localizarse a gran distancia de la sede principal del club, lo que puede perpetuar un sentido de desconexión con la base de seguidores consolidada.

Como caso aparte de esta tendencia, la Liga Nacional de Fútbol Femenino (NWSL) de los Estados Unidos ha ido en aumento desde su temporada inaugural, en 2013. La temporada 2019 obtuvo una media de 7.337

FIGURE 5. AVERAGE ATTENDANCE STATISTICS OF SELECT DOMESTIC LEAGUES



Note: for leagues with a summer season (NWSL, Damallsvenskan, Toppserien), 17/18 refers to the 2018 season, 16/17 to 2017 and so on.

espectadores entre los 9 equipos, la mayor cifra media de asistencia en la historia de la liga. Esto representa un incremento del 21,8% respecto al récord anterior (de 6.024), establecido en 2018. La media en 2019 representó un incremento del 71,8% respecto a la establecida (4.270) en la temporada inaugural de la liga, 2013: una tasa de crecimiento del 9,4% anual.

El Portland Thorns FC sobresale entre los demás clubes de la NWSL, con una asistencia media en los partidos de liga disputados en casa, de 20.098 espectadores; su mayor asistencia en sede propia durante 2019 fue de 25.218 espectadores, el 11 de agosto, en un partido contra el North Carolina Courage. No obstante, cabe observar que la NWSL tenía ya dos antecedentes de liga profesional, que se remontan al año 2001, mientras que en otros países el proceso de profesionalización se inició posteriormente.

Elevada asistencia a partidos de fútbol club

Aunque los promedios de asistencia sean bajos en la mayoría de las ligas, existen ya algunas iniciativas encomiables que demuestran que, en las condiciones oportunas, hay un enorme potencial de alcanzar mayores cifras de asistencia en las competiciones femeninas de fútbol club.

Muchos clubes de todo el mundo han decidido trasladar algunos de los partidos de su equipo femenino al estadio principal del equipo masculino. Por ejemplo, el Boca Juniors de Argentina organizó un doble juego en marzo de 2019, cuando los equipos masculino y femenino jugaron sus partidos de liga el mismo día, en La Bombonera. Ha habido algunos equipos españoles que han abierto sus estadios principales a los partidos de la liga femenina, entre los que se incluyen clubes de tanta solera como el Sporting de Gijón, el RCD Espanyol y el Real Betis. No obstante, el ejemplo más convincente lo ofreció el Atlético de Madrid Femenino, que recibió al FC

Barcelona Femení en el nuevo estadio del club, el Wanda Metropolitano (donde se disputó la Final de la Liga de Campeones Masculina 2019), en marzo de 2019, frente a 60.739 espectadores (casi a su plena capacidad). El partido marcó un nuevo récord de asistencia para el fútbol femenino de clubes europeos, superando al reciente partido de Copa entre el Athletic Club de Bilbao Femenino contra el Atlético de Madrid, que se disputó en el estadio de San Mamés y congregó a 48.000 espectadores. Igualmente, sobrepasó el récord mundial para el fútbol femenino de clubes, superando los 51.211 espectadores alcanzados en mayo de 2018 en la Liga MX Femenil de México, en un partido entre el Tigres UANL Femenil y el CF Monterrey Femenil, en el Estadio BBVA Bancomer.

Iniciativas similares se han llevado a cabo en Italia, Inglaterra y Francia. El Juventus FC Femenino jugó por primera vez en el Estadio Allianz, en marzo de 2019, frente a 39.027 espectadores, superando el récord anterior para un partido de fútbol femenino en Italia, establecido en los 14.000 espectadores. Es importante destacar que el acceso fue gratuito para todos los hinchas; este es un elemento que debe tenerse en cuenta cuando se plantea la cuestión sobre la estrategia general para incrementar la asistencia a los partidos del fútbol femenino.

Tras la Copa Mundial Femenina 2019 de la FIFA, ha habido un marcado incremento en la asistencia a los partidos de fútbol club en países como Inglaterra y Francia. En Inglaterra, la cifra acumulada de público en los seis encuentros de la WSL durante el primer día de la temporada 2019/20, en septiembre, fue de 74.247. Para contextualizar estos datos, la cifra para la totalidad de la temporada 2018/19 fue de 107.141. En Francia, un total de 30.661 seguidores asistió al encuentro del Olympique Lyonnais Féminin vs. Paris Saint-Germain Féminin, en noviembre de 2019, superando un récord anterior de

25.907, establecido por los mismos dos equipos en abril de 2019. Eventos notables, como las finales de Copa, tienen también el potencial de congregarse a grandes masas de público. En Inglaterra, la asistencia a la Final de la Copa Femenina FA, disputada en el Estadio Wembley, muestra sólidas mejoras en los últimos años: más de 40.000 personas vieron el partido en vivo en los años 2018 y 2019. La última final entre el Manchester City Women's FC y el West Ham United FC Women podría haber alcanzado incluso una cifra mayor, de no haber sido por celebrarse al mismo tiempo que un partido en casa del equipo masculino de West Ham para la Premier League.

Los alentadores resultados de estos partidos demuestran que los equipos femeninos pueden captar un público potencialmente mayor que la media cuando juegan en recintos más accesibles y de mayor reconocimiento para el club, cuando se destinan recursos suficientes a una comercialización eficaz, y cuando el propio partido atiende a satisfacer los intereses y necesidades de los aficionados. De hecho, estadios icónicos y modernos –por lo general destinados a los partidos del fútbol masculino– pueden generar una asistencia excepcional para los partidos en directo del fútbol femenino.

Durante el año 2019, diversos clubes de distintas regiones tomaron también la iniciativa de desplazar los equipos femeninos a estadios más amplios y más establecidos, de manera más frecuente. El acceso a este tipo de recintos de manera más regular es una consideración importante para el posible aumento de asistencia a la jornada de partido.

Competiciones de clubes europeos

La competición insignia de la Liga de Campeones Femenina de la UEFA no muestra mejoras notables durante sucesivas ediciones del torneo, como se ilustra en los siguientes gráficos (5 y 6). La asistencia media en las fases eliminatorias fue de 2.494 espectadores en 2017/18, inferior a la alcanzada en las dos temporadas anteriores. Aunque las cifras repuntaron en la temporada 2018/2019, no alcanzaron los máximos de temporadas anteriores. La asistencia a los partidos de Final de la Liga de Campeones Femenina de la UEFA lleva algún tiempo incrementándose, pero en el torneo de 2018, en Kiev, Ucrania atrajo únicamente 14.000 seguidores, cuando solo unos días antes la Final masculina se disputó en la misma ciudad frente a un público superior a los 60.000 seguidores. Aunque esta comparación pueda parecer dura, destaca la oportunidad de separar importantes partidos femeninos de las competiciones de fútbol masculino, para facilitarse un mayor espacio de crecimiento y atención. Desarrollar una identidad propia

FIGURE 6. ATTENDANCE EVOLUTION AT UEFA WOMEN'S CHAMPIONS LEAGUE

Knock-out stage matches, excluding qualifying rounds

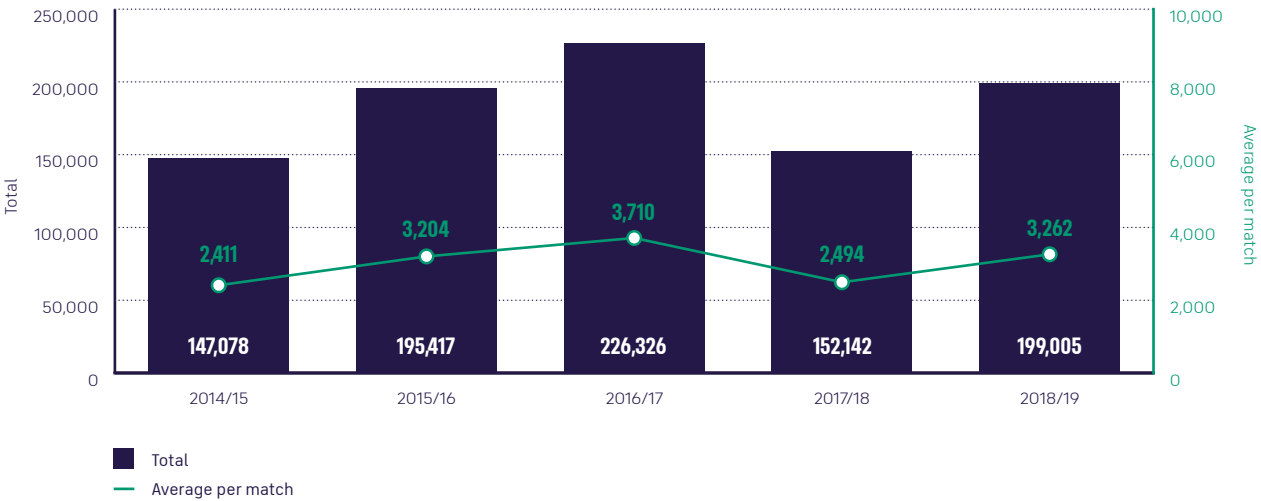
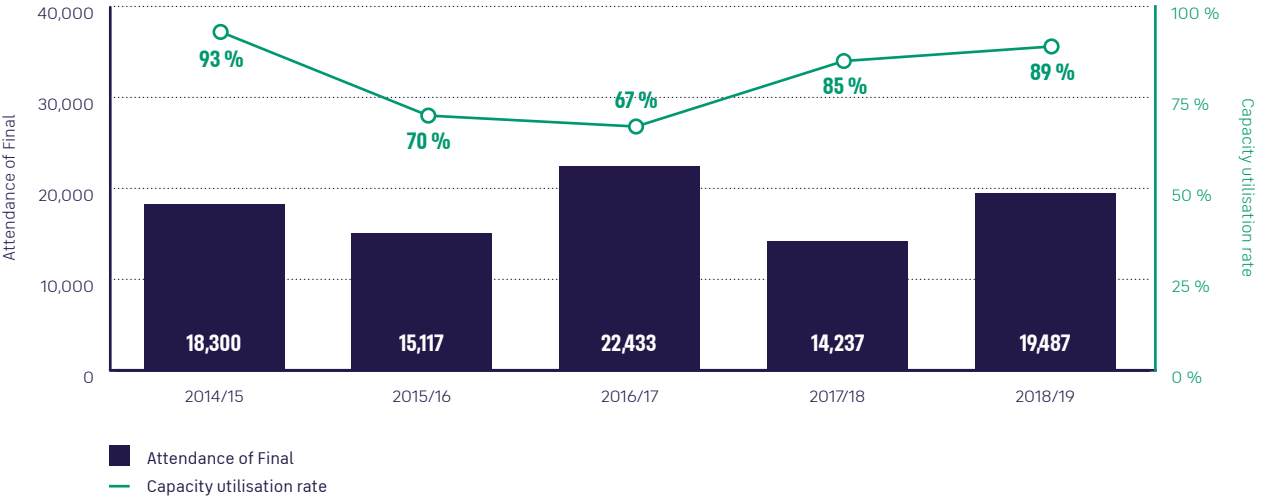


FIGURE 7. UEFA WOMEN'S CHAMPIONS LEAGUE FINALS

Attendance and utilisation



de las competiciones femeninas será importante para establecer una posición única para el fútbol femenino.

A partir de la temporada 2018/19, la UEFA decidió celebrar las finales masculina y femenina de la Liga de Campeones en distintas ciudades y dejando transcurrir más tiempo entre ellas. La final femenina de 2019 se disputó en Budapest (Hungría, el 18 de mayo), frente a un estadio completamente lleno, con cerca de 20.000 espectadores. Si bien dar al evento su espacio concreto contribuyó de forma indudable, la elevada asistencia podría también ser resultado de los bajos precios de las entradas (alrededor de 3 euros). Recientemente, la UEFA ha anunciado un nuevo formato y la reestructuración para la Liga de Campeones

Femenina, que entrará en vigor en la temporada 2021/22. Esta modificación introduce una fase de grupos de 16 equipos, con la centralización de derechos para los medios de comunicación a partir de la fase de grupo en adelante, siendo la UEFA la entidad productora de cada partido para fines televisivos o de streaming en línea. Los derechos de patrocinio quedarán parcialmente centralizados.

Al reemplazar la actual ronda eliminatoria de 16 con una fase de grupos, la UEFA ha incrementado el número de partidos en un 20%. Esto facilita a los equipos que se califican para el torneo, acceso a juegos más competitivos y a mayor visibilidad.



Photo by: Gerrit van Keulen



ESTUDIO DE CASO ATLÉTICO DE MADRID FEMENINO VS. FC BARCELONA FEMENÍ

Uno de los casos de mayor éxito en los medios deportivos internacionales en relación con el fútbol femenino fue el partido entre el Atlético de Madrid Femenino y el FC Barcelona Femení, en el estadio Wanda Metropolitano, que rompió el record de asistencia registrado anteriormente para el fútbol femenino de clubes. La cifra oficial estuvo en los 60.739 espectadores, superando la cifra de 53.000, alcanzada en el año 1920, en Liverpool. Además, el visionado del partido en línea a través de una plataforma de señal abierta fue también notable, con un pico máximo de 413.000 espectadores.

Entre las razones para el éxito cabe mencionar una bien estructurada campaña de comunicaciones y en los medios, que incluyó un fuerte impulso en las redes sociales; el equipo anfitrión organizó la circulación de autobuses en Madrid con las caras de las futbolistas plasmadas en ellos, una sesión de firmas celebrada en la tienda del club con anterioridad al partido, y un evento especial de celebración para tres jugadoras que habían alcanzado las 100 apariciones en partidos. El hecho de que los partidos de clubes femeninos se disputen muy raramente en los principales estadios de los equipos masculinos se sumó también al atractivo de la ocasión. Fue crucial informar y entusiasmar al público durante los días previos al partido. De manera adicional, el precio fue otro elemento fundamental: el 56% de los asistentes no tuvo que pagar la entrada (en su calidad de miembros de la

peña de seguidores del club), mientras que el restante 44% tuvo que pagar únicamente entre cinco y diez euros. Este tipo de promoción para quienes adquieren bonos de temporada, público infantil e instituciones locales establece un excelente ejemplo.

Es importante señalar que la asistencia media en jornada de partido para el Atlético de Madrid Femenino en la temporada 2018/19 (en el campo de entrenamiento) fue de 800 espectadores; y que para la temporada 2019/20 (en otro centro de entrenamiento) fue de 1.500 espectadores. Por consiguiente, aunque las cifras de asistencia que rompieron los records anteriores son impresionantes, las cifras medias demuestran la necesidad de una inversión estratégica continuada durante un periodo de tiempo más extenso.



Photo by: ZUMA Press, Inc.



ESTUDIO DE CASO PORTLAND THORNS FC

El Portland Thorns FC (Estados Unidos) es uno de los equipos profesionales femeninos de mayor éxito en el mundo, y proporciona un victorioso modelo de franquicia en el deporte femenino. Las cifras de asistencia se han mantenido por encima de las 10.000 personas, alcanzando la media de 20.098 en 2019. Existen distintos factores para ello:

- El estatus de titularidad es notable en el Portland, pues fue la única franquicia de la Major League Soccer (MLS) en 2013 (cuando se lanzó la NWSL) que aceptó la invitación de incorporarse a la nueva liga.
- Un mercado fuerte es importante: Portland es una ciudad con un largo historial de afición al fútbol. El vínculo existente con la comunidad contribuyó a construir la base de seguidores para el equipo femenino.
- El estadio está ubicado cerca de la ciudad, a una distancia que puede recorrerse a pie desde numerosas zonas residenciales.

La gestión del Thorns es igualitaria a la del Timbers: los logotipos de ambos equipos en el estadio tienen el mismo tamaño, y los equipos tienen acceso a las mismas instalaciones de entrenamiento y al personal de apoyo. Hay más de 130 empleados, y casi todos ellos trabajan tanto para el equipo masculino como para el femenino. Los recursos compartidos proporcionan una ventaja en comparación con otras franquicias que no tienen establecido un equipo masculino.



Photo by: ZUMA Press, Inc.

RETRANSMISIÓN Y VISIONADO

Mantener un acuerdo estable de radiodifusión y una estructura sobre la que evolucionar es crucial para generar popularidad e ingresos. En muchos deportes, los acuerdos para la retransmisión suelen negociarse a nivel de la liga o la competición, y lo recaudado se distribuye entre los equipos participantes según una fórmula previamente definida. El conjunto de ingresos que genera esta fuente suele ser una buena medida de la popularidad de la liga y del deporte; los retransmisores pretenden asegurarse los derechos de eventos deportivos con elevado potencial de visionado y valiosos espacios publicitarios.

Los hallazgos de nuestra investigación se agrupan en las siguientes categorías:

- Televidentes en el fútbol internacional
- Televidentes en el fútbol club
- Nuevos canales de medios

TELEVIDENTES EN EL FÚTBOL INTERNACIONAL

Las cifras de televidentes del fútbol internacional, especialmente de la Copa Mundial Femenina de la FIFA, han aumentado significativamente. Esto demuestra la potencial naturaleza impulsora de los torneos internacionales para el fútbol femenino y, al mismo tiempo, destaca la necesidad de un compromiso más regular con los aficionados y los televidentes.

Las cifras de televidentes de la Copa Mundial Femenina 2019 de la FIFA trazan una imagen alentadora. La audiencia televisiva total ha ido en constante aumento durante los últimos torneos; la FIFA ha informado de que 1.120 millones de televidentes vieron la cobertura del torneo de 2019 por televisión en sus hogares, en plataformas digitales o fuera del hogar. El torneo alcanzó los 993,5 millones de televidentes al mismo tiempo durante al menos un minuto en la televisión

lineal en el hogar, un repunte del 30,0% sobre las cifras alcanzadas en la edición de 2015, en Canadá (Gráfico 8).

Mientras tanto, el crecimiento en medida similar para la Copa Mundial Masculina de la FIFA fue tan solo del 20% -aunque partiendo de una base mucho más elevada- entre 2010 y 2018. Esto nos muestra que mientras el fútbol masculino continúa creciendo de forma marginal, el fútbol femenino presenta en términos relativos las mayores posibilidades para la industria del fútbol en los próximos años.

La edición de 2017 del Campeonato de Europa Femenino de la UEFA rompió numerosos récords de cifras alcanzadas anteriormente para la teleaudiencia. En total, el torneo registró 50 millones más de televidentes que en la edición de 2013, mientras que casi un cuarto (4,1 millones) de la población de los Países Bajos presenció el triunfo del país anfitrión en la final. Los partidos de otros países, como Inglaterra y Austria, establecieron también récords nacionales y fueron los encuentros de fútbol femenino más vistos en sus respectivos países.

Incluso con estas alentadoras cifras de crecimiento, la cruda realidad es que la mayoría de las partes interesadas que participó en nuestra Encuesta 2019 admitió que los derechos de retransmisión para la selección nacional y los partidos de liga suelen concederse de forma gratuita, lo que en esencia supone renunciar a una importante fuente de ingresos. Ello suele ser un paso necesario en mercados más pequeños, porque el producto todavía no puede obtener una alta valoración en el mercado. Aun así, es importante incrementar la visibilidad, generar expectación en torno a la competición y aumentar su difusión. En la mayoría de los casos, la entidad retransmisora cubre al menos los costes de producción, y con no poca frecuencia la entidad pública retransmisora del país adquiere esos derechos.

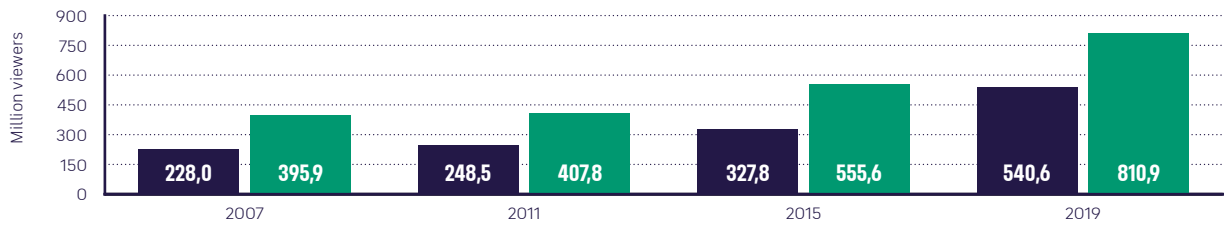


Photo by: Dave Shopland/BPI/REX

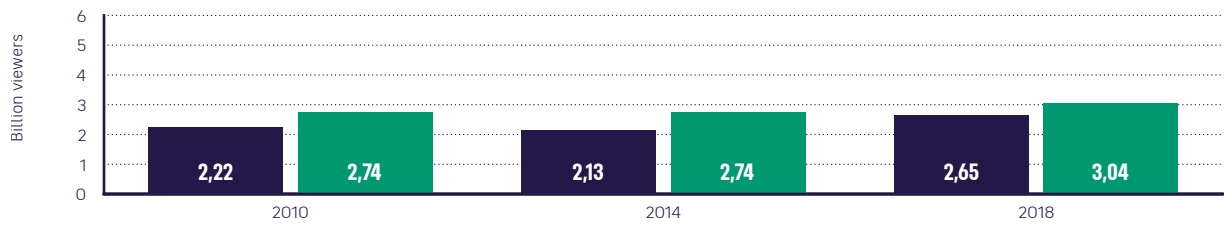
FIGURE 8. IN-HOME AUDIENCE REACH

Total in-home audience reach

FIFA Women's World Cup



FIFA Men's World Cup



■ 3+ consecutive minutes
■ 20+ consecutive minutes

TELEVIDENTES EN EL FÚTBOL CLUB

Las cifras recientes de la Copa Mundial Femenina de la FIFA y de otros torneos internacionales apuntan a un importante crecimiento de la industria, pero estos eventos tienen lugar tan solo cada cuatro años. Depende de las ligas nacionales y de las competiciones de clubes “cerrar la brecha” y proporcionar contenido constante de buena calidad para los aficionados al fútbol.

Cambios regulares en la estructura de la competición, la incertidumbre general en torno a la existencia de la liga y una programación errática pueden perjudicar el potencial de una audiencia televisiva. Uno de los retos fundamentales para las retransmisiones regulares es identificar espacios libres, dada la elevada densidad y el fragmentado calendario de las competiciones masculinas.

A este respecto, el fútbol femenino depende todavía del poder de atracción de las principales finales y partidos: la Copa y finales de liga en Inglaterra, Francia y Alemania, captan habitualmente más de un millón de espectadores.

En casi todos los demás países, los derechos para los partidos de primer nivel del fútbol femenino suelen

venderse en un paquete conjunto con los de la liga masculina. Por ejemplo, en Alemania, donde los derechos de la tercera división masculina y la primera división femenina se han vendido juntos recientemente. Ello imposibilita determinar el valor del fútbol femenino como producto individual, y por lo tanto socava la capacidad de negociar los derechos de retransmisión.

Ejemplos positivos incluyen las primeras divisiones de España, Francia y Estados Unidos, que recientemente han generado más de un millón de euros en derechos televisivos por temporada, lo que atestigua el poder de las negociaciones centralizadas.

Los bajos ingresos por retransmisión representan un obstáculo que se interpone en el camino de desarrollo del fútbol femenino. Los ingresos por retransmisión distribuidos de modo centralizado para todos los clubes de una liga pueden dar un importante saque inicial que impulse el mayor crecimiento. Ello exige liderazgo y decisiones de inversión que equipen a las competiciones actuales para un entorno competitivo de retransmisión en los deportes y en el mercado del entretenimiento.

FIGURE 9. ANNUAL BROADCASTING INCOME FOR TOP EUROPEAN DIVISIONS (2018/19)

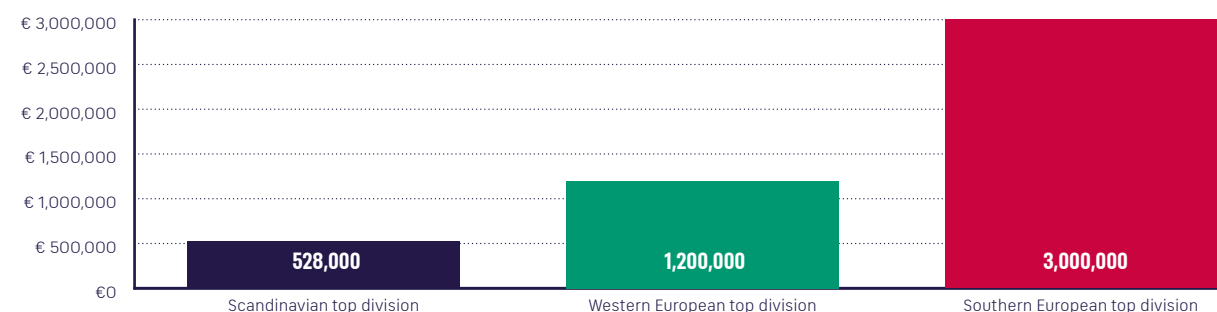


Photo by: Vegard Wivestad Grøtt

NUEVOS CANALES DE MEDIOS

El panorama cambiante de los hábitos de consumo en los medios y el surgimiento de nuevas tecnologías definen las oportunidades que tiene el fútbol femenino para llegar a una mayor audiencia; nuevas y mayores audiencias pueden ser objetivo en todo el mundo, con un coste mucho menor del que previamente se hubiera requerido.

Aunque la televisión lidera todavía el camino de las emisiones deportivas en directo, otras plataformas están ganando una relevancia creciente. Nuevos canales de medios incluyen el streaming, las redes sociales y otras plataformas no tradicionales, que ofrecen innovadoras soluciones de retransmisión para distribuir los partidos del fútbol femenino. Aunque los canales de TV y los medios más tradicionales han lanzado sus propias plataformas como ampliación a su oferta habitual, el ámbito del visionado en línea (streaming) es adoptado también por populares plataformas de las redes sociales (como Facebook y Twitter) y por compañías de tecnología y telecomunicaciones (como Amazon, Verizon y Yahoo). Cada vez mayor número de corporaciones trata de ganar popularidad desarrollando una cartera de derechos deportivos en línea y en streaming.

Numerosos participantes en la Encuesta 2019 de FIFPRO a las partes interesadas afirmaron que los partidos de los equipos nacionales normalmente pueden verse en línea, especialmente cuando el difusor es gestionado por la televisión pública de su país.

Hacer mayores inversiones. Así el nivel crecerá, el público crecerá, el interés crecerá, el beneficio crecerá.

Jugadora de la selección nacional femenina de Italia, Encuesta 2019 de FIFPRO sobre el fútbol femenino

Algunas ligas han aplicado enfoques más ingeniosos para alcanzar mayor visibilidad. Por ejemplo, la primera división sueca (la Damallsvenskan) lleva varias temporadas emitiendo todos sus partidos en línea. La FA WSL inglesa lanzó la FA Player en 2019, donde pueden visionarse en línea (streaming) y en la aplicación los partidos de la liga de primer nivel. La NWSL estadounidense emite también en streaming todos sus partidos y ofrece la repetición de jugadas a la carta. Estos innovadores métodos de distribución facilitan a los seguidores el acceso (incluso desde el extranjero), mientras que la combinación de plataformas basadas en publicidad, suscripción y pay-per-view facilita igualmente la generación de ingresos. Es importante observar que ninguno de estos acuerdos de streaming ha reemplazado en su totalidad las retransmisiones tradicionales por cable.

Otras ligas también están realizando el streaming de sus partidos, ya sea a través de sus propios sitios web o en plataformas de redes sociales. Por ejemplo, en Inglaterra la FA Player es una plataforma gratuita de streaming en directo, y tiene acceso a los dos niveles de la competición nacional femenina. En Australia, la W-League es de acceso gratuito a audiencias internacionales en países sin derechos de emisión en YouTube y mediante el canal MyFootball. Si bien ello requiere determinados recursos en particular, es una ventaja para el titular de los derechos (federación nacional o liga de gestión privada) de mantener el control creativo y modelar la percepción de la liga. Las redes sociales ofrecen también un modo rentable de distribuir los momentos más destacados del partido y llegar a segmentos más concretos de seguidores. Desglosar el contenido del partido en fragmentos más breves se utiliza con frecuencia para llegar a una audiencia más amplia y captar mayor atención hacia el juego.



Photo by: Gteig Cowie/BPI/REX



**TRAS LA COPA MUNDIAL,
ES EL MOMENTO DE MANTENER
EL INTERÉS DEL PÚBLICO EN ESTE
DEPORTE: TANTO A NIVEL NACIONAL
COMO DE CLUB, Y MOTIVAR QUE
SIGA PRESENCIANDO Y ASISTIENDO
A LOS PARTIDOS.**

Millie Bright | Inglaterra
Chelsea FC Femenina

BBC Sport (septiembre de 2019)

PATROCINIO

Por patrocinio se entiende la publicidad, venta de artículos y programación comercial de clubes, ligas, federaciones y/o confederaciones. Los ingresos derivados del patrocinio son de la mayor importancia para el desarrollo del juego. La importancia de los patrocinadores va más allá de los puros beneficios económicos; la asociación con marcas establecidas y campañas bien diseñadas pueden propulsar la difusión y el interés en el juego como tal. Especialmente en las fases iniciales de profesionalización, asegurar patrocinadores es clave para situar las ligas o los clubes en una posición financiera sólida.

Los hallazgos de nuestra investigación sobre el patrocinio se agrupan en las categorías siguientes:

- Valor
- Duración
- Paquetes de derechos

VALOR

A medida que el fútbol femenino adquiere mayor visibilidad y popularidad, los patrocinadores están comenzando a acceder al capital económico y social que representan las jugadoras, así como a los valores positivos que refleja el fútbol femenino. Los patrocinadores perciben de manera creciente claras oportunidades de marketing para sus marcas, transformando tal valor en una afluencia de ingresos. Están invirtiendo más que nunca y experimentando con modelos innovadores de provisión para alinear sus marcas con los valores inherentes que presenta el fútbol femenino.

Como se ha indicado ya, una de las limitaciones para nuestro estudio es la dificultad frecuente de obtener un panorama claro de la fortaleza comercial de las entidades del fútbol femenino, debido al elemento de la confidencialidad, a la escasez de datos fidedignos o a la agrupación de derechos con los del fútbol masculino. No obstante, la Encuesta 2019 de FIFPRO a las partes interesadas y la investigación secundaria realizada a modo complementario condujeron a algunos hallazgos importantes. Las siguientes cifras ilustran la escala de los ingresos por patrocinio que pueden esperar en el mercado actual clubes y competiciones de distinto perfil. Los datos recopilados en preparación para este estudio se presentan de manera anónima con tal de mantener la confidencialidad.

Esto traza el panorama de un deporte que se encuentra claramente en las primeras fases de su profesionalización, con acuerdos de patrocinio anuales que por lo general alcanzan un valor inferior al millón de euros. Dada esta situación, continúa siendo posible en la fase actual patrocinar un club o competición por una cuantía relativamente baja, en comparación con el fútbol masculino. La misma tendencia se observa en el caso de los colaboradores de las selecciones nacionales y los patrocinadores de competición. En consecuencia, para muchas compañías, asociarse a marcas de fútbol masculino suele estar fuera de su alcance económico, pero entrar en el mercado todavía es relativamente asequible a través del fútbol femenino. Para los pioneros y los primeros en avanzar, existen grandes recompensas en un sector en proceso de profesionalización.

Además, en los distintos debates que hemos mantenido con los patrocinadores del fútbol femenino, el carácter cautivador del posicionamiento de las jugadoras en campañas promocionales ha sido un tema recurrente. Por ejemplo, Mastercard ha fichado a diversas jugadoras como embajadoras de la marca, incluyendo a las jugadoras del Lyon, Kadeisha Buchanan, Saki Kumagai, Wendie Renard y Ada Hegerberg (primera ganadora del Balón de Oro femenino). Por su parte, VISA ha lanzado una iniciativa que contribuye a desarrollar la notoriedad de 14 jugadoras de toda Europa, algo que no ha hecho con el fútbol masculino. El atractivo comercial de un deporte en general se define en gran medida por su población objetivo y su capacidad para llegar a los consumidores, por lo que incrementar la popularidad y la imagen pública de las jugadoras y de los clubes puede traducirse en mayores ingresos comerciales para el deporte cuando los patrocinadores y las partes interesadas sacan el máximo partido de las oportunidades.

DURACIÓN

Los indicios recogidos en nuestra Encuesta 2019 de FIFPRO a las partes interesadas y los resultados de la investigación secundaria muestran que el fútbol femenino no es muy diferente al masculino, al menos por lo que respecta a la duración de los acuerdos comerciales. Estos son los principales hallazgos:

- Uno de los tipos de derechos más valiosos son los patrocinios del título de las competiciones. En el fútbol femenino, estos acuerdos suelen ser firmados por al menos tres temporadas, lo que apunta a un compromiso por ambas partes. El último acuerdo de

gran notoriedad es el patrocinio por parte de Barclays' de la FA WSL inglesa, por un periodo de tres años, a partir de 2019/20.

- Para los clubes y los equipos nacionales, los acuerdos con el suministrador del kit (patrocinador técnico) suelen ser mucho más extensos que para otros tipos de patrocinio. Las partes interesadas participantes en la encuesta mencionaron acuerdos de hasta 12 años, pero los de seis a ocho tampoco eran infrecuentes. Esto está en consonancia con las tendencias observadas en el fútbol masculino: la duración media del acuerdo con el suministrador del kit en las "cinco grandes" ligas de Europa es actualmente de cinco años y medio, mientras que los acuerdos de patrocinio de la camiseta principal suelen firmarse para un periodo algo inferior a cuatro años.
- Algunos clubes del fútbol femenino informaron de acuerdos de patrocinio a corto plazo, en vigor únicamente durante pocas temporadas, mientras que las ligas y las federaciones operan generalmente con acuerdos más extensos, que alcanzan de cuatro a cinco años.

La extensión con la que una compañía se compromete a patrocinar un club de fútbol o una competición dice mucho acerca de las expectativas sobre el acuerdo y su inversión comercial.

PAQUETES DE DERECHOS

Como han expresado numerosas partes interesadas en respuesta a la Encuesta 2019 de FIFPRO, suele ser complejo realizar una estimación del valor de los

FIGURE 10. SELECTION OF WOMEN'S FOOTBALL SPONSORSHIP DEALS - DOMESTIC LEAGUES 2018/19

Values league naming rights (title) sponsor deals (in EUR)

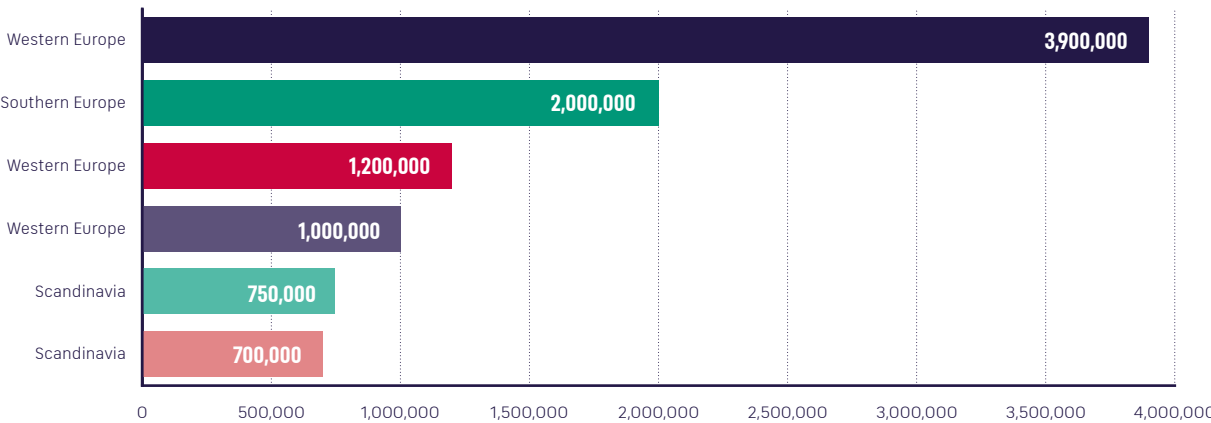
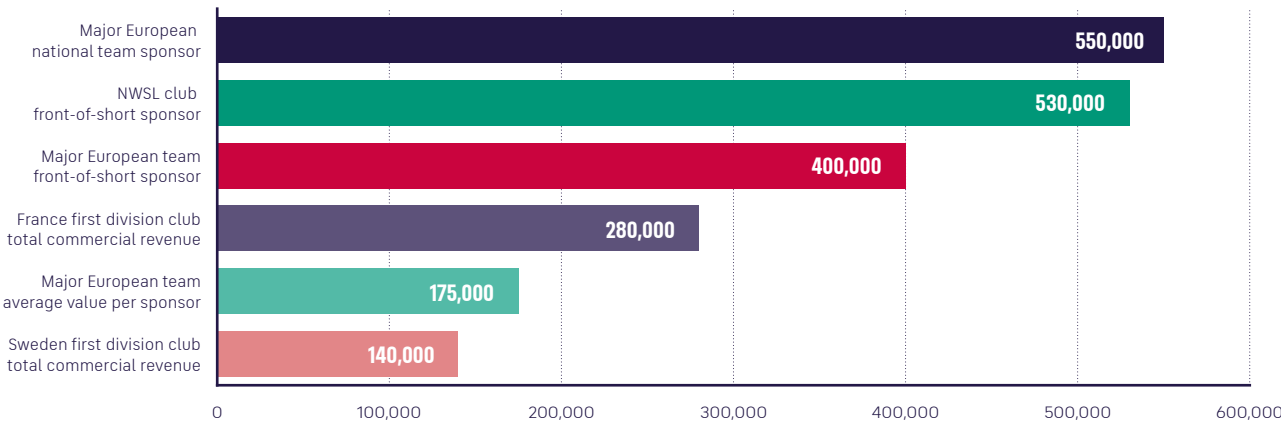


FIGURE 11. SELECTION OF WOMEN'S FOOTBALL SPONSORSHIP DEALS - CLUBS AND NATIONAL TEAMS 2018/19

Annual deal values (in EUR)



derechos comerciales de las competiciones y de los clubes femeninos, pues suelen venderse como parte de un acuerdo mayor que va enfocado, principalmente, a los equipos masculinos. En algunos casos, la colaboración con los equipos femeninos se considera sencillamente una ampliación para establecer relaciones de patrocinio más consolidadas. Mientras estos derechos no se comercialicen de forma independiente, no será posible definir con precisión un verdadero valor de mercado.

Solo el 30% de las federaciones participantes en la encuesta afirmó mantener en la actualidad acuerdos con patrocinadores exclusivamente para su selección nacional femenina. Aunque aprovechar las sinergias con el equipo masculino presenta algunas ventajas, plantea también obstáculos para el desarrollo independiente y para la evaluación del fútbol femenino. Cuando se comparten los patrocinadores, la cantidad total del acuerdo debería indicar también el valor individual asignado a cada equipo.

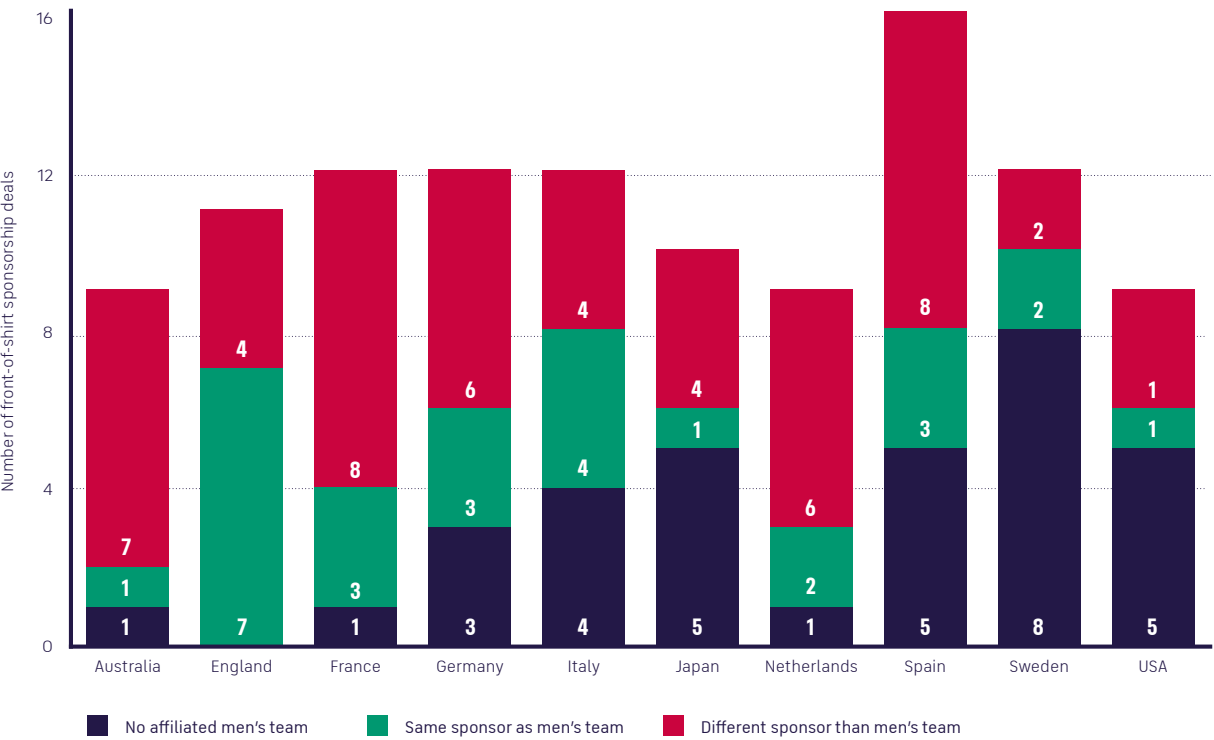
Por supuesto, el patrocinio combinado no es necesariamente negativo para el desarrollo del fútbol femenino, pero mientras el valor de estos derechos no se calcule de forma independiente, no podrá definirse un verdadero ni adecuado valor del mercado. Se requieren modelos de referencia para guiar los acuerdos futuros y evitar la infravaloración.

El análisis de 10 ligas nacionales de primera división muestra un panorama variado sobre el modo en que las ligas y los clubes reúnen los derechos del fútbol masculino y el femenino en paquetes conjuntos. En primer lugar, en algunos países (incluyendo Suecia y Estados Unidos), la mayoría de equipos femeninos profesionales no tiene un equipo masculino asociado, pues casi todos se fundaron de modo independiente. La Superliga Femenina FA es la única competición de nuestra muestra en que todos los equipos participantes forman parte de clubes de fútbol masculino bien consolidados (Gráfico 12).

Entre aquellos clubes que incluyen un equipo masculino y un equipo femenino, únicamente el 34% indicó tener el mismo patrocinador para las camisetas de ambos equipos. Dos tercios de los clubes tienen distintos colaboradores para cada uno de los equipos. La recomendación del camino a seguir para los paquetes de derechos de patrocinio deberá atender a cada caso en particular. No obstante, incluso si los derechos se venden conjuntamente, deberán marcar el valor individual de cada equipo con tal de realizar una estimación y un seguimiento adecuados del valor del equipo femenino.

Finalmente, echemos un vistazo al panorama del patrocinio en las Copas Mundiales Masculina y Femenina de la FIFA, y a cómo se gestiona dicho patrocinio en las mismas.

FIGURE 12. FRONT-OF-SHIRT SPONSORSHIP LANDSCAPE OF WOMEN'S FIRST DIVISION LEAGUES AROUND THE WORLD 2018/2019



Copa Mundial de la FIFA – Estructura de patrocinio

En su formato actual, la estructura de patrocinio de la Copa Mundial Femenina de la FIFA está muy vinculada a la de su homóloga masculina. Los principales participantes son los socios de la FIFA, que tienen gran acceso al fútbol femenino a través de su acuerdo con el organismo rector. Sin embargo, estar presente es ya un inicio, pero el nivel de activación y el grado de participación en el torneo también conforman un elemento clave al debatir el valor que puede aportar un patrocinador. En los preámbulos de la Copa Mundial Femenina 2019 de la FIFA, pareció haber un cambio de actitud: mientras que en el pasado algunos patrocinadores no concedían importancia estratégica a los derechos para el evento femenino, hubo más interés en los programas destinados a su puesta en marcha.

Aunque los seis socios principales de la FIFA están presentes en ambos torneos (véase Gráfico 12), el resto de la pirámide de patrocinio es diferente para los dos eventos. Mientras que la Copa Mundial Masculina de la FIFA ostenta una estructura de tres niveles, en la que los patrocinadores regionales y específicos del torneo se unen a los seis colaboradores de la FIFA, la Copa Mundial Femenina de la FIFA únicamente cuenta en la actualidad con los denominados colaboradores nacionales como segundo nivel. Sportcal ha estimado el

valor de los acuerdos conjuntos de estos seis colaboradores en 11,75 millones de dólares.

Directivos de la FIFA han expresado ya su intención de establecer una nueva estrategia comercial a partir de 2022; esto podría dar lugar a la total disociación de los derechos de ambos torneos, y podría incluso introducir a los patrocinadores regionales y específicos del torneo en la pirámide de la Copa Mundial Femenina de la FIFA. La decisión marcará una dirección importante para la futura estructura comercial del fútbol femenino.

RESUMEN DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO
Existe un creciente interés comercial en el fútbol femenino; las cifras de asistencia emiten señales de un potencial increíble, la televidencia va en aumento, y nuevos patrocinadores han hecho aparición recientemente como colaboradores de primer nivel. Dado que el fútbol masculino de élite se está saturando aún más en sus acuerdos de patrocinio y es más difícil destacarse entre la multitud, el fútbol femenino ofrece lo que podría denominarse una “inversión alternativa”. Además, el desembolso necesario para establecer un acuerdo en el fútbol femenino todavía es comparativamente barato, mientras que los beneficios potenciales son enormes si continúa aumentando el interés general. Este escenario de “bajo riesgo, gran recompensa” puede resultar atractivo para muchos posibles patrocinadores e inversores.

FIGURE 13. FIFA WORLD CUP – SPONSORSHIP STRUCTURE





ESTUDIO DE CASO INVERSIÓN Y PATROCINIO DE IBERDROLA EN EL FÚTBOL FEMENINO



La compañía energética organiza exitosos programas para promover el fútbol femenino.

Desde el año 2016, Iberdrola patrocina el título de la primera división española. La compañía de servicios eléctricos, con sede en Bilbao, fue la primera de España en alcanzar un compromiso para promover la participación en los deportes femeninos. Este movimiento fue parcialmente alentado por el Gobierno español: en 2016, el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes lanzó una iniciativa denominada Universo Mujer, destinada a promover y desarrollar el deporte femenino y a reconocer el papel que desempeñan las mujeres en el deporte y también en la sociedad.

Como parte de esta iniciativa, Iberdrola ha organizado una campaña denominada “Mujer, Salud y Deporte”, que difunde casos de éxito del deporte femenino, la igualdad de género y hábitos saludables desde una edad temprana. El objetivo principal ha sido aumentar la concienciación entre el público hacia las mujeres como parte activa y fundamental del deporte en España. El programa recorrió siete ciudades españolas en el año 2017, y otras cinco en 2018.

Iberdrola también ha colaborado extensamente con 15 federaciones españolas de deporte, siendo el fútbol una de ellas. El contexto de la inversión de Iberdrola es que la compañía considera la igualdad de género uno de los valores esenciales de su organización. La compañía es considerada una de las más recomendables para las mujeres en España. Su compromiso es un buen ejemplo de patrocinio que va más allá de los aspectos puramente financieros y que desarrolla colaboraciones basadas en valores compartidos.



Photo by: ZUMA Press, Inc.



ESTUDIO DE CASO FUTURO DEL PATROCINIO DEL FÚTBOL FEMENINO EL CASO DE VISA



La UEFA ha anunciado una colaboración con VISA, primer patrocinador de la Federación Europea dedicado particularmente al fútbol femenino.

La negociación conjunta de los derechos de patrocinio para el fútbol masculino y femenino ha sido un modelo común para los clubes y las ligas donde coexisten ambos sexos. Sin embargo, a medida que la profesionalización del fútbol femenino adquiere impulso, necesita crear sus propias estructuras. Los derechos comerciales pueden comercializarse de manera independiente para hallar su verdadero valor de mercado y crear una línea de base para el futuro crecimiento.

Un paso importante en esta dirección se dio cuando la UEFA anunció un acuerdo de 7 años con Visa para el patrocinio de la Liga de Campeones Femenina y de otras competiciones de la UEFA. Visa se ha incorporado también a la plataforma de marketing de fútbol de la UEFA (Together #WePlayStrong), cuyo objetivo es conseguir que mayor número de jóvenes y de mujeres jueguen al fútbol.

¿Por qué Visa y otras marcas están invirtiendo en el deporte femenino? Adrián Farina, Director de marketing de Visa Europe, ha afirmado que la inversión en dicho deporte es un siguiente paso lógico, pues se trata de una “oportunidad enormemente infravalorada”. Los valores de inclusión e igualdad que caracterizan al fútbol femenino están perfectamente alineados con el lenguaje corporativo y la marca de Visa, que desea emitir una declaración mediante su colaboración con la UEFA, hacerse líder en este campo e inspirar a otras marcas a seguir este camino.

Para Visa, existen diversos activos que hacen del fútbol femenino una proposición atractiva ante posibles patrocinadores. La autenticidad y el compromiso de las jugadoras para alcanzar éxito en un entorno sumamente retador es un componente crucial de este perfil. Además, las futbolistas parecen estar mucho más conectadas con los seguidores que sus colegas masculinos; hay menos clichés de “superestrella” (que podrían ser alineadores para algunos).

Visa prevé sacar partido de su inversión mediante una serie de futuras iniciativas, incluyendo el apoyo a 14 jugadoras en el desarrollo y la elevación de su perfil público, para ayudarlas a convertirse en embajadoras del deporte. Para Visa, la falta de modelos de conducta a seguir y el ejemplo de las jugadoras de gran popularidad es una de las cuestiones clave del fútbol femenino, junto con la escasez de retransmisiones en directo y la inversión insuficiente en las bases de este deporte.



Photo by: Sebastian Gollnow

CONDICIONES PARA LAS JUGADORAS

4



CONDICIONES PARA LAS JUGADORAS

Los entornos de juego a nivel nacional e internacional son clave para las condiciones de trabajo generales de las futbolistas. El crecimiento estable del fútbol femenino va a depender en gran medida de las competiciones de las ligas profesionales nacionales y de las selecciones nacionales, y de cómo estos dos niveles del juego interactúan e influyen en las vidas de las futbolistas.

Mientras que el público observa cada vez con mayor atención competir a las mejores atletas del mundo en la Copa Mundial Femenina de la FIFA y en los Juegos Olímpicos, de manera simultánea el fútbol profesional femenino de clubes ha ido avanzando en cuanto a competición y visibilidad, con el lanzamiento de nuevas ligas nacionales y fortaleciendo otras ya existentes.

En esta sección, examinamos las condiciones de las jugadoras y las estructuras del fútbol club profesional y a nivel de selección nacional, así como su repercusión en las vidas de las futbolistas y su influencia para el crecimiento de la industria.

FÚTBOL CLUB PROFESIONAL

CARGA DE TRABAJO Y CALENDARIO DE PARTIDOS

Para mejorar su calidad, las futbolistas deben participar en partidos del máximo nivel. Además, la temporada debe ser tan extensa como para proporcionar suficientes oportunidades de juego a nivel superior o de élite, que justifiquen su estatus profesional.

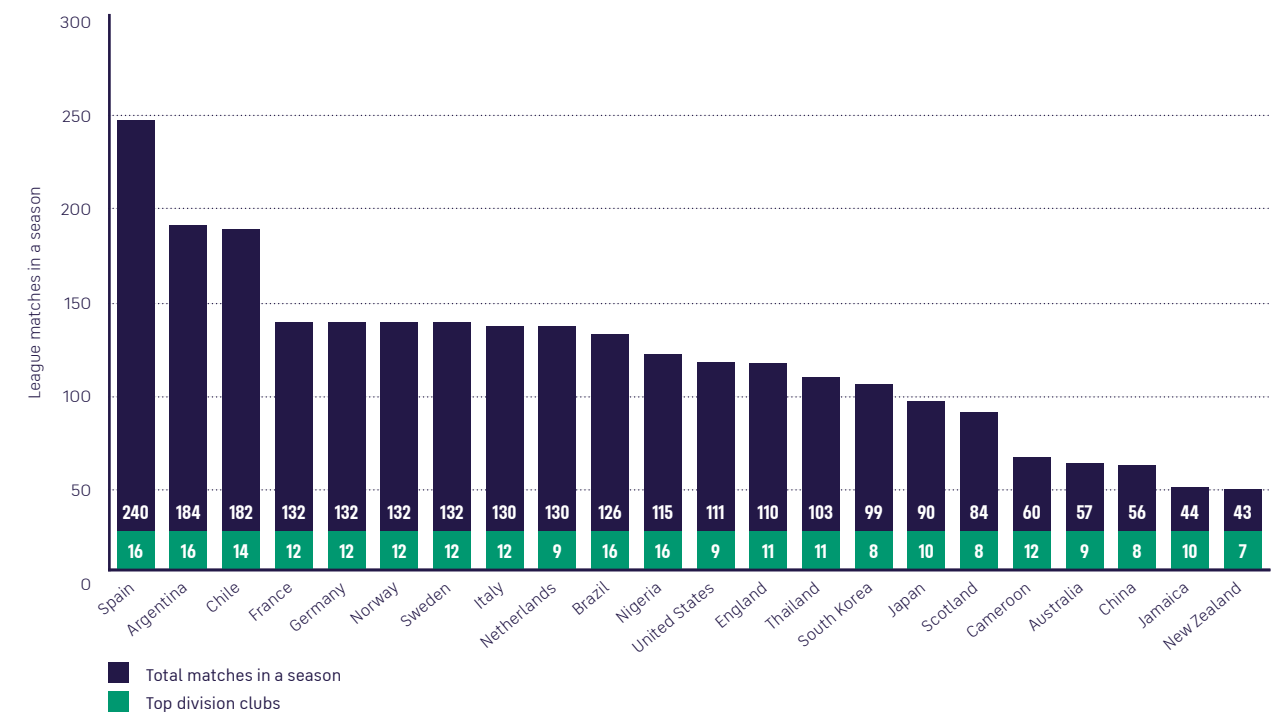
Hemos analizado las primeras divisiones de los 24 países participantes en la Copa Mundial Femenina 2019 de la FIFA. Es una muestra que abarca la mayoría de países donde el fútbol femenino se ha desarrollado a ritmo más rápido en los últimos años. Los datos muestran que incluso las mayores ligas constan únicamente de 16 equipos y, en promedio, las primeras divisiones analizadas tienen solo algo más de 11 participantes. En la mayoría de los países, las temporadas son relativamente breves y consisten en menos de 100 o 150 partidos en total (incluyendo eliminatorios). En la mayoría de las ligas, una futbolista puede jugar un máximo de 22 o incluso menos partidos por temporada, lo que apenas basta para un desarrollo sostenible. Como resultado, no es extraño que las jugadoras profesionales tengan que fichar para dos clubes de distintos países –incluso en los niveles más altos de la pirámide– con tal de prolongar su propia temporada y jugar el mayor número de partidos posible que propicie una carrera profesional. En demasiados

casos, las futbolistas se ven obligadas a jugar para más de un equipo, a fin de acomodar temporadas breves y cubrir deficiencias económicas. Existen solo algunas ligas profesionales, como la de Inglaterra (Superliga Femenina de la Federación), mientras que la amplia mayoría de ligas y clubes muestra diversos grados de profesionalidad. En muchos casos, tan solo un selecto número de jugadoras alcanza ese estatus, a menudo financiado por la federación nacional de fútbol. La inestabilidad económica ha hecho mella en muchas de estas ligas en el pasado, dando lugar a grandes intervalos inactivos dentro de una temporada, a cambios frecuentes en el número de participantes, y a la incertidumbre en torno a los encuentros.

Reconocemos que cumplir todos los criterios relativos al estatus profesional suele ser una labor costosa, que requiere compromiso y una estrategia a largo plazo. Se necesita mayor número de equipos de élite para elevar la calidad del juego en un país y dar lugar a una nueva era de mejores condiciones para las jugadoras. Aunque algunos de los países con mayor peso en el fútbol tengan una liga profesional ya establecida, el dominio de tan solo unos pocos equipos (y en ocasiones, de uno solo), crea un desequilibrio competitivo que perjudica el desarrollo del deporte a largo plazo.

FIGURE 14. TOP DIVISION CLUBS AND MATCHES IN 2019 FIFA WOMEN'S WORLD CUP PARTICIPANT COUNTRIES

Latest full season (2018 or 2018/19)



ESTUDIO DE CASO CALENDARIO INTERNACIONAL DE PARTIDOS

Existen cuestiones apremiantes en relación con el calendario internacional de partidos. En algunos casos, se dan demasiadas coincidencias entre los partidos de club y nacionales; en otros casos, no hay suficientes oportunidades para que las jugadoras accedan a un partido de competición.

Muchas jugadoras de selecciones nacionales experimentan la coincidencia entre los encuentros de club y nacionales. Ello apunta a la necesidad de que la FIFA y las confederaciones regionales realicen una mejor coordinación del calendario internacional de partidos con las ligas del fútbol femenino. Un segundo elemento tiene que ver con la estructura de la competición. Una jugadora podría ser convocada para representar a su nación, y podría incluso ser compensada por ello, pero en muchos países la federación no aplica los periodos destinados a tal fin en el calendario internacional de partidos. Por ejemplo, las jugadoras de la selección nacional de Colombia pasaron más de 700 días sin competir en un solo partido para su país, tras haber demostrado un sólido desempeño en la Copa Mundial Femenina 2015 de la FIFA y en los Juegos Olímpicos de 2016.

En Chipre, las futbolistas han estado abandonando la selección nacional durante la veintena porque nunca se han clasificado para jugar en la Copa Mundial Femenina de la FIFA ni en la competición europea de la UEFA. "Ni siquiera las chicas de 20 y 21 años tenían aliciente para seguir jugando", explicó una jugadora del equipo. La Federación de fútbol del país manifestaba de forma reiterada a las jugadoras que su nivel no era suficientemente bueno; tan solo recientemente, sus directivos acordaron que la selección nacional femenina participase en los partidos clasificatorios para la competición europea. Aunque ya es demasiado tarde para generaciones de jugadoras, Chipre comenzó a jugar sus primeros partidos clasificatorios para la competición femenina de la UEFA (en agosto de 2019) contra Escocia, Portugal, Finlandia y Albania.



Photo by: Dave Winter/Icon Sport

SALARIOS

Con frecuencia, la compensación económica es inexistente para las jugadoras, y además varía ampliamente de un país a otro, pero por lo general no alcanza para poder vivir dignamente. Como quedó establecido en el Informe Global sobre el Empleo 2017 de FIFPRO, los contratos detallados y por escrito son la excepción, y la mayoría de las jugadoras que son pagadas reciben sumas inferiores a los 600 dólares mensuales (tras deducir impuestos). No obstante, la Encuesta 2019 de FIFPRO sobre el fútbol femenino preguntó a las jugadoras de los equipos nacionales cómo había cambiado su salario anual en los últimos

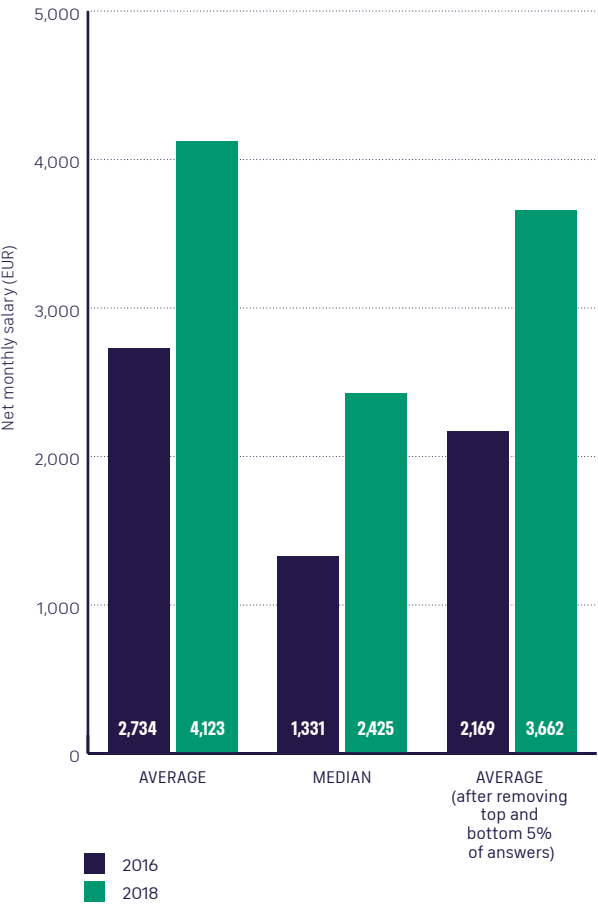
tres años, y uno de los principales hallazgos es que, en promedio, los salarios de los clubes llevan en alza desde el año 2016.

En 2019, hemos visto casos positivos en que se han garantizado a jugadoras y a equipos femeninos los mismos salarios mínimos que sus homólogos masculinos. En 2019, las ligas profesionales para hombres y mujeres organizadas en Australia (la A-League y la W-League, respectivamente) implementaron la misma condición básica para el salario mínimo en ambas ligas. Asimismo, en julio de 2019, el AFC Ajax fue el primer club profesional neerlandés en firmar un acuerdo colectivo para las futbolistas, garantizando a las mujeres el mismo salario mínimo, vacaciones, seguro médico y cobertura frente a pérdida de ingresos (garantía del 100% del contrato en caso de enfermedad o lesión de larga duración), que sus colegas masculinos. En 2019, la investigación realizada por France Football compiló una lista con la estimación de los salarios anuales satisfechos por el club a las 20 futbolistas mejor pagadas. En este grupo predominan las jugadoras en Estados Unidos y Francia, quienes ocupan 11 de esos puestos.

Ello no es sorprendente, dado que estos dos países albergan diversos clubes profesionales de éxito y gran popularidad.

Los datos muestran que existen grandes diferencias incluso en este grupo de primer nivel: la futbolista mejor pagada recibe un salario bruto anual de aproximadamente 400.000 euros, superior en más del 150% al salario de la jugadora que ocupa el lugar 20 del ranking. Para situar estos valores en perspectiva, por lo general se encuentran en el rango de lo que puede esperar ganar como media un futbolista profesional del fútbol masculino al año, en una primera división europea de tamaño medio (fuera de las “grandes cinco” ligas de Inglaterra, España, Alemania, Italia y Francia). Como añadidura, los futbolistas de los clubes masculinos de

FIGURE 15. SALARY RECEIVED FROM CLUB
(excluding those who do not receive salary at all)



Nota: Las cifras no toman en cuenta los contratos comerciales o fuentes de ingresos adicionales. Para facilitar su comparación, todas las respuestas han sido convertidas a cifras mensuales en euros.

élite (participantes habituales en la Liga de Campeones de la UEFA) suelen ganar lo mismo o incluso más en un mes, que lo que reciben las jugadoras mejor pagadas durante todo un año. No obstante, las cifras no tienen en cuenta contratos comerciales, que pueden ser significativos en el caso de las principales futbolistas. Tampoco se tienen en cuenta fuentes adicionales de ingresos.

Seis de cada 173 participantes en nuestra Encuesta 2019 informaron de no recibir ningún dinero por jugar: aunque solo representen el 3,6% de la muestra de jugadoras incluida en la encuesta, continúa siendo un porcentaje inaceptable. Se trata de mujeres que compiten en las Copas Mundiales Femeninas de la FIFA y que juegan en el primer nivel de su deporte.

PRESTACIONES NO ECONÓMICAS

Las prestaciones no económicas que proporcionan los clubes son una característica notable del fútbol femenino de élite. También se preguntó a las participantes en la Encuesta 2019 de FIFPRO sobre el fútbol femenino acerca de las prestaciones no económicas que recibían por parte de su club.

Alojamiento, alimentos y seguro médico, junto con inscripción a un gimnasio, fueron las prestaciones más comunes que indicaron recibir. El 17% de las encuestadas manifestó no recibir ninguna prestación por parte de su club (véase Gráfico 1). Igualmente, cabe mencionar que 'Otros medios de transporte' suele hacer referencia a que el club reintegra a la jugadora los costes del transporte público, y por lo general esa suma es relativamente pequeña.

Si bien estas aportaciones son importantes, es crucial reconocer que muchos clubes del fútbol femenino renuncian a su responsabilidad de remunerar económicamente a las jugadoras al proporcionarles estos recursos adicionales. Los clubes deben remunerar a sus jugadoras de manera adecuada, además de proporcionarles las correspondientes prestaciones no económicas.

FIGURE 16. DO YOU RECEIVE ANY OF THE FOLLOWING BENEFITS FROM YOUR CLUB?

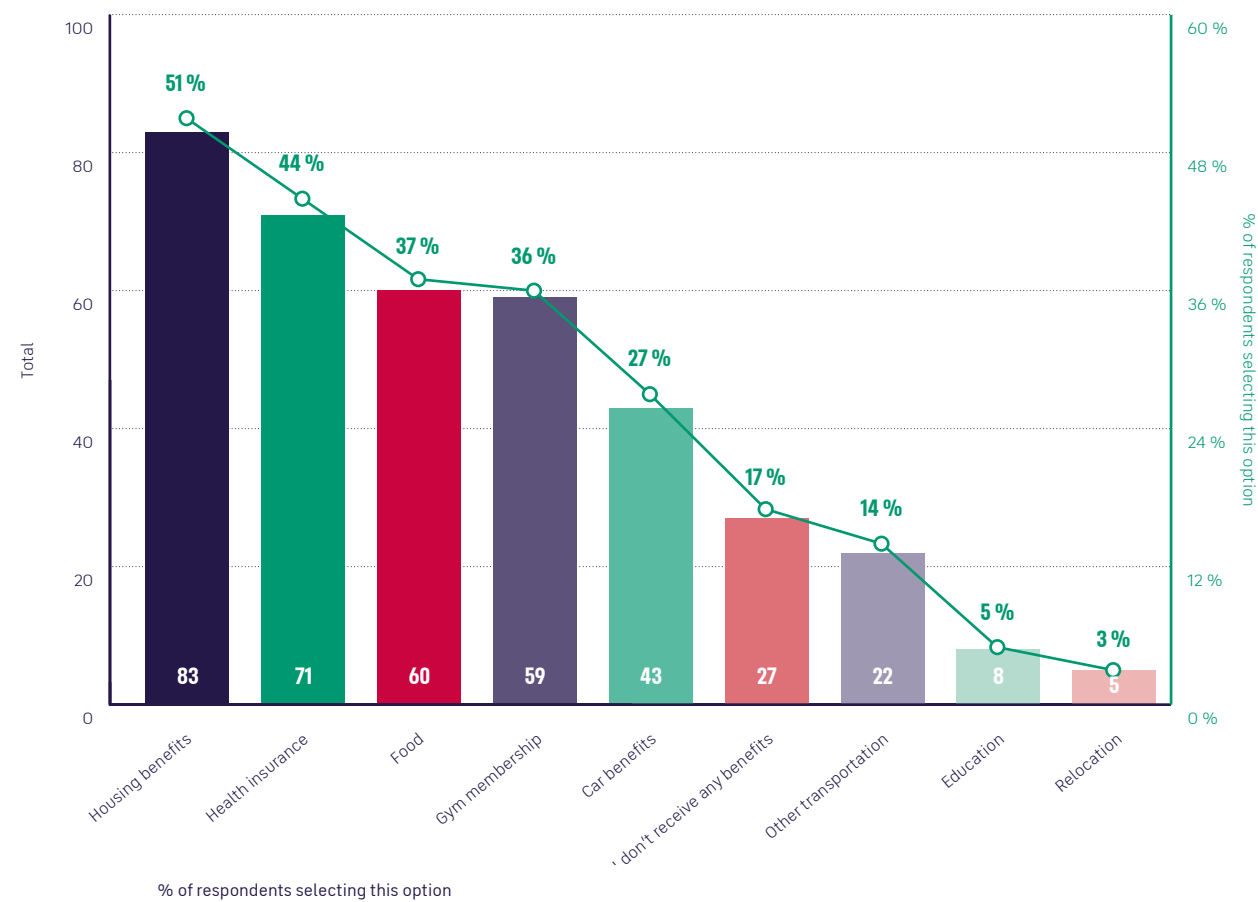
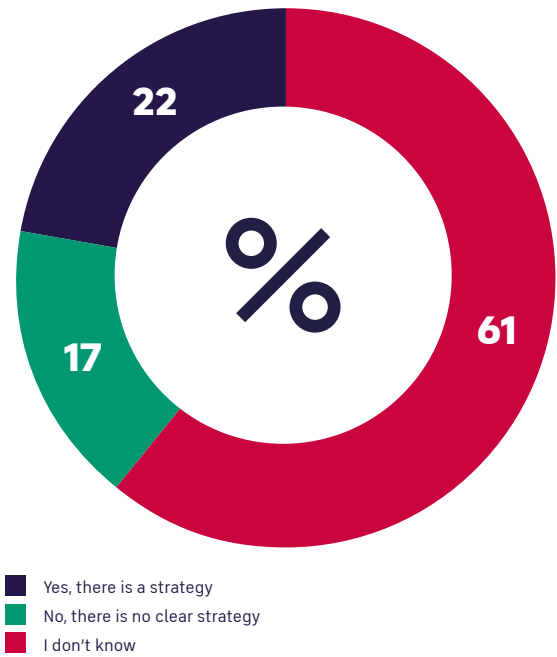


Photo by: Matthias Balk

FIGURE 17. DO YOU KNOW IF YOUR CLUB HAS A DEFINED STRATEGY FOR FOSTERING THE GROWTH OF ITS WOMEN'S TEAM?



ESTRATEGIAS, ESTRUCTURAS Y PERSONAL DEL CLUB

La mayoría de las participantes en nuestra Encuesta 2019 de FIFPRO sobre el fútbol femenino indicó que no había suficientes directivos altamente cualificados en la gobernanza del deporte, y que las jerarquías del fútbol club necesitan hacer avanzar el deporte del fútbol. La falta de creatividad en la tarea de marketing y promoción del fútbol femenino se citó también como reto frecuente.

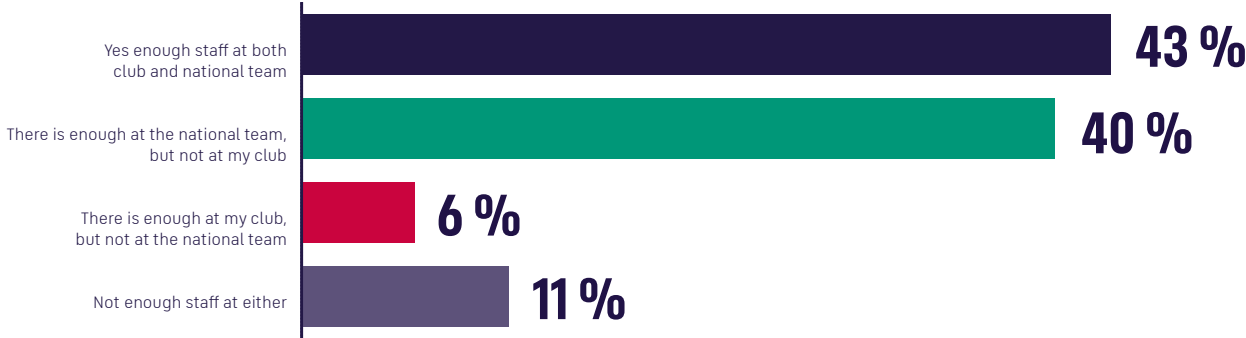
En nuestra Encuesta 2019 sobre el fútbol femenino, preguntamos a las jugadoras de los equipos nacionales acerca de los recursos y las estrategias para el fútbol femenino de sus respectivos clubes profesionales. Los siguientes datos aportan información muy reveladora:

- Un total de 105 jugadoras (77,7% de las encuestadas) afirmó que su club no tiene una estrategia clara, o no puede asegurar que la tenga.
- De ellas, más de la mitad (54) manifestó también que el personal del club es insuficiente: no existe bastante personal de apoyo para satisfacer sus necesidades como futbolistas. Únicamente 8 de ellas afirmaron que el club tiene suficiente personal.
- Un total de 23 futbolistas contestó que su club carece de una estrategia clara.

Igualmente, es alentador comprobar que cerca de la mitad (43%) de las encuestadas cree que hay suficiente personal empleado en su club y en su selección nacional para satisfacer sus necesidades como jugadoras. Pero es significativo comprobar que el 40% de las futbolistas considera que no hay suficiente personal a nivel de su club, mientras que el personal de la selección nacional es suficiente. Esto sugiere la necesidad de una mayor investigación para mejorar los recursos humanos en el deporte femenino de élite a nivel de club.

Cuando examinamos las funciones concretas del personal que las jugadoras consideran menos cubiertas,

FIGURE 18. DO YOU THINK THERE ARE CURRENTLY ENOUGH STAFF EMPLOYED AT YOUR CLUB AND NATIONAL TEAM TO FULFIL YOUR NEEDS AS A PLAYER? (% of respondents selecting this option)



debe preocuparnos comprobar que el fisioterapeuta, el médico del equipo y el entrenador asistente son los tres puestos más frecuentemente mencionados:

ENTORNOS DE ENTRENAMIENTO Y DE PARTIDO

La falta de adecuada infraestructura deportiva se citó como un reto por la mayoría de participantes en la Encuesta 2019 de FIFPRO para las partes interesadas. Ello no se limita únicamente a los estadios: incluso numerosos equipos profesionales tienen que lidiar con instalaciones de entrenamiento de estándar inferior.

Las instalaciones inapropiadas se tornaron un tema global de debate en 2015, cuando las jugadoras expresaron su negativa a disputar la Copa Mundial de la FIFA sobre césped artificial: algo que no solo las expone a mayores riesgos para la salud y a lesiones, sino que refleja también la discriminación de género.

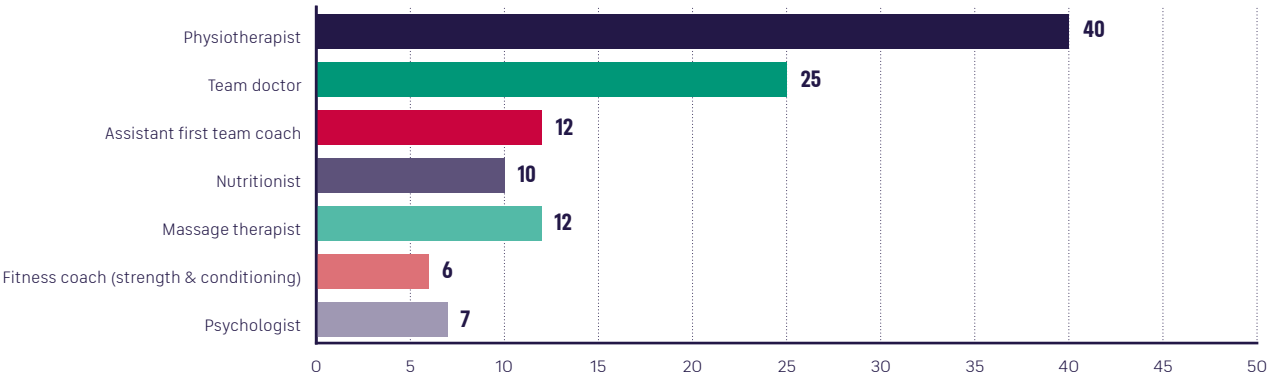
En 2017, las jugadoras de la selección nacional irlandesa denunciaron la humillación de tener que cambiarse de equipamiento deportivo en los aeropuertos, porque la Federación únicamente les prestaba la indumentaria. Las jugadoras de las selecciones nacionales de Argentina, Brasil y Colombia han llamado también la atención sobre el alojamiento, el transporte y las

instalaciones de entrenamiento inadecuados, que son muy inferiores a los de sus colegas masculinos. El sindicato colombiano de futbolistas, Acolfutpro, publicó un informe a finales de 2019 en el que analizaba las condiciones laborales de la Liga Águila Profesional Femenina, la liga profesional femenina de Colombia. Halló que ocho de cada 20 campos de entrenamiento para los equipos del campeonato femenino de 2019 (Liga Águila), no eran adecuados para la práctica del fútbol profesional: algunos de ellos no eran seguros, otros tenían una superficie irregular o sin hierba, y la mayoría carecía de instalaciones para vestuarios o duchas.

Si las mujeres llegan tan lejos para jugar al fútbol, podemos imaginar cómo avanzará el fútbol femenino cuando se den las condiciones adecuadas a nivel mundial.

Kelly Lindsey | Estados Unidos
Ex Jugadora profesional
CNN (marzo de 2019)

FIGURE 19. WHAT STAFF POSITIONS/ROLES THAT ARE NOT FILLED DO YOU MISS THE MOST?



Anotación: En muchos casos, las jugadoras dijeron que no hay disponibilidad de trabajo a tiempo completo para ellas. En otros casos, mencionan la ausencia de una persona calificada en el puesto.



Photo by: Maurizio Borsari/AFL0



ESTUDIO DE CASO

FIFA PROPONE CAMBIOS GENERALIZADOS PARA EL DESARROLLO DEL FÚTBOL FEMENINO

El 5 de julio de 2019 (dos días antes de la Final de la Copa Mundial Femenina de la FIFA), Gianni Infantino, Presidente de la FIFA, mantuvo una conferencia de prensa en la que esbozó cinco propuestas para el fútbol femenino. Entre ellas, se incluye la creación de una Copa Mundial de Clubes de la FIFA para el fútbol femenino; la creación de una Liga Mundial Femenina de la FIFA (FWWL); la ampliación de la Copa Mundial Femenina de la FIFA, que pasará de 24 a 32 equipos; la duplicación de la cuantía de los premios para la próxima Copa Mundial Femenina de la FIFA; y la duplicación de la inversión asignada al fútbol femenino durante el siguiente ciclo de cuatro años, pasando de los 500 millones a los 1.000 millones de dólares.

Sus declaraciones reconocen que se requieren nuevas iniciativas, incluyendo la creación y modificación de las competiciones, para garantizar que el poder del fútbol a nivel de élite (con sus ventajas asociadas) sea disfrutado en todo el mundo. Otro aspecto es el reconocimiento del papel crucial que desempeña el fútbol de clubes para el avance del fútbol femenino, y el impacto que los acontecimientos relativos al mismo tendrán sobre el panorama global y del fútbol internacional. Por ejemplo, la aspiración de la FWWL es incrementar la calidad y la cantidad de oportunidades de juego de los equipos nacionales femeninos de todo el mundo. Existirá un formato único, que permita el acceso para las 211 asociaciones miembro, con el desarrollo impulsado tanto desde un nivel superior, como desde un nivel inferior.

Infantino manifestó en la conferencia de prensa su intención de lanzar la Copa Mundial de Clubes para el fútbol femenino "lo antes posible." La FIFA había divulgado ya sus planes de ampliación de la Copa

Mundial de Clubes para el fútbol masculino, a disputarse cada cuatro años, a partir del año 2021. En noviembre de 2019, la FIFA y la Confederación Asiática de Fútbol (AFC) lanzaron un Campeonato de Clubes "piloto", que fue conocido como el Campeonato Piloto de Clubes para el fútbol femenino 2019 de FIFA-AFC. Esta edición piloto incluyó a cuatro equipos de la AFC y se disputó durante cinco días, en Corea del Sur. El torneo adoptó un formato de liguilla, en el que el equipo Nippon NTV Beleza se alzó con la victoria inaugural. Las propuestas de inversión realizadas en sus recientes declaraciones, así como la oportunidad de alcanzar mayor visibilidad mediante la competición de élite, muestran que la FIFA se centra en garantizar un desarrollo que se transmita a lo largo de las estructuras del fútbol en cada país participante. Las propuestas pretenden animar el fortalecimiento de las competiciones domésticas y, en última instancia, de las estructuras de clubes, ligas y fútbol de base.



Photo by: Bagu Blanco/BPI/REX

EQUIPOS NACIONALES

PAGOS A LAS JUGADORAS

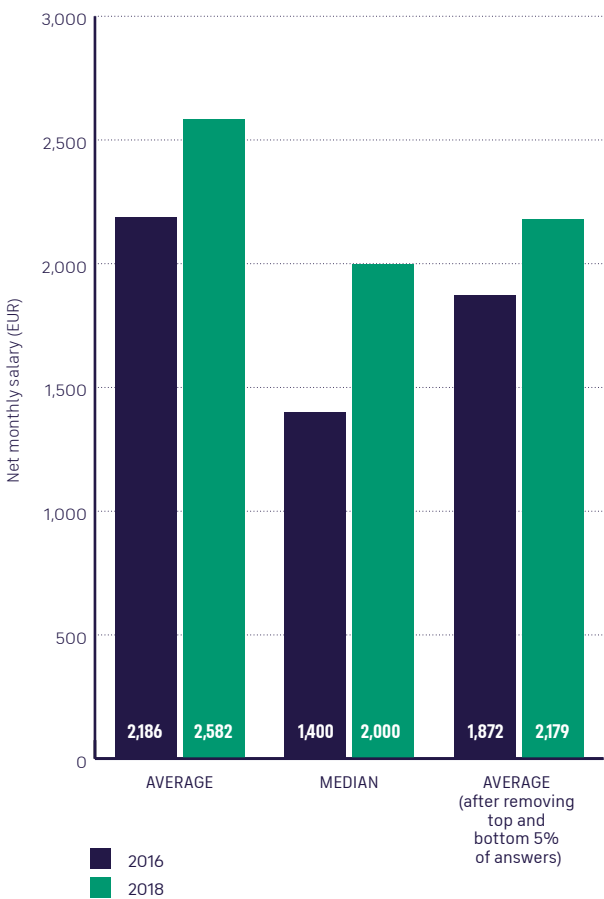
Muchas jugadoras de élite todavía tienen que enlazar unos ingresos del fútbol con otros, parcheando diversas fuentes, pues una sola de ellas --ya sea el pago de un único club o de la selección nacional-- con frecuencia no basta para que puedan mantenerse.

Las sumas pagadas por la aparición en los equipos nacionales son menos frecuentes que el salario satisfecho por el club, y raramente se recibe una compensación anual por jugar en la selección. Muchas jugadoras informaron en la Encuesta 2019 de FIFPRO de no haber recibido ningún pago por parte de sus respectivas federaciones (lo que explica la baja media del año 2016) (Gráfico 20).

Es una práctica común pagar únicamente a las jugadoras si hubo un campo de entrenamiento durante el mes o si jugaron partidos, y en algunos casos las jugadoras manifestaron recibir un pago de su federación cada 4 o 6 meses, mientras que otras afirmaron que solo cobraban si participaban en competiciones internacionales. También hay casos de sistemas de pago basados en el rendimiento, donde las jugadoras reciben compensación únicamente cuando ganan o empatan un partido. Debe mencionarse que los pagos a los equipos nacionales satisfechos por la federación suelen ser infrecuentes, y una parte de las jugadoras encuestadas no recibe ninguna suma en absoluto (aunque no se incluyen en este análisis). Los resultados muestran que, en los últimos años, se ha incrementado ligeramente la suma de los pagos mensuales a los equipos nacionales.

FIGURE 20. SALARY RECEIVED FROM NATIONAL TEAM

(excluding those who do not receive salary at all)



El año que viene termino la Universidad y me inserto plenamente en el mundo laboral.

Jugadora profesional | Eslovaquia
Encuesta 2019 de FIFPRO para el fútbol femenino

Asegurarse una base económica estable es una tarea compleja para muchas futbolistas de élite que viven en un estado constante de precariedad económica: lo que da lugar a que muchas abandonen el deporte prematuramente. Muchas de estas futbolistas buscan sin cesar modos de ocupar los periodos inactivos entre temporadas, por no mencionar que tienen que indagar dónde van a jugar la temporada siguiente para seguir desarrollándose y poder satisfacer el pago de sus facturas mensuales.

El 90% de las participantes en nuestra Encuesta 2019 sobre el fútbol femenino informó de que recibía sus ingresos por parte del club, y el 80% de su selección nacional (Federación de fútbol) (Gráfico 21). De manera significativa, el 25% de las jugadoras recibe sus ingresos del fútbol a través de otras fuentes distintas al club, a la selección nacional o al patrocinador. Las encuestadas podían seleccionar todas las categorías que les fueran aplicables, por lo que muchas de estas jugadoras probablemente reciben ingresos a partir de una combinación de fuentes. Sabemos también que muchas futbolistas tienen que jugar para dos o más clubes al año, con tal de poder llegar a fin de mes y rellenar los periodos vacíos en un breve calendario de temporada.

Incrementar el salario para que pueda hacer del fútbol mi prioridad.

Jugadora profesional | Dinamarca
Encuesta 2019 de FIFPRO para el fútbol femenino

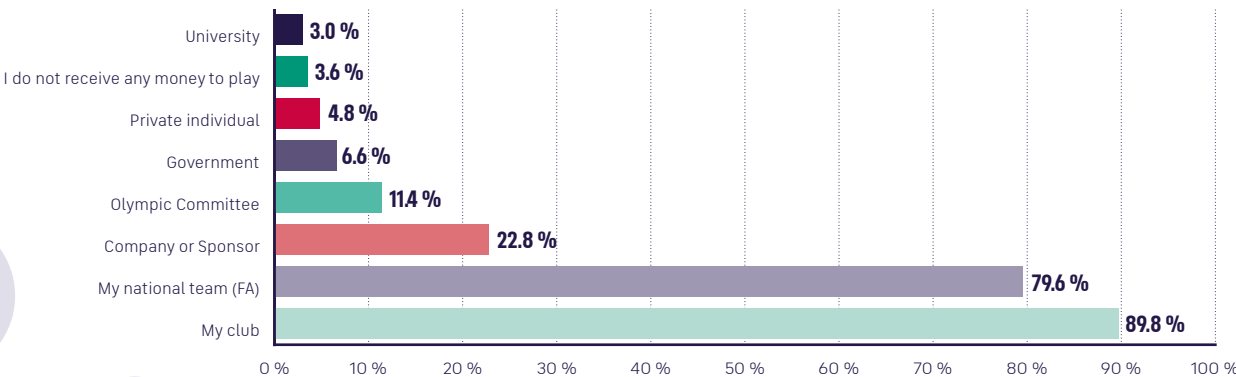
PARTICIPACIÓN EN LA COMPETICIÓN

En el seno de la FIFA, el 100% de sus asociaciones miembro tienen un equipo nacional masculino. Pero esa realidad es distinta para el fútbol femenino. El Gráfico 22 ilustra la disparidad existente entre el fútbol masculino y el femenino a nivel nacional, con el 73% de las 211 federaciones nacionales incluyendo un equipo nacional femenino en activo. No obstante, esta cifra representa también un aumento prometedor en el fútbol femenino, como puede observarse en el Gráfico 22: en 2017, solo el 55% de las federaciones nacionales contaba con un equipo nacional activo para el fútbol femenino.

FIGURE 21. SOURCES OF FOOTBALL INCOME

From which sources do you receive your football income?

(Percentage of respondents selecting the option)



El Informe 2019 sobre las asociaciones miembro manifiesta que el 73% de las mismas cuenta con un primer equipo nacional femenino. Por definición, los equipos activos son los que han jugado al menos cinco partidos contra equipos clasificados oficialmente, en los últimos 18 meses. Por lo tanto, el 27% de las asociaciones miembro de la FIFA tienen primeras selecciones nacionales femeninas inactivas.

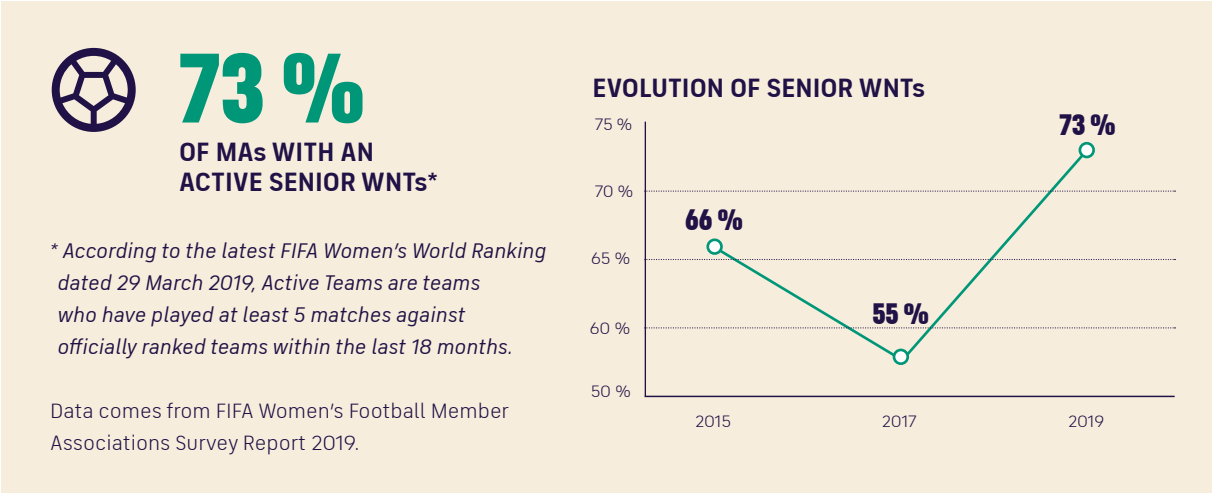
Sin embargo, es importante destacar que la definición de la FIFA de 'activo' no tiene en cuenta la regularidad y la frecuencia del juego. En otras palabras, un equipo no necesita haber jugado de manera constante durante 18 meses, sino simplemente haber jugado en cinco ocasiones. Por ejemplo, los cinco partidos podrían

haberse celebrado en uno de los periodos concretos de la FIFA, y con ello ese equipo se consideraría 'activo'.

FEDERACIONES NACIONALES CON ESTRATEGIAS DEL FÚTBOL FEMENINO

Recientes datos obtenidos por la Encuesta 2019 de la FIFA sobre el Fútbol Femenino de sus asociaciones miembro, muestra que el 76% de las federaciones nacionales tienen una estrategia para el fútbol femenino; y el 49.5% de las federaciones nacionales tienen un departamento del fútbol femenino. and 49.5% of national federations have a women's football department.

FIGURE 22. PERCENTAGE OF NATIONAL FEDERATIONS WITH ACTIVE WOMEN'S NATIONAL TEAMS (FIFA/COCA-COLA WOMEN'S WORLD RANKING, 03.29.19)



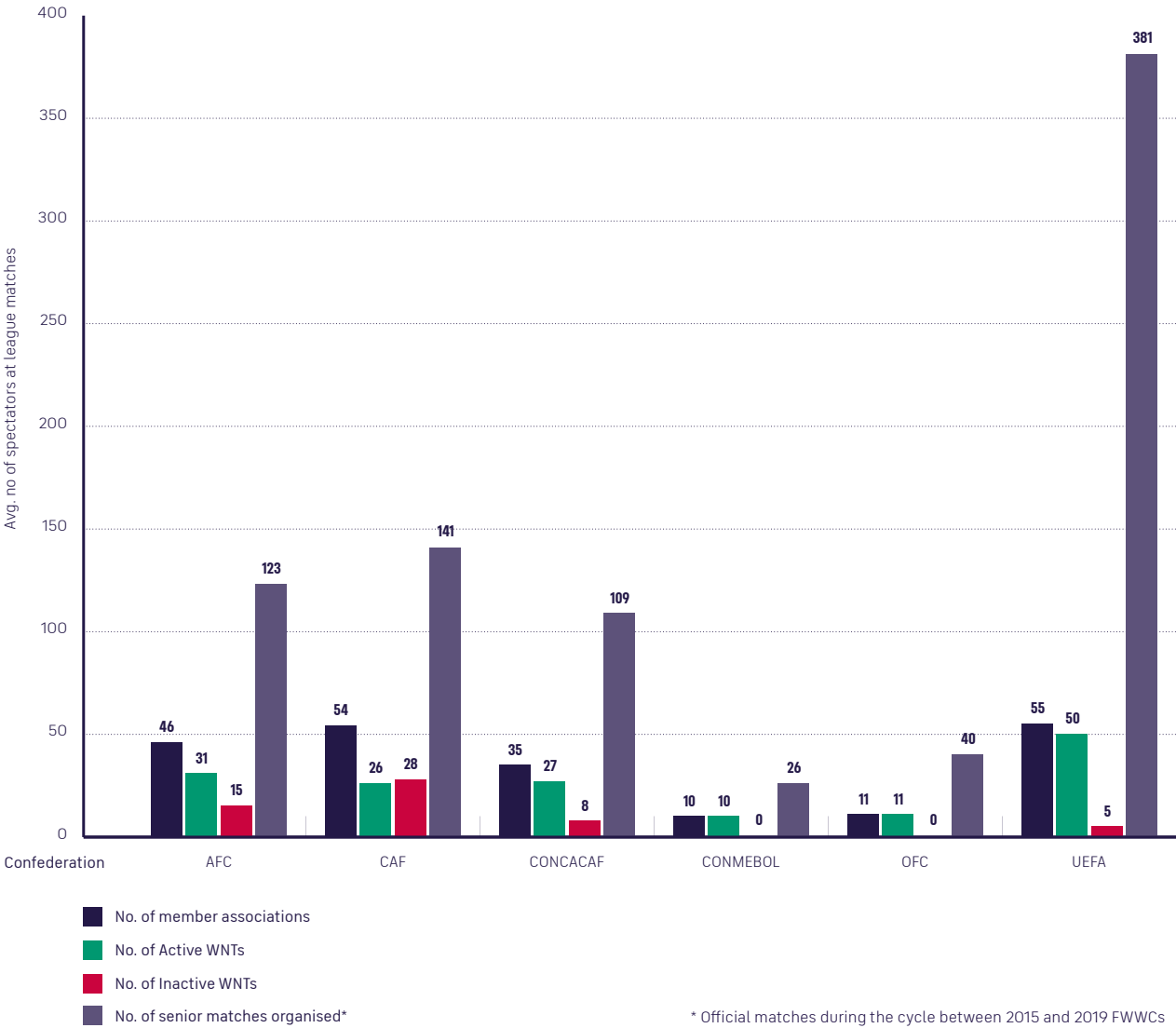
RESUMEN DE CONDICIONES PARA LAS JUGADORAS

Aunque algunos retos se mencionaron de manera casi universal como problemas de calado por todos los participantes en la Encuesta 2019 de FIFPRO para las partes interesadas, es obvio que cada país suele tener distintas prioridades, basadas en sus respectivos niveles de profesionalización. La importancia crucial de implantar adecuadas condiciones laborales fue destacada por el 80% de las partes interesadas participantes, quienes consideran que este punto es una de sus principales inquietudes y reconocen que el hecho de no proporcionar a las jugadoras las condiciones laborales adecuadas impide que puedan alcanzar su pleno potencial. Se destacó especialmente que los salarios todavía son bajos en la mayoría de los casos, lo que con frecuencia da lugar a que las jugadoras abandonen su deporte prematuramente y

mucho antes de haber alcanzado el punto culminante de su carrera.

Una parte considerable de participantes en la Encuesta 2019 de FIFPRO para las partes interesadas reconoció también que el desarrollo nacional del fútbol femenino se ve entorpecido por el estigma cultural negativo vinculado al mismo. Es obvio que las condiciones adversas que afrontan las futbolistas hoy en día están fuertemente enraizadas en sesgos y en nociones preconcebidas, que durante mucho tiempo han restado valor al fútbol femenino y a quienes participan en él. Estos sesgos se manifiestan en realidades palpables, por lo que el cambio en la mentalidad y en las actitudes forma parte crucial del avance requerido. Sin embargo, las futbolistas y su juego profesional ni pueden ni deben esperar; de hecho, no lo están haciendo, tal como presentamos en el capítulo siguiente.

FIGURE 23. ACTIVITY LEVEL OF WOMEN'S NATIONAL TEAMS BY CONFEDERATION



**ESTUDIO DE CASO
CONDICIONES DE VIAJE Y ALOJAMIENTO:
ARGENTINA**

La Federación argentina de fútbol organizó que la selección nacional masculina y la femenina jugaran en días consecutivos contra Uruguay, en Montevideo, en agosto de 2017. El equipo masculino disputaba un partido clasificatorio para la Copa Mundial de 2018, y el equipo femenino jugaba un precalentamiento antes de la Copa América Femenina 2018. Mientras que la Federación organizó para Lionel Messi y sus compañeros de equipo una estancia en un hotel de 5 estrellas en vísperas de su partido, dio instrucciones al equipo femenino para

que saliera de Buenos Aires a las 04:00 de la mañana, en autobús, el mismo día del partido -su primer partido en 18 meses- y de regresar inmediatamente a la finalización del mismo. Unos meses más tarde, las jugadoras protestaron por el trato recibido, posando en una fotografía del equipo sobre el campo de juego, tapándose las orejas con las manos y solicitando que los directivos de la Federación no hicieran oídos sordos ante sus quejas.

A photograph of a women's soccer match. In the foreground, a Jamaican player in a yellow jersey with the number 7 is dribbling the ball. An Italian player in a blue jersey with the number 10 is sliding in to tackle her. Another Jamaican player is visible in the background on the left. The background shows a blurred stadium with blue and white banners.

**NO SE TRATA SOLO DE
DINERO, SE TRATA DE
REAJUSTAR EL PRECEDENTE Y
DEFENDER LO QUE NOSOTRAS
Y LAS GENERACIONES
FUTURAS MERECEMOS.**

Chinyelu Asher | Jamaica
Stabæk IF

Instagram (septiembre de 2019)



ESTUDIO DE CASO PAGOS A LAS JUGADORAS Y CUANTÍAS DE LOS PREMIOS

El dinero destinado a premios y las cuantías garantizadas en base a la participación y a los resultados en una competición son una de las condiciones clave de los torneos. FIFPRO ha incluido tales sumas en los Estándares globales para los torneos internacionales, bajo el epígrafe 'Pagos a las jugadoras', pues representan fundamentalmente una redistribución de los ingresos generados por las competiciones a los equipos y, finalmente, a las propias jugadoras.

A medida que el proceso de profesionalización del fútbol femenino se abre camino --así como del deporte femenino en general--, la cuestión de las sumas insuficientes destinadas a los premios sale legítimamente a la palestra. El problema principal es que la suma que se destina a premios en las competiciones del fútbol femenino es mucho menor que en los torneos masculinos que organizan las mismas entidades (la FIFA, la UEFA, CONMEBOL, etc.).

La mayor suma de dinero destinada a premios para una competición femenina la ofrece actualmente la Copa Mundial Femenina de la FIFA, cuya cifra se dobló hasta alcanzar los 30 millones de dólares en el torneo de 2019. No obstante, esta suma todavía palidece en comparación con los 400 millones de dólares asignados a la Copa Mundial Masculina 2018 de la FIFA, y equivale únicamente al 7,5% de la suma total destinada a premios en dicha edición del torneo. Además, con anterioridad a la edición de 2007 del torneo femenino, no se destinaba suma alguna a premios.

Tras concluir el torneo de 2019, Gianni Infantino, Presidente de la FIFA, se comprometió a que la suma total destinada a premios volviera a doblarse (ascendiendo a 60 millones de dólares) para la próxima Copa Mundial Femenina, en 2023. No obstante, cabe observar también que esta noticia se conoció antes de anunciarse la ampliación de la competición, que pasará de tener 24 a 32 equipos, lo que reduce en parte la magnitud de dicha suma, pues tendrá que distribuirse entre mayor número de equipos nacionales. Además, la Copa Mundial

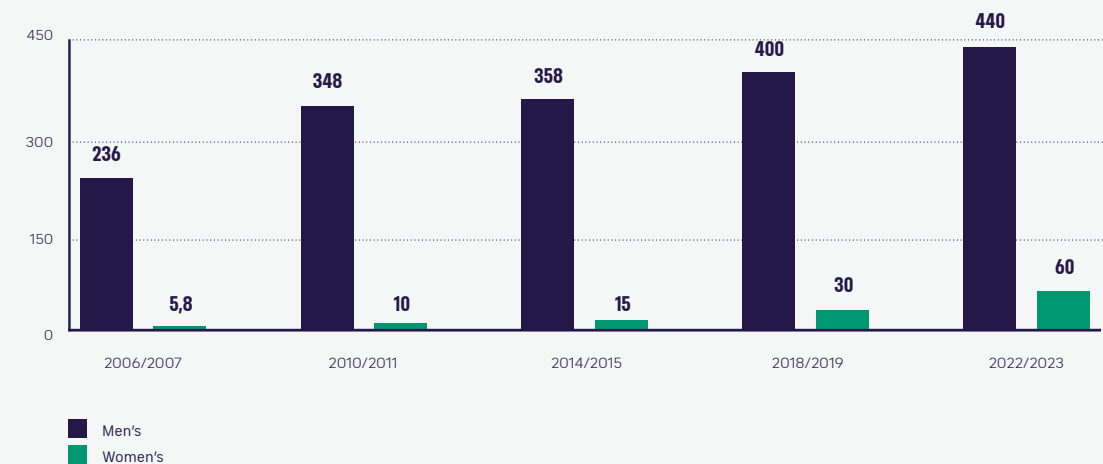
Masculina se beneficiará de un incremento de 40 millones de dólares para su próximo evento, en el año 2022, lo que sirve únicamente para ampliar aún más la ya excesiva diferencia en la suma destinada a premios entre los dos torneos. Debe mencionarse también que las sumas exactas del premio todavía no se han establecido, y que la FIFA ha dejado un margen de negociación hasta el año 2023.

El Campeonato de Europa Femenino de la UEFA ostenta la segunda mayor suma total destinada a premios (después de la Copa Mundial), que asciende a 9,2 millones de dólares, mientras que los demás torneos continentales quedan muy a la zaga. La Copa Africana de Naciones del fútbol femenino destina a premios una suma ligeramente inferior al millón de dólares, mientras que en otras confederaciones (AFC, CONMEBOL, CONCACAF), no se destina suma alguna a premios por jugar en las competiciones de equipos nacionales.

Respecto a las competiciones de club, la situación es similar. En la competición estrella de la UEFA, la Liga de Campeones Femenina, el club ganador recibió únicamente una prima de 250.000 euros en la temporada 2018/19, con una cifra total de 5 millones de euros destinada a premios. En comparación, la última temporada de la Liga de Campeones Masculina ostenta la cantidad total de 2.000 millones de euros destinada a premios.

En la Copa Libertadores de CONMEBOL las brechas continúan incrementándose, con escasos incentivos y un trato desigual. En 2018, la Copa Libertadores

THE EVOLUTION OF FIFA WORLD CUP PRIZE MONEY FOR MEN'S AND WOMEN'S (USD million)



masculina dobló la suma destinada a premios para el equipo campeón y el subcampeón, de 3 a 6 millones de dólares, y de 1,5 a 3 millones de dólares, respectivamente, con una suma total destinada a premios de 103,5 millones de dólares. En 2019, la suma para premios se incrementó un 50%, alcanzando los 211,1 millones de dólares, con un premio acumulado de 20,4 millones de dólares para el ganador. En 2019, la suma destinada a premios en la Copa Libertadores femenina fue de 285.000 dólares, asignando 85.000 dólares al equipo ganador. Los campeones masculinos ganan 240 veces más que los femeninos; dicho de otro modo, el premio para las mujeres representa un 0,41% del premio para los hombres.

VOZ DE LAS LAS JUGADORAS

5



Photo by: Dave Winter/Icon Sport

VOZ DE LAS LAS JUGADORAS

Las jugadoras tienen opiniones muy claras acerca de su industria. Con el tiempo, muchas de ellas trabajarán en la misma y contribuirán a modelar su deporte. Es esencial escuchar y comprender sus opiniones, intereses y valores para el juego y su profesión.

MENSAJES CLAVE DE NUESTRA ENCUESTA 2019 DE FIFPRO SOBRE EL FÚTBOL FEMENINO

BASES SÓLIDAS

Las jugadoras tienen una comprensión realista de las perspectivas de su carrera, y piden el avance no solo para ellas mismas, sino también para las próximas generaciones. No desean un avance a corto plazo, conseguido a expensas de soluciones duraderas para el deporte. Es importante seguir desarrollando un ADN propio del fútbol femenino. Ello significa proteger los activos característicos y valiosos que ha cultivado el fútbol femenino hasta la fecha, incluyendo la proximidad con los seguidores, los modelos de conducta accesibles y las oportunidades para la formación.

RECONOCERNOS

Para muchas futbolistas, el mayor reto de su generación continúa siendo la lucha diaria por el reconocimiento y por mantenerse en su deporte. Ello domina su perspectiva global sobre el fútbol femenino, y sus opiniones sobre las responsabilidades de la industria son observadas a través de este prisma. Su estatus como profesionales continúa estando poco definido en muchas partes del mundo. Los contratos suelen ser

precarios e impiden que muchas jugadoras puedan centrarse en las responsabilidades de su trabajo.

CAMPO DE JUEGO IGUALITARIO

Si bien las futbolistas muestran entusiasmo acerca de nuevas competiciones, muchas desean promover competiciones nacionales. Desean un campo de juego igualitario para los equipos, que garantice la mejor competición deportiva. Un campeonato competitivo definirá su valor comercial y respaldará las oportunidades de empleo para las jugadoras.

CONTANDO NUESTRA HISTORIA

El fútbol femenino ha llegado muy lejos, y nadie mejor que las propias jugadoras pueden dar fe de ello. Las futbolistas son muy conscientes de los obstáculos que ha superado el fútbol femenino, y de los que todavía tiene por delante. Ello ha dado a muchas futbolistas la fortaleza necesaria para luchar por la igualdad, tanto dentro como fuera del campo de juego. Muchas de ellas desean compartir sus experiencias y perspectivas acerca de sus trayectorias.

UNA RESPONSABILIDAD COLECTIVA

Las jugadoras han experimentado la negligencia y la desinversión de su deporte, y buscan una visión colectiva por parte de las federaciones, las ligas, los clubes, las confederaciones y la FIFA, que pueda desarrollar ese enfoque colectivo y un plan de acción para el fútbol femenino. Muchas futbolistas consideran también el papel clave que pueden desempeñar los clubes masculinos como fuentes de referencia en experiencia, infraestructura e igualdad de oportunidades.

Necesitamos mayor convicción hacia las futbolistas.

Jugadora profesional | Portugal
Encuesta 2019 de FIFPRO para el fútbol femenino



Photo by: Chloe Knott for The FA/REX

ACTIVISMO DE LAS JUGADORAS

A medida que su deporte se profesionaliza, las futbolistas de todo el mundo se organizan y exigen mejores condiciones. Uniéndose a sus sindicatos nacionales y estableciendo otros nuevos, están desarrollando la representación colectiva. Igualmente, desarrollan acuerdos de negociación colectiva con sus federaciones y ligas a nivel nacional, al mismo tiempo que se unen de manera solidaria a nivel internacional para exigir condiciones justas y equitativas en la Copa Mundial Femenina de la FIFA y en las competiciones regionales. De forma simultánea, muchas de estas jugadoras ven que su influencia se extiende más allá del campo de juego, aprovechando su creciente popularidad y visibilidad para sumar su lucha por los derechos laborales y de las mujeres a los movimientos de justicia social.

En las secciones que siguen, resumimos algunas de las últimas acciones y demandas de las futbolistas en todo el mundo, tanto a nivel colectivo como individual, que evidencian el movimiento global en curso y el poder de las voces de las jugadoras para provocar el cambio.

El fútbol femenino ostenta un rico historial de activismo de sus jugadoras, tanto a nivel individual como colectivo. Si bien este activismo ha adoptado diversas formas y ha sido llevado a cabo a través de numerosas vías y en distintos contextos en todo el mundo, en la mayoría de los casos ha consistido en demandar igualdad de oportunidades y en promover la lucha contra el trato prejuicioso, para garantizar que todas las futbolistas sean tratadas de modo respetuoso y justo. Esto ha creado un fuerte sentimiento de justicia y solidaridad entre las jugadoras.

Con una industria creciente y con la influencia del cambio en la economía mundial, el papel y el alcance de estas mujeres también están cambiando. Si bien muchas de las cuestiones por las que están luchando continúan igual que antes, las futbolistas están adquiriendo mayor visibilidad, reconocimiento, popularidad e imagen pública. En consecuencia, tanto a nivel individual como colectivo, las jugadoras están siendo conocidas más ampliamente y sus voces resuenan con más fuerza como estrellas mundiales y embajadoras de su deporte. Al mismo tiempo, se unen a sus colegas y a las mujeres de todo el mundo en la lucha por la justicia y por la igualdad.



ESTUDIO DE CASO DISCRIMINACIÓN Y ABUSO: UN PROBLEMA GLOBAL



La discriminación de género, el acoso sexual y el abuso representan problemas de primer orden en el deporte femenino y, en muchas regiones, el prejuicio hacia las mujeres que juegan al fútbol es constante.

Un reciente caso destapado en Afganistán revela el horrible trato que reciben las futbolistas. En noviembre de 2018, el mundo futbolístico fue sacudido por los alarmantes casos de abuso sexual denunciados por las jugadoras de la selección nacional femenina de Afganistán. Keramuudin Karim, el entonces presidente de la Federación afgana de fútbol (AFF), estuvo en el centro de tales alegaciones. Diversas mujeres que tuvieron la valentía de denunciar la situación se vieron forzadas a abandonar el país. FIFPRO facilitó su reubicación y presionó a la FIFA para que iniciara una investigación completa de los hechos.

En junio de 2019, la FIFA emitió una prohibición de por vida a Karim para ejercer su puesto, y le ordenó pagar una sanción de 1 millón de francos suizos. En octubre de 2019, la FIFA suspendió al Secretario General de la AFF por un periodo de 5 años, y le impuso una multa de 10.000 francos suizos por complicidad y por no haber actuado en relación con las alegaciones presentadas por las jugadoras. En la actualidad, la FIFA continúa investigando a otros directivos de la Federación. En Afganistán, se ha abierto una investigación penal contra Karim, entre otros. El fabricante danés de atuendo deportivo, Hummel, que patrocinaba al equipo femenino, retiró su colaboración con AFF, citando las alegaciones de abuso. Todos estos hechos transmiten un mensaje

claro a quienes pretenden abusar de su poder y explotar a las mujeres futbolistas: el abuso no será tolerado.

La valentía de estas mujeres ha iniciado un movimiento futbolístico global #MeToo, y se ha hecho obvio que Afganistán no es un caso aislado. Desde que salió a la luz el caso afgano, las denuncias de abuso sexual presentadas por las jóvenes y las mujeres futbolistas han surgido en todo el mundo, incluyendo Colombia, Ecuador, Gabón, Canadá, India y el Reino Unido. Existe una crisis de derechos humanos que debe abordarse de manera urgente, con notables repercusiones a largo plazo en la vida de las jugadoras.

A medida que crece el fútbol femenino, así también aumenta el riesgo de abuso. A nivel de gobernanza, se necesitan medidas adecuadas para garantizar que las jugadoras estén protegidas y seguras, y que tengan acceso adecuado a mecanismos de denuncia y de indemnización. Además, no existe un proceso claro para prestar ayuda urgente a las futbolistas afectadas. La FIFA y sus partes interesadas deben investigar y abordar plenamente estos problemas sistémicos, revisar sus propios sistemas para garantizar su transparencia y adecuación a los fines perseguidos, y establecer un proceso de asistencia para las víctimas y las denunciantes.



Photo by: Khalida Popal



ESTUDIO DE CASO SELECCIÓN NACIONAL DE EE.UU.: DEMANDA POR DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO



El 8 de marzo de 2019, Día Internacional de la Mujer Trabajadora, la selección nacional femenina de los Estados Unidos interpuso demanda por discriminación de género ante la Federación de fútbol de su país, alegando desigualdad salarial y deficientes condiciones laborales. Las jugadoras manifestaron que la discriminación las afecta más que la retribución, pues repercute hasta en el modo en que entrenan, en dónde juegan y con cuánta frecuencia, y en cómo se desplazan a los partidos, así como en el servicio médico y de asesoramiento que reciben.

Este equipo femenino estadounidense ha sido cuatro veces campeón mundial y tiene otras tantas medallas de oro en los Juegos Olímpicos. Las mujeres estadounidenses ocupan el primer lugar en la clasificación mundial, 30 puestos por delante que sus homólogos masculinos, y en 2018 generaron cerca de 20 millones de dólares más de ingresos: pero reciben mucho menos sueldo. Las futbolistas argumentan que el apoyo económico y la infraestructura que reciben por parte de su Federación son inferiores a los de sus colegas masculinos. Además, tienen obligación de jugar más partidos que el equipo masculino, y suelen ganarlos con mayor frecuencia.

La demanda estipulaba que si cada equipo nacional jugara y ganara 20 partidos amistosos al año, "las futbolistas de la selección nacional femenina ganarían un máximo de 99.000 dólares (o 4.950 dólares por partido), mientras que los futbolistas de la selección nacional masculina ganarían una media de 263.320 dólares (o 13.166 dólares por partido)". La brecha de género salarial de la US Soccer en torno a la Copa Mundial de la FIFA también es significativa, desde la suma pagada por clasificarse para la Copa Mundial, a las primas para el equipo, pasando por las primas por victoria o por avanzar hasta las fases de grupo, así como la suma en metálico por ganar la Copa Mundial.

Las futbolistas han expresado claramente que el problema es mucho más que una mera cuestión de dinero: se trata de garantizar condiciones laborales dignas y justas que les permitan trabajar y competir a su máximo nivel, así como de conseguir el apoyo y los recursos que merecen para poder generar el pleno potencial que su talento promete.



Photo by: Jonathan Moscrop

CRONOLOGÍA DEL ACTIVISMO RECIENTE DE LAS ATLETAS FEMENINAS

De manera generalizada y durante mucho tiempo, las atletas han defendido sus derechos y han ampliado su activismo a cuestiones de justicia social. No obstante, en los últimos cinco años se han destacado algunos grandes momentos en el deporte femenino. Las futbolistas han liderado gran parte de esa acometida, han generado impulso y han captado una atención sin precedentes.

Las futbolistas exigen la inversión en su deporte, la eliminación de las barreras que limitan la participación igualitaria en el fútbol, y un campo de juego equitativo en su conjunto. Sus demandas nunca han tenido tal potencial de llegar a la audiencia, y de captar su atención, como en la actualidad. Los recursos y las plataformas que poseen y definen las jugadoras a nivel individual y colectivo, así como las tendencias sociales generales, sugieren que su mensaje en pro de una sociedad y un juego más justos continuará amplificándose.



2016

USWNT

La selección nacional femenina estadounidense interpuso demanda contra la Federación de fútbol de los Estados Unidos por discriminación salarial, ante la Comisión para la Igualdad de Oportunidades de Empleo.

2015

2015 FIFA WWC

Un total de 81 jugadoras de 13 países solicitaron a la FIFA el cambio en su decisión de disputar la competición sobre superficies artificiales de juego, y optaron por presentar una demanda alegando motivos de discriminación de género.



2017

ENI ALUKO

En 2017, Aluko denunció valientemente la discriminación racial en el fútbol femenino de Inglaterra, y continúa utilizando su plataforma para exponer la injusticia racial en el fútbol.



2017

USA HOCKEY

El equipo femenino de hockey de los Estados Unidos anunció sus planes de boicotear el Campeonato Mundial, a menos que recibiera una compensación más justa y mayor apoyo.



2017

CRISTIANE

La destitución de la primera mujer seleccionadora del equipo nacional femenino de Brasil desencadenó la retirada de diversas jugadoras de primer nivel y desató un torrente de críticas contra la federación nacional de fútbol (CBF) por diversas cuestiones relativas al trato impartido a las mujeres. La futbolista estrella, Cristiane, se expresó con fuerza en esta lucha.



2018

WORLD SURF LEAGUE

Las surfistas profesionales lucharon por la igualdad en la cuantía de los premios, lo que dio lugar a que la Liga Mundial de Surf entregara la misma suma en los premios para las competiciones masculina y femenina en su Campeonato Mundial.



2018

SERENA WILLIAMS

Serena Williams, una de las mayores atletas de todos los tiempos, no solo se ha hecho oír en la lucha contra el sexismo y la necesidad de igualdad salarial, sino que también ha normalizado el diálogo respecto a las madres que vuelven al deporte de élite tras haber dado a luz.



2018

AFGHANISTAN WNT

En 2018, jugadoras de la selección nacional afgana denunciaron valientemente los casos de abuso sexual y discriminación en el seno de su Federación.



2018

WNBA

Las jugadoras de la Asociación Nacional Femenina de Baloncesto (WNBA) presionaron para recibir un mejor trato y compensación, retirándose de la participación en el CTT alcanzado con la liga.



2019

MEGAN RAPINOE

Jugadora del Reign FC e integrante de la selección nacional estadounidense, Rapinoe ha sido la voz dominante en la lucha por la justicia social, aprovechando su prominente estatus de estrella y la plataforma del fútbol para impulsar los derechos del colectivo LGBTQI, la igualdad de género y la justicia racial.



2019

USWNT

El 8 de marzo, las 28 jugadoras de la selección nacional de Estados Unidos demandaron a la Federación de fútbol estadounidense, exigiendo igualdad salarial y de trato.



2019

MACARENA SANCHEZ

La futbolista argentina Macarena Sánchez, que participó en el Foro FIFPRO de 2018, demanda a la Federación argentina y a su club, el UAI Urquiza, exigiendo el reconocimiento de su condición de empleada y de los derechos de las jugadoras.



2019

NADIA NADIM

Nadim, que huyó de Afganistán durante su infancia y adquirió el estatus de refugiada en Dinamarca, ha defendido los derechos de los refugiados. En 2019, fue nombrada embajadora del Consejo danés para los refugiados, y designada defensora de la UNESCO para las jóvenes y la educación de las mujeres.



2019

JAMAICA WNT

La selección nacional femenina de Jamaica denunció el impago por parte de la Federación, tras su primera participación en la Copa Mundial.



Photo by: Elise Amendola



ESTUDIO DE CASO CÓMO ABORDAR LA BRECHA DE GÉNERO EN EL DEPORTE



El tenis es uno de los deportes femeninos más populares. Las cifras de asistencia a los torneos suelen ser similares a las del tenis masculino, y las cifras de televidentes en ocasiones son incluso superiores. Por poner un ejemplo, la Final del Abierto Femenino de Estados Unidos en 2018 fue vista por 3,1 millones de espectadores, mientras que la Final masculina acaparó algo más de 2 millones.

El movimiento por la igualdad en el tenis fue iniciado por Billie Jean King en los años setenta. Junto con otras ocho jugadoras, fundó la Asociación de Tenis Femenino (WTA), exigiendo igualdad en las cuantías de los premios, y creando una sólida estructura para las competiciones así como un atractivo telón de fondo para los patrocinadores y las cadenas de teledifusión.

Hace unos 50 años, existía una enorme diferencia en la suma destinada a premios entre las competiciones de tenis masculino y femenino: las mujeres recibían tan solo un 20-40% de lo que recibían los hombres por los mismos resultados. El primer gran hito se produjo en 1973, cuando el Abierto de Estados Unidos introdujo la misma suma destinada a premios para los torneos masculino y femenino. El siguiente Grand Slam que introdujo la igualdad en los premios fue el Abierto de Australia, a partir del año 2001. Hubo un breve periodo en los años ochenta y noventa en que el dinero destinado a premios era ya similar entre los géneros, y es interesante observar que las mujeres recibieron incluso sumas mayores por premios en los años 1987 y 1988.

No obstante, la nueva política de igualdad en las sumas destinadas a premios se introdujo después. El Abierto de Francia fue el tercer torneo más popular en establecer una cantidad igualitaria para los premios en el tenis masculino y femenino, en 2006. Finalmente, Wimbledon decidió también unirse a los restantes Grand Slams: desde 2007, en los cuatro Grand Slams se

aplica la igualdad en las sumas destinadas a premios. Sin embargo, y aunque la suma de los premios en metálico para el tenis masculino y femenino en los cuatro principales torneos es la misma, ese no es el caso en las restantes competiciones de la Asociación de Profesionales del Tenis y de la Asociación de Tenis Femenino (WTA). A pesar de que la suma de los premios del tenis ha ido al alza, superando el doble de la suma registrada en el año 2009 (alcanzándose los 130 millones de dólares), y de que las tenistas de hoy en día tienen la oportunidad de conseguir grandes sumas de dinero mediante la promoción y disfrutan de una amplia cobertura en los medios, incluso el tenis (ejemplo frecuente de mejores prácticas en la lucha por los derechos de las mujeres en el deporte) sigue teniendo que luchar por condiciones equitativas de juego.

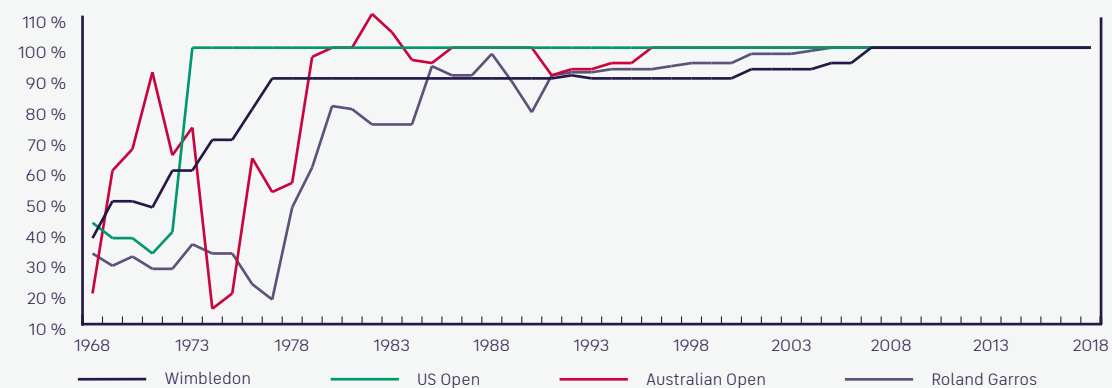
La tenista de primer nivel Serena Williams, que ostenta el récord de victorias en la mayoría de títulos de Grand Slam en la era de los Abiertos —y que ha sido la única mujer incluida en la lista Forbes de los 100 atletas mejor pagados en 2017— manifestó en 2018 la necesidad de que todos los jugadores reciban un trato equitativo en los pagos.

Para quienes creen que la igualdad en la suma de los premios del tenis está justificada porque las mujeres generan actualmente tantos ingresos como los hombres y poseen la misma y sólida demanda de televidentes y consumidores, hay que decir que dichos ingresos y cifras de espectadores son los efectos (no las causas) de dar a las mujeres una oportunidad en el deporte.

Todavía queda más trabajo por hacer (incluso en el tenis) para ampliar las oportunidades de las mujeres en el deporte, pero el fútbol puede cosechar ya algunas valiosas lecciones.

GRAND SLAM WOMEN SINGLES WINNERS' PRIZE MONEY BETWEEN 1968 AND 2018

(100 % = men's event prize money)



POPULARIDAD DE LAS JUGADORAS

A medida que las jugadoras adquieren mayor visibilidad y se expresan más enérgicamente en pro del cambio a nivel de su deporte y de la sociedad, están logrando un mayor posicionamiento como figuras influyentes en la esfera pública. A través de estas plataformas pueden publicitarse e impulsar el compromiso de la afición desde una posición central.

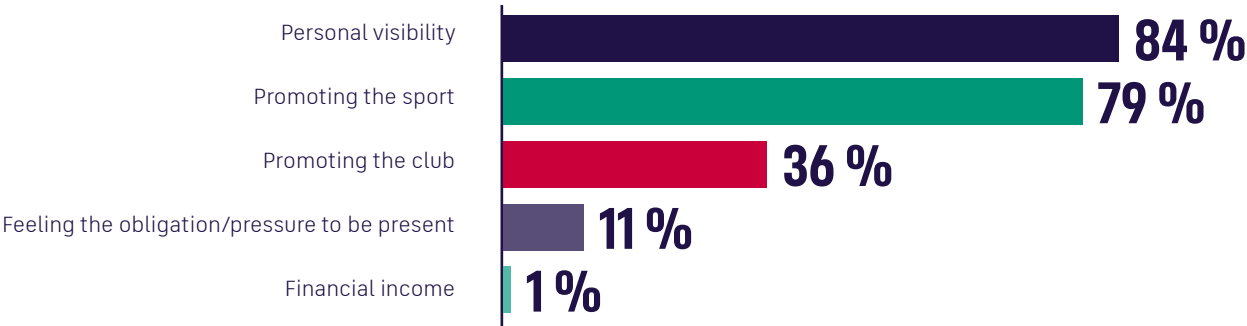
En ese proceso, evocan mensajes de inclusión, igualdad y autenticidad, pues exigen igualdad de trato y al mismo tiempo exponen que su contienda sobre el campo refleja las luchas más amplias de las mujeres más allá del juego.

Las futbolistas estrella son cada vez más capaces de aprovechar su estatus de iconos y la visibilidad que otorga la popularidad, a través de nuevos canales de medios para generar atención y captar apoyo para su deporte. Los aficionados están respondiendo, y los patrocinadores aprovechan la oportunidad. ¿Cuál es la posición de estas mujeres en comparación con el juego

masculino y con otras atletas femeninas para captar atención y aprovechar estas plataformas? Y ¿qué mensajes transmiten? Nuestro análisis muestra que se están produciendo cambios significativos, mientras que existe un amplio potencial para seguir aprovechando el poder y la influencia de las jugadoras estrella.

El 96% de las participantes en nuestra Encuesta 2019 para el fútbol femenino confirmó su actividad en las redes sociales. En cuanto a las plataformas, el 97% tiene actividad en Instagram; el 78% en Facebook; y el 54% en Twitter, y en muchos casos en más de una plataforma. Se preguntó también a las futbolistas los motivos principales para su actividad en estas plataformas: La mayoría de las encuestadas indicó que el motivo principal de su presencia en las redes sociales era la visibilidad personal (84%) y promover el deporte (77%). Alrededor de un tercio de las participantes indicó que lo hacía para promocionar al club (36%); y el 11% por presión y por sentir la obligación estar presente en ese espacio. Solo el 1% de las futbolistas manifestó que lo hacía como medio de obtener ingresos (Figure 24).

FIGURE 24. WHY ARE YOU ACTIVE ON SOCIAL MEDIA?



En general, tenemos que hacer más: tenemos que ser atletas, tenemos que ser un modelo a seguir, tenemos que liderar el camino para la próxima generación.

Alex Morgan | Estados Unidos
Orlando Pride
Time Magazine (mayo de 2019)

TOP 20 ACTIVE FEMALE PLAYERS BY NUMBER OF FOLLOWERS ON SOCIAL MEDIA (AUGUST 2019)

Facebook, Twitter and Instagram combined, million followers

PLAYER	POSITION	CLUB	COUNTRY	FOLLOWERS IN MILLIONS	6-MONTH CHANGE IN %
Alex Morgan	Delantera	Orlando Pride	Estados Unidos	16.8	34%
Megan Rapinoe	Centrocampista	Seattle Reign	Estados Unidos	3.6	180%
Sydney Leroux	Delantera	Orlando Pride	Estados Unidos	3.6	3%
Carli Lloyd	Centrocampista	Sky Blue FC	Estados Unidos	2.8	17%
Marta	Delantera	Orlando Pride	Brasil	2.8	92%
Ali Krieger	Defensa	Orlando Pride	Estados Unidos	2.0	22%
Kelley O'Hara	Delantera	Utah Royals	Estados Unidos	1.5	42%
Christen Press	Delantera	Utah Royals	Estados Unidos	1.4	31%
Julie Ertz	Defensa	Chicago Red Stars	Estados Unidos	1.4	48%
Lieke Martens	Delantera	FC Barcelona	Países Bajos	1.4	53%
Ashlyn Harris	Guardameta	Orlando Pride	Estados Unidos	1.3	37%
Tobin Heath	Centrocampista	Porthland Thorns	Estados Unidos	1.3	31%
Heather O'Reilly	Centrocampista	N.C. Courage	Estados Unidos	1.1	7%
Morgan Brian	Centrocampista	Chicago Red Stars	Estados Unidos	0.9	10%
Becky Sauerbrunn	Defensa	Utah Royals	Estados Unidos	0.9	13%
Toni Duggan	Delantera	FC Barcelona	Inglaterra	0.8	21%
Eugenie Le Sommer	Delantera	Lyon	Francia	0.8	39%
Christiane Endler	Guardameta	Paris Saint-Germain	Chile	0.8	84%
Meghan Klingenberg	Defensa	Porthland Thorns	Estados Unidos	0.7	2%
Mallory Pugh	Delantera	Washington Spirit	Estados Unidos	0.7	85%



**CON DEMASIADA FRECUENCIA
OBSERVAMOS QUE LAS MUJERES
HAN DE DECIDIR ENTRE LA
MATERNIDAD Y SU CARRERA.
SERÍA TRISTE DESAPROVECHAR
NUESTRA RIQUEZA DE TALENTO
POR SENTIR QUE NO SE PUEDE
HACER AMBAS COSAS.**

Sydney Leroux Dwyer | Estados Unidos
Orlando Pride

Twitter (febrero de 2020)

ORGANIZACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA

La negociación colectiva en el fútbol profesional femenino contribuye a identificar el correcto equilibrio entre las condiciones laborales de las jugadoras y los recursos económicos de las ligas, los clubes y las federaciones para permitir el crecimiento sostenible del juego femenino. No obstante, no demasiadas futbolistas reciben la oportunidad de desempeñar un papel en el desarrollo de su industria.

ACUERDOS DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA DE LOS PAÍSES SEMIFINALISTAS EN LA COPA MUNDIAL FEMENINA 2019 DE LA FIFA

ESTADOS UNIDOS
CCT FIRMADO EN 2017



SUECIA
CCT FIRMADO EN 2017



El primer equipo del mundo en la clasificación, Estados Unidos, ostenta las mejores condiciones para sus jugadoras, tal como se negociaron en su nuevo CCT. Suecia firmó también un nuevo acuerdo en 2017, con condiciones notablemente mejores y que garantiza la misma estructura que para sus homólogos masculinos. Igualmente, Inglaterra firmó un CCT en 2019 justo antes de la Copa Mundial, y el nuevo acuerdo alcanzado en los Países Bajos garantizará igualdad de condiciones con sus colegas masculinos a partir de 2023.

El ejemplo de la selección nacional estadounidense muestra también la importancia del desarrollo de talento de élite y el acceso a la igualdad de oportunidades para el desarrollo y la formación a partir de una edad temprana. La existencia de un reglamento nacional estadounidense en virtud del Título IX de la Ley de modificaciones al sistema educativo, de 1972, tuvo enorme repercusión sobre el sistema deportivo de los

Si examinamos los cuatro países que llegaron a las semifinales de la Copa Mundial Femenina 2019 de la FIFA --Estados Unidos, Suecia, Países Bajos e Inglaterra-- no es coincidencia que estos mismos países mantienen sólidos convenios colectivos de trabajo (CTT) en vigor entre sus selecciones nacionales femeninas y las federaciones.

PAÍSES BAJOS
CCT FIRMADO EN 2017



INGLATERRA
CCT FIRMADO EN 2019



Estados Unidos. Esta ley federal de los derechos civiles protege a las personas de toda discriminación basada en el género en todas las instituciones educativas que reciben fondos federales. Para el deporte, esto significa que los programas para atletas en todas las escuelas y universidades deben proporcionar igualdad de acceso, ventajas y oportunidades a ambos sexos. En la recientemente publicada Estrategia del Fútbol Femenino de la UEFA 2019 – 2024, se ha manifestado un compromiso clave por establecer acuerdos colectivos en el fútbol femenino, en sus 55 asociaciones miembros, antes del año 2024.

Aunque otras confederaciones todavía tienen que realizar compromisos similares, es alentador comprobar el incremento en la acción colectiva entre las futbolistas, que encuentran diversos modos de expresar sus inquietudes y demandas de mejores condiciones y de negociación colectiva.



2015

Las futbolistas de Italia consiguieron un avance importante en su afán por ser reconocidas como trabajadoras profesionales a tiempo completo. Tras amenazar con ir a la huelga, las autoridades futbolísticas del país acordaron finalmente dejar constancia por escrito de los principios acordados previamente.



2015

El equipo de la selección nacional australiana abandonó su campo de entrenamiento y canceló su viaje para jugar contra el equipo campeón del mundo, Estados Unidos, como protesta ante el irrespetuoso trato recibido por su federación; manifestaron que únicamente harían su aparición cuando se concluyera un nuevo CCT entre PFA Australia y la FFA.



2017

Después de que las futbolistas danesas protestaran por el impago y las condiciones de trabajo, negándose a jugar un partido contra Holanda y otro partido contra Suecia, clasificatorio para la Copa Mundial, el equipo danés negoció con éxito un nuevo acuerdo de cuatro años relativo a las condiciones laborales, con su federación. El acuerdo permite a las jugadoras compaginar su vida diaria con los deberes de la selección nacional.



2017

La selección femenina de Irlanda denunció las pésimas condiciones que recibía, como tener que cambiarse de equipamiento deportivo en los baños de los aeropuertos, o tener que compartir los uniformes. Las futbolistas irlandesas fueron representadas por el sindicato (PFAI) en las negociaciones con la Federación de fútbol de Irlanda (FAI).



2017

La selección nacional femenina de Argentina fue a la huelga en 2017 por el impago de 10 dólares en concepto de estipendio, y citó problemas estructurales y falta de recursos básicos para poder entrenar y jugar adecuadamente los partidos.



2017

Las futbolistas de Noruega firmaron un acuerdo de igualdad salarial con la Federación de su país, por el que los jugadores del fútbol masculino y femenino reciben los mismos salarios.



2018

A principios de 2018, las futbolistas de Nueva Zelanda alcanzaron un acuerdo histórico, por el cual tanto el fútbol femenino como el masculino reciben idénticas condiciones contractuales.



2019

La Federación finlandesa de fútbol anunció un nuevo acuerdo salarial de cuatro años de duración, por el cual las selecciones nacionales masculina y femenina reciben el mismo salario, y espera que su ejemplo inspire a otras entidades responsables del fútbol femenino.



2019

En noviembre de 2019, la Federación Nacional de Australia y el sindicato nacional de futbolistas alcanzaron un nuevo y trascendental CCT para 4 años, que cierra la brecha entre los equipos nacionales masculino y femenino del país.



Photo by: Greig Cowie/BPI/REX



ESTUDIO DE CASO LAS FUTBOLISTAS ASPIRAN AL CAMBIO EN SUDAMÉRICA



El registro y la participación de los equipos continúa siendo una de las preocupaciones clave.

A finales del año 2016, seis de los diez miembros de CONMEBOL: Argentina, Bolivia, Chile, Perú, Paraguay y Uruguay, fueron eliminados de la clasificación femenina de la FIFA tras haber estado sin jugar durante más de 730 días. Este estancamiento, emparejado a las oportunidades para las jugadoras de la región (que pueden compartir experiencias y organizarse colectivamente), motivó un movimiento en Sudamérica, encabezado por las futbolistas, que exigía un trago digno e igualitario.

El Foro Sudamericano de FIFPRO, celebrado en agosto de 2018, fue la primera reunión para las futbolistas regionales de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Uruguay y Venezuela. Esta reunión creó un espacio para la colaboración internacional entre las jugadoras, y destacó la importancia de la acción colectiva para que las mujeres alcancen acuerdos y progresen en la mejora de sus condiciones. Posteriormente, han sido muchas las acciones colectivas que se han llevado a cabo en defensa los derechos de las futbolistas en América Latina, como ilustran las siguientes páginas.



Photo by: Juan Karita

LAS FUTBOLISTAS SE ORGANIZAN EN SUDAMÉRICA

2016 — 2017 — 2018

Se lanza la primera liga profesional femenina en Colombia y Venezuela.

AGOSTO

Las futbolistas chilenas establecen su propio sindicato, ANJUFF. La organización colabora con el sindicato chileno de futbolistas y miembro de FIFPRO, SIFUP.

SEPTIEMBRE

Cristiane Rozeira renuncia a su puesto en la selección nacional de Brasil después de 17 años, debido a condiciones inadecuadas bajo las que tenía que entrenar y competir. En Argentina, la selección nacional va a una huelga de dos semanas para obligar a su federación a mejorar las condiciones.

OCTUBRE

Las jugadoras brasileñas escriben una carta abierta a su federación, respecto a las condiciones y al trato desigual que reciben las mujeres en la misma.

ABRIL

Durante la Copa América, la selección nacional femenina de Argentina exigió mejores condiciones al recrear la icónica celebración de gol y el gesto de protesta de Riquelme.

AGOSTO

FIFPRO celebra en Chile el Foro Sudamericano para el Fútbol Femenino, que congrega a jugadoras y a representantes sindicales de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Uruguay y Venezuela.

DECIEMBRE

Se concede a las futbolistas dos puestos en el comité ejecutivo de la Federación uruguaya de fútbol.



Photo by: ZUMA Press, Inc.

2019

Entra en vigor el reglamento de licencias de clubes de la CONMEBOL: para competir internacionalmente, los clubes deben disponer de una selección femenina y una categoría juvenil femenina.

ENERO

La jugadora argentina Macarena Sánchez, que participó en el Foro de FIFPRO, demanda a la Federación argentina y a su club, el UAI Urquiza, exigiendo el reconocimiento de su condición de empleada.

FEBRERO

Chile establece sus primeros contratos profesionales para las jugadoras. En Colombia, las futbolistas emprenden una campaña en las redes sociales para mejorar sus condiciones.

MARZO

Se lanza la primera liga profesional femenina en Argentina. AFA, en un acuerdo con el sindicato de futbolistas (FAA), destina aproximadamente 2.800 dólares a 16 clubes,

cubriendo el contrato profesional de ocho jugadoras por equipo. Ello equivale a un salario mensual de aproximadamente 350 dólares por jugadora, ligeramente superior al salario nacional mínimo en Argentina. Estas jugadoras reciben también cobertura de seguridad social y un examen médico previo a la temporada, por parte del sindicato de futbolistas. La Federación colombiana anuncia el fin de la liga profesional. El sindicato de futbolistas -ACOLFUTRO-, junto con las jugadoras y con el apoyo del Gobierno, revocó la decisión y el torneo ha mejorado, con un grupo de trabajo que incluye a las jugadoras y a representantes sindicales.

ABRIL

Futbolistas ecuatorianas acusan de abuso sexual a miembros del personal de la selección nacional. Una abogada y algunas futbolistas colombianas crearon AFUTCOL, un

JULIO

El sindicato colombiano de futbolistas ha solicitado la intervención del Tribunal Constitucional, alegando discriminación contra las futbolistas.

El partido de Brasil disputado en la ronda de 16 equipos, contra Francia, fue visto por más de 35 millones de personas a través de Globo TV (Brasil), la mayor cifra de espectadores nacionales de la historia en presenciar un partido de fútbol femenino.

NOVIEMBRE

El sindicato argentino de futbolistas y la federación de fútbol alcanzaron un acuerdo para regular la situación de las jugadoras en caso de embarazo. Las futbolistas recibirán su salario hasta que se reincorporen a la actividad, incluso aunque expire el contrato. Nuevo récord de asistencia en el fútbol femenino de Brasil: 28.862 personas vieron la final de la competición del Estado de São Paulo.

DICIEMBRE

Brasil y Colombia se han ofrecido como países anfitriones para la Copa Mundial Femenina de la FIFA 2023. Sería la primera vez que se celebra este evento en el continente sudamericano, lo que refleja la atención creciente que recibe el fútbol femenino.



Photo by: Richard Sellers

LLAMADA A LA ACCIÓN

6



Photo by: Gavin Ellis/TGS Photo/REX

LLAMADA A LA ACCIÓN

A medida que las futbolistas se organizan, la llamada a la acción es alta y clara: trato justo, trabajo digno, igualdad de oportunidades y derecho al desarrollo de una carrera viable como profesionales de su industria. Los jugadores son el recurso más importante de todos los equipos de fútbol, y el atleta es la parte central para la existencia del deporte. El potencial del juego y de la industria depende de que se alcance el potencial de las jugadoras; ello únicamente puede conseguirse bajo condiciones adecuadas que favorezcan su bienestar físico y mental, y que protejan su aptitud e integridad.

A medida que la industria del fútbol femenino adquiere impulso y acelera su desarrollo, llega el momento de que las partes interesadas en todos los niveles del mismo comiencen a considerar cómo priorizar las inquietudes de las jugadoras y asegurar que la trayectoria de crecimiento no eclipse sus condiciones de trabajo.

Aunque pueda haber numerosos modelos aplicables para promover el crecimiento de mercados de trabajo

sostenibles en el fútbol profesional femenino, existe un denominador común necesario: las condiciones de trabajo en que las jugadoras entrenan y realizan su actividad deben estar a la altura de las ambiciones y del potencial de su deporte. Ello implica el establecimiento de estándares globales básicos para las condiciones de las jugadoras, tanto a nivel nacional de club como a nivel internacional.

ESTABLECER ESTÁNDARES PARA LAS CONDICIONES LABORALES DE LAS JUGADORAS

Los estándares internacionales de trabajo establecen los principios y derechos básicos a nivel laboral. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) ha desarrollado un sistema de estándares internacionales de trabajo destinados a promover oportunidades para que las personas obtengan empleo digno y lucrativo, en condiciones de libertad, igualdad, seguridad y dignidad. Satisfacer dichos estándares laborales y crear las condiciones de trabajo que cumplan con los estándares nacionales e internacionales es esencial para las jugadoras en la industria del fútbol y para la protección de sus derechos como atletas.

IMPLEMENTACIÓN Y CUMPLIMIENTO

Establecer estos estándares laborales en la industria es esencial, pero la adecuada aplicación de los mismos está sujeta a su correcta implementación y

cumplimiento. Deberá realizarse un seguimiento de cómo se apliquen estos estándares sobre las condiciones de trabajo de las jugadoras, y deberán hacerse cumplir mediante la responsabilidad conjunta de la FIFA y de FIFPRO.

Estos estándares para las condiciones globales serán, únicamente, el mínimo exigido. Cómo se implementen estas condiciones variará notablemente entre las distintas regiones, las ligas y los clubes. Sin embargo, deben implementarse para garantizar que las jugadoras estén en el centro del desarrollo del deporte. Desde FIFPRO, no estamos sugiriendo un modelo ni una fórmula únicos para la implementación de estas condiciones; al contrario, las presentamos como ingredientes necesarios.





ESTÁNDARES LABORALES MÍNIMOS A NIVEL GLOBAL PARA EL FÚTBOL PROFESIONAL

Junto con la necesidad de reconocer los derechos laborales y los derechos humanos fundamentales de las jugadoras, es también necesario que la industria establezca un conjunto de estándares mínimos a nivel global para las condiciones laborales de las futbolistas profesionales. Las siguientes 12 categorías requieren normas laborales mínimas para el fútbol profesional femenino:



Nota: Cada una de estas categorías debe mantener un estándar mínimo, bajo el cual no podrá caer en ningún caso; no obstante, este estándar mínimo tampoco debe convertirse en un techo. Por ejemplo, la negociación colectiva puede y debe alentar al personal directivo (federación / clubes) a ofrecer a sus jugadoras mayores beneficios que los incluidos en los estándares mínimos



CONTRATOS

Los contratos por escrito son un componente esencial para el reconocimiento del estatus profesional de las jugadoras, y garantizan su protección en virtud del Derecho laboral. Convenios colectivos de trabajo entre las ligas y las jugadoras, así como entre las federaciones nacionales y las futbolistas, son también cruciales. La falta de contratos por escrito en el fútbol femenino genera inseguridad e incertidumbre profundamente asentadas, dejando a las jugadoras desprotegidas.



SEGURIDAD Y SALUD

Las futbolistas deben estar a salvo de condiciones precarias, y protegidas ante todo perjuicio surgido en su puesto de trabajo, incluyendo protección ante el abuso, la violencia y la intimidación.



ENTORNOS DE ENTRENAMIENTO Y DE JUEGO

Las futbolistas deben recibir la infraestructura, las instalaciones y condiciones materiales adecuadas para realizar su trabajo del mejor modo posible. Entornos adecuados de juego implican también recursos humanos idóneos.



SALARIOS E INDEMNIZACIÓN

Las futbolistas deben recibir sueldos dignos y regulares. Debe garantizarse el pago regular de los salarios, así como un salario mínimo.



CARGA DE TRABAJO

Las futbolistas deben disfrutar de periodos de recuperación y descanso obligatorio. En el entorno del club, las futbolistas deben disfrutar un pequeño descanso a mitad de temporada, así como un descanso fuera de temporada, que deberán considerarse permisos retribuidos. Se trata de garantizar la protección de sus derechos como trabajadoras, y que el elevado desempeño que se espera de ellas se sostenga en la salvaguarda de su salud física y mental.



PROMOCIÓN DEL EMPLEO

Las partes interesadas que representan a los empleadores, organismos rectores e inversores de la comunidad futbolística internacional deben emprender acciones para promover el empleo y el crecimiento sostenible del fútbol profesional. Esto significa: a) promover la participación en la competición; b) estabilizar e innovar competiciones; c) realizar el marketing de las competiciones; y d) garantizar un equilibrio entre la vida personal y la laboral.



PROTECCIÓN SOCIAL

La seguridad social es un derecho humano que responde a la necesidad universal de protección frente a ciertos riesgos vitales y necesidades sociales. Sistemas eficaces de seguridad social garantizan la seguridad de los ingresos y la protección de la salud. Deben garantizarse estándares mínimos de protección para las futbolistas --al igual que para los trabajadores de otras profesiones--, mediante programas de asistencia en caso de enfermedad, desempleo, vejez, accidente laboral y protección de datos, así como para la responsabilidad maternal y parental.



PROTECCIÓN DE LOS DATOS DE LAS JUGADORAS

Las futbolistas tienen derecho a la protección y a la explotación de su imagen, de sus datos personales y de desempeño. La protección de datos y específicamente, el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), es aplicable a la recopilación y el uso de los datos personales de las jugadoras. Los derechos de las futbolistas y la aplicación de los derechos de privacidad de datos para la industria del fútbol se subrayan más detalladamente en la Carta de Derechos del Jugador de FIFPRO.



LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA

Toda futbolista profesional tiene derecho a organizar y a incorporarse a sindicatos de futbolistas que sean independientes de la influencia del Gobierno y del empleador. Toda futbolista profesional tiene también derecho a la negociación colectiva.



NO DISCRIMINACIÓN

Toda futbolista tiene derecho a la igualdad de oportunidades, sin distinción de ningún tipo, y a estar libre de discriminación, intimidación, abuso y violencia.



ACCESO A RECURSO

Las futbolistas deben tener acceso a un recurso efectivo en caso de que se quebranten sus derechos. Las futbolistas deben tener los medios y la posibilidad de alertar a las autoridades sobre las lagunas y deficiencias en la aplicación de estas condiciones globales para su trabajo, y defender su adecuado cumplimiento.



FORMACIÓN

Para desarrollar plenamente su potencial, toda futbolista tiene derecho a la formación, así como a aspirar a una vida laboral y personal más allá del deporte, suplementada por los recursos que genere el mismo.

ESTÁNDARES LABORALES MÍNIMOS A NIVEL GLOBAL PARA EL FÚTBOL PROFESIONAL



ESTÁNDARES GLOBALES PARA LOS TORNEOS INTERNACIONALES

Por lo que respecta a los principales torneos internacionales, deberá establecerse e implementarse un estándar universal único para las condiciones de juego. Los organizadores de las competiciones deben establecer y hacer cumplir estas condiciones estándares, para garantizar que las jugadoras que participan en competiciones globales de élite –tanto a nivel de club como de selección nacional– queden protegidas y puedan rendir al máximo de sus capacidades.





INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO

La provisión de instalaciones adecuadas para el entrenamiento y la celebración de partidos es un elemento esencial de la competición: constituyen los terrenos en que las jugadoras se preparan y desempeñan su trabajo. La calidad y el estándar deben reflejar ese hecho. Las instalaciones y el equipamiento inadecuados plantean graves retos al desarrollo del juego femenino de élite.



ALOJAMIENTO

Un alojamiento determinado, adecuado para poder alcanzar un entorno que favorezca un elevado desempeño de los equipos, es importante para garantizar un buen descanso durante la competición. Ello tiene implicaciones como el número de futbolistas por habitación, la distancia entre los hoteles y los campos de entrenamiento, y diversos otros elementos propios de estos acuerdos.



TRANSPORTE

Las condiciones de transporte de los equipos nacionales a los centros de competición y de celebración de partidos son cruciales para el bienestar y el rendimiento. Ello tiene implicaciones sobre el modo de transporte, así como en las características de viaje, incluyendo la clase en los vuelos y las rutas directas.



SEGURIDAD Y SALUD

Debe protegerse a las futbolistas ante condiciones precarias de juego, y deben disfrutar de suficiente tiempo de recuperación y descanso. Todas las futbolistas de los equipos nacionales deberán tener cobertura médica completa en caso de que resulten lesionadas durante su desempeño para la selección nacional. El personal sanitario deberá constar de médico, entrenador físico, fisioterapeuta y psicólogo.



TECNOLOGÍA

Las nuevas tecnologías desempeñan también un papel clave en la evolución del fútbol, con materiales y dispositivos de vanguardia que precisan integrarse cada vez más en la experiencia de las jugadoras.



PERSONAL DEL EQUIPO

Para el buen rendimiento del equipo, es crucial que este cuente con personal experimentado y cualificado. La delegación de la selección nacional deberá incluir como mínimo un entrenador jefe, un entrenador adjunto, un coordinador del equipo, un jefe de prensa y un director del equipo, así como personal médico. Al menos un 30% de ambos géneros deberá tener representación entre el personal.



PAGOS A LAS JUGADORAS

Toda futbolista tiene derecho a recibir una parte justa por la actividad económica y la riqueza que genera su deporte, así como a recibir una remuneración y pagos justos, entre los que se incluyen los premios en metálico. Para algunas futbolistas que compiten por su país, enlazar los partidos de club y de la selección puede sumar una capa de estabilidad y de seguridad laboral.



PROGRAMACIÓN DE PARTIDOS

Los torneos de competición y las principales competiciones deben incluir un número adecuado de partidos, con un intervalo suficiente entre ellos. Igualmente, deberá tenerse en cuenta un intervalo suficiente entre los partidos de la selección nacional y los de club. Las federaciones nacionales deben recibir el mandato de aplicar los periodos del Calendario Internacional de Partidos destinados a tal fin, para participar en la competición.



PREPARACIÓN DE TORNEOS

Los recursos y la asistencia facilitados por el organizador del torneo deberán ser iguales para los equipos masculino y femenino que compitan en los respectivos eventos en preparación del mismo. Los recursos destinados a la preparación a través de la federación, del club o del jugador directamente, deberán reflejar la igualdad de género.



POLÍTICA PARENTAL

Las jugadoras deben poder acceder a condiciones de flexibilidad y permisos por cuestiones familiares y de cuidado infantil. Si una jugadora se retira temporalmente de la selección nacional durante el periodo de embarazo, no deberá perder ninguna compensación ni las prestaciones que le correspondan. Cuando una jugadora viaje con un bebé, deberá recibir el apoyo adecuado (estructural y económico) para el adecuado cuidado infantil.



NO DISCRIMINACIÓN

Toda jugadora tiene derecho a la igualdad de oportunidades, sin distinción de ningún tipo y libre de discriminación, intimidación, abuso y violencia.



PROTECCIÓN DE LOS DATOS

Las futbolistas tienen derecho a la protección y a la explotación de su imagen, así como de sus datos personales y de desempeño. La reglamentación de protección de datos es aplicable a la recopilación y al uso de los datos personales de las jugadoras. Los derechos de las jugadoras y la aplicación de los derechos de privacidad de datos en la industria del fútbol quedan destacados en más detalle por la Carta de Derechos del Jugador de FIFPRO.

ESTÁNDARES GLOBALES PARA LOS TORNEOS INTERNACIONALES

ESTATUS PROFESIONAL DE JUGADORA

Como punto de partida es crucial que se reconozca el estatus profesional de las jugadoras. En otras palabras, la tarea que realizan las jugadoras debe ser reconocida primeramente como un trabajo.

Uno de los mayores retos que afrontan muchas futbolistas de élite hoy en día es jugar bajo obligaciones profesionales sin serles reconocido el estatus profesional. Sin el reconocimiento de tal condición jurídica, la protección de los derechos laborales de las futbolistas está en riesgo, pues son excluidas del alcance de la legislación nacional sobre empleo y, además, no existe terreno sobre el que profesionalizar el deporte. Ello es un obstáculo directo y limita el despliegue del potencial del fútbol femenino: quizá se haya terminado con décadas de exclusión en el fútbol femenino, pero la falta de reconocimiento profesional representa otra forma de exclusión en nuestros días. Dado que tantas futbolistas profesionales no reciben tal reconocimiento por las partes interesadas del fútbol, tampoco disfrutaban de los derechos y las medidas de protección que les corresponden como trabajadoras. Una de las numerosas implicaciones de esta situación es que no pueden afiliarse a sindicatos ni negociar

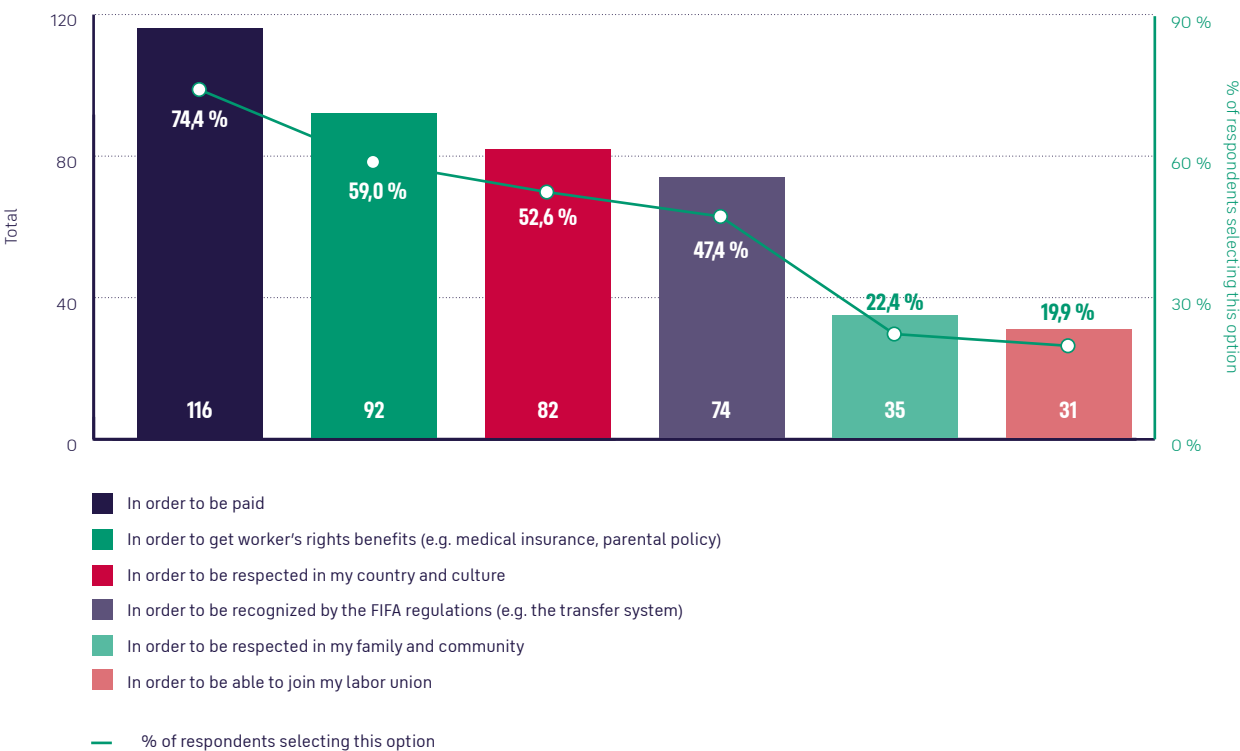
colectivamente las condiciones de su participación en el deporte. Empeora la situación el hecho de que las futbolistas apenas hayan exigido sus derechos y protección, debido a un largo historial de opresión en el fútbol. Más positivamente, la situación ha comenzado a dar señales de cambio en los dos últimos años, cuando jugadoras de diversos países (entre los que se incluyen Australia, Estados Unidos, Argentina, Brasil, Colombia, Irlanda, Suecia, Dinamarca y Nueva Zelanda), se están organizando y están defendiendo sus derechos.

Las futbolistas participantes en la Encuesta 2019 de FIFPRO manifestaron lo siguiente respecto a la importancia de adquirir el estatus profesional: (gráfico 25).

El éxito para el fútbol femenino llegará cuando las jóvenes no tendrían que trabajar en un segundo empleo para poder ganarse la vida

Jugadora de la selección nacional femenina de los Países Bajos. Encuesta 2019 de FIFPRO sobre el fútbol femenino

FIGURE 25. WHY PROFESSIONAL STATUS IS IMPORTANT - PERCEPTIONS OF PLAYERS



ESTUDIO DE CASO ESTATUS PROFESIONAL DE LAS JUGADORAS: ARGENTINA



Una de las naciones más forofas del fútbol, que cuenta con algunos de los mejores jugadores del mundo, tiene una cultura –a todos los niveles– de hostilidad hacia las mujeres en el fútbol. Tradicionalmente, la vida de las futbolistas en Argentina ha sido precaria.

Durante más de dos años, la selección nacional femenina estuvo sin jugar y la liga principal –basada únicamente en el capital– apenas sobrevivía sin el dinero inyectado por la Federación nacional de fútbol. Esto significó la falta de cobertura para personal médico, transporte, recintos de juego, nutrición, equipamiento, apoyo técnico, marketing, dinero para premios, salarios, alojamiento, y que no hubiera ninguna estrategia para potenciar la actividad.

Todo dependía de los clubes, y las futbolistas soportaban la mayor parte de la carga. Algunas, incluso pagaban a sus clubes por participar en la liga principal. Este escenario experimentó un importante cambio cuando se firmó un acuerdo entre la Federación (AFA) y el sindicato de futbolistas, Futbolistas Argentinos Agremiados, el 16 de marzo de 2019: el fútbol femenino en Argentina adquirió su condición profesional.

La liga se compone de una primera división de 16 equipos. El número mínimo de contratos profesionales es ahora de ocho por club, y las condiciones que se aplican a estas jugadoras profesionales son idénticas a las del fútbol masculino de cuarta división, en virtud de un convenio colectivo de trabajo (CCT): un contrato estándar, seguridad

social, revisión de la infraestructura realizada por el sindicato de futbolistas, y un grupo de trabajo establecido entre ambas partes.

Se ha anunciado que AFA proporcionará asistencia a los clubes que no tengan sus propias instalaciones, y que creará un centro de alto rendimiento en Buenos Aires. Se chequeará la salud de las futbolistas, sometiéndose a todas ellas a un examen médico gestionado por el sindicato. Adicionalmente, una copa federal promoverá el deporte fuera de la capital. El número de jugadoras se incrementará de manera inevitable dada la cláusula de continuidad incluida en el CCT, que manifiesta que las jugadoras con contrato profesional podrán transferirse únicamente a otro club manteniendo el mismo estatus.

La negociación fue impulsada por la acción jurídica que interpuso la jugadora Macarena Sánchez, que presentó una reclamación ante los tribunales nacionales en materia de empleo contra su club, el UAI Urquiza, y contra AFA, manifestando que llevaba trabajando 6 años para el club, y que ello todavía no había sido reconocido. Su caso jurídico todavía está pendiente de resolución en el momento de publicación del presente informe. Sánchez fue la primera futbolista de Argentina en firmar un contrato profesional.



Photo by: Julien Mattia/NurPhoto

CONCLUSIONES

7



CONCLUSIONES

Como muestra nuestra evaluación del crecimiento de la industria y de los actuales entornos de juego, la senda de crecimiento ascendente del fútbol femenino no ha sido lineal ni siempre progresiva, y existe una gran divergencia entre las regiones y competiciones, así como dentro de ellas. Sin embargo, hay signos alentadores: el fútbol femenino está repleto de oportunidades. Para promover el mayor desarrollo del deporte profesional en todo el mundo, esta expansión debe evaluarse y enfocarse desde un punto de vista externo al del negocio como viene siendo habitual, y debemos escuchar la voz de las futbolistas.

Es obvio que no existe ninguna fórmula universal que vaya a servir como modelo de talla única, pero una base de condiciones adecuadas y un trato justo, coherente y de amplio alcance, es la piedra angular para desarrollar el futuro del fútbol femenino. El crecimiento económico debe asentarse en el establecimiento de estándares laborales cuya implementación y cumplimiento a nivel nacional sea responsabilidad de las federaciones nacionales, las ligas y los clubes. En última instancia, cuando los estándares laborales entran en vigor, el crecimiento puede resultar en estándares de juego más elevados, mayor número de clubes profesionales, y competiciones más fuertes en todos los frentes; y ello tiene el potencial de convertirse en un ciclo virtuoso.

Diversas partes interesadas del fútbol femenino parecen reconocer cada vez más que las actuales condiciones son inadecuadas, y concuerdan en la importancia del cambio. En esta primera fase del desarrollo del deporte, surge la oportunidad (y se identifica la urgencia) de establecer derechos laborales básicos y fundamentales. Ello requerirá un esfuerzo colectivo por parte de los organismos rectores y de las partes interesadas junto con las jugadoras, a través de la innovación, la reforma y la regulación en las vías siguientes.

Necesitamos que todas las partes se unifiquen y actúen al unísono.

Jugadora profesional | España
Encuesta 2019 de FIFPRO para el fútbol femenino

LIDERAZGO: DESARROLLAR UNA VISIÓN UNIFICADA

Una visión clara y unificada debe ser el punto inicial que oriente la planificación para el crecimiento futuro del deporte. Para algunas partes interesadas, el fútbol femenino continúa siendo principalmente una iniciativa de responsabilidad social. Otras, en cambio, creen en el creciente poder comercial de este deporte y prevén explotar su potencial. La FIFA ha publicado su primera estrategia para el fútbol femenino, y muchas confederaciones están siguiendo su ejemplo. La Estrategia del Fútbol Femenino de la UEFA muestra signos alentadores, apostando por acuerdos de negociación colectiva y por condiciones generales para las jugadoras y su desarrollo. No obstante, todavía no se ha articulado una senda de desarrollo comúnmente aceptada que pueda fortalecer todas las iniciativas surgidas en el fútbol femenino.

GOBERNANZA: REFORMAR, INNOVAR Y REGULAR

Las condiciones dependen en gran medida de la gobernanza y de las acciones económicas de las partes interesadas, y conllevan liderazgo e inversión de recursos. Las normas, los reglamentos y las políticas que regulan el juego y todo lo relativo a él, ejercen una función central para modelar el panorama del deporte y las condiciones de juego en que trabajan las futbolistas profesionales. Esto conlleva una reforma de la política regional y global, la movilización de recursos, cambios en la normativa, y establecimiento de nuevos marcos de trabajo. Implica también a organismos rectores de este deporte, incluyendo la FIFA; a patrocinadores, inversores y medios de comunicación; así como a las federaciones de fútbol profesional: todos ellos deben seguir hallando modos de integrar a las futbolistas en sus estructuras, para alcanzar una representación justa y adecuada. Cuando el fútbol femenino se integre en las estructuras oficiales del deporte y las jugadoras en la normativa, en consecuencia podrán realizarse inversiones formales.

No podemos copiar enteramente el formato del fútbol masculino: tenemos que emprender otro camino.

Jugadora de la selección nacional femenina de Brasil,
Encuesta 2019 de FIFPRO sobre el fútbol femenino

INVESTIGACIÓN: RECOPIACIÓN, DOCUMENTACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

La FIFA reconoce que los reglamentos que rigen el juego son insuficientes y deben ser actualizados: las futbolistas deben ser tenidas en cuenta e incluidas adecuadamente en los reglamentos oficiales y en los sistemas de seguimiento de nuestro deporte. Por ejemplo, la integración de las jugadoras en el Sistema de Correlación de Transferencias de la FIFA tuvo lugar en el año 2018. Del mismo modo, se está reconociendo que los reglamentos relativos al empleo y al programa de juego para las futbolistas, incluyendo el Reglamento de la FIFA sobre el Estatuto y la Transferencia de Jugadores, deben revisarse y hacerse aplicables al fútbol femenino. Igualmente, es cada vez más obvio que los reglamentos del mercado masculino no deben aplicarse de forma ciega al fútbol femenino: ello podría dar lugar a cambios negativos (como la aplicación de las normas de indemnización por formación), que podrían obstaculizar significativamente el flujo de jóvenes talentos y el desarrollo de las jugadoras juveniles.

COLABORACIONES: CONSEGUIR LA PARTICIPACIÓN DE LAS PARTES INTERESADAS

La profesionalización no se detiene cuando más jugadoras alcanzan el estatus de trabajadoras a tiempo completo, ni con la implementación de estándares laborales: estos representan la base sobre la que los demás ingredientes pueden ser añadidos con firmeza. La profesionalización debe hacer presencia igualmente en los procesos comerciales y en un entorno favorable para el fútbol femenino. El compromiso de los patrocinadores, medios de comunicación y otros colaboradores emite un sólido mensaje para el mercado, y apunala la industria. Un argumento comercial viable es importante para garantizar la sostenibilidad financiera y un mercado estable, pero dicho argumento comercial no debe utilizarse para justificar el avance. Las futbolistas merecen el derecho de desarrollar una carrera profesional como tales.

VISIBILIDAD: DESARROLLAR EL PERFIL

Los deportes profesionales son una forma popular de entretenimiento, capaces de llegar a enormes audiencias. En los últimos años, mayor número de canales ha decidido incrementar su cobertura del fútbol femenino, especialmente tras el éxito de los torneos de equipos nacionales. Además, la inclusión, la igualdad, el juego limpio y una estrecha relación de las jugadoras con los seguidores son valores que suelen asociarse al deporte femenino. Ello sitúa al fútbol femenino en una posición privilegiada para mantener una función educativa, modelar indirectamente la percepción del público y cuestionar estereotipos. Adoptar esta función ‘embajatoria’, y exhibir esos valores, es una oportunidad para el fútbol femenino de ejercer una influencia positiva en la sociedad.

Potencial del futuro del fútbol

El modo en que valoramos nuestro propio producto, modela el modo en que otros lo valoran. La comunidad futbolística internacional no puede esperar que el fútbol profesional femenino alcance la excelencia si socavamos sus activos más valiosos — las jugadoras. Si bien el crecimiento del fútbol es impulsado por decisiones estratégicas de la industria y por oportunidades externas, a menos que las jugadoras tengan la oportunidad de desarrollar su pleno potencial, se obstaculizará el progreso. Condiciones laborales justas y adecuadas sentarán el terreno para un proceso sólido y estable de profesionalización y una industria floreciente. Pero estas condiciones no llegarán automáticamente en tándem con el crecimiento económico; en su lugar, requieren acciones de gobernanza desde los niveles superiores a los inferiores, para establecer estándares y garantizar su implementación en todas las ligas y los torneos del mundo. Si la industria del fútbol profesional cree en el futuro del fútbol femenino, este debe materializarse con las jugadoras como socias igualitarias que poseen un interés compartido en el futuro de su deporte.



**SON TANTAS LAS JUGADORAS QUE
HAN CONTRIBUIDO AL CRECIMIENTO
DEL DEPORTE HASTA SU ESTADO
ACTUAL... PERO NO OLVIDEMOS QUE
TODAVÍA QUEDA MUCHO POR HACER.**

Elise Kellond-Knight | Australia

Twitter (noviembre de 2019)

ANEXO

WORLD PLAYERS ASSOCIATION DECLARACIÓN UNIVERSAL DE DERECHOS DEL JUGADOR

Todo jugador:

1. **TIENE DERECHO** a un entorno deportivo correctamente regido, libre de corrupción, manipulación y fraude, y que proteja, respete y garantice los derechos humanos fundamentales de todas las personas que participan en el deporte o están vinculadas al mismo, incluyendo al jugador.
2. **TIENE DERECHO** a acceder al deporte y a seguir en él una carrera y profesión basada únicamente en el mérito.
3. **TIENE DERECHO** a la igualdad de oportunidades en el seguimiento de una carrera deportiva, sin distinción de ningún tipo y libre de discriminación, intimidación y violencia. El derecho de un jugador a la consecución de una carrera deportiva no puede quedar limitado por motivos de raza, color, nacimiento, edad, idioma, orientación sexual, género, discapacidad, embarazo, religión, opinión política o de otro tipo, ni por tener que hacer frente a sus responsabilidades como cuidador de terceros, de sus pertenencias, u en otra circunstancia de titularidad.
4. Que sea menor **TIENE DERECHO** al libre seguimiento de una carrera deportiva de manera incluyente, adaptada y segura, y a que se protejan, se respeten y se garanticen sus derechos como niño o niña.
5. **TIENE DERECHO** a trabajar, a la elección libre de su empleo, y a su libre circulación en pro de dicho trabajo y empleo.
6. **TIENE DERECHO** a la organización y la negociación colectiva, así como a establecer e incorporarse a asociaciones y sindicatos de atletas y jugadores para la protección de sus intereses.
7. **TIENE DERECHO** a recibir una parte justa de la riqueza y la actividad económica de su deporte que los propios jugadores contribuyen a generar.
8. **TIENE DERECHO** a recibir una remuneración y condiciones de trabajo justas y favorables, incluyendo salario mínimo, horario justo de trabajo, descanso, ocio, protección salarial, certidumbre de un contrato seguro, protección de su estatus como trabajador dentro de la relación laboral, y un salario igual por igual puesto de trabajo.
9. **TIENE DERECHO** a un entorno deportivo y laboral estable y seguro, que promueva la seguridad del jugador, su salud física y mental, y su bienestar social. Deberá recibir un trato y apoyo totalmente íntegros por parte de los profesionales de la salud en caso de lesión o enfermedad, y podrá mantener la dirección y el control respecto a tal tratamiento y apoyo.
10. **TIENE DERECHO** a recibir formación y a la consecución de una vida laboral y personal más allá del deporte, complementada por los recursos del mismo.
11. **TIENE DERECHO** a una vida privada, a la privacidad y a la protección en relación con la recopilación, el almacenamiento y la transferencia de datos personales.
12. **TIENE DERECHO** a la protección de su nombre, imagen y resultados de rendimiento. El nombre, la imagen y el rendimiento de un jugador podrán utilizarse con fines comerciales únicamente con su consentimiento, voluntariamente otorgado.
13. **TIENE DERECHO** a la libertad de opinión y de expresión.
14. **TIENE DERECHO** a la protección de la ley y a la igualdad ante la misma.
15. **TIENE DERECHO** al debido procedimiento jurídico incluyendo (cuando resulte acusado) la presunción de inocencia. Toda sanción deberá ser ajustada a derecho, justa y proporcionada.
16. **TIENE DERECHO** a la resolución de cualquier disputa mediante un mecanismo de resolución imparcial y diligente, en el cual deberá estar equitativamente capacitado para decidir sobre el nombramiento del panel de resolución, del árbitro o de cualquier otra persona u organismo decisorios. Su deporte correspondiente deberá garantizar que tenga acceso a un recurso efectivo cuando los derechos que le asisten en virtud de la presente Declaración no hayan sido protegidos o respetados.
17. **TIENE EL DEBER** de respetar los derechos de sus colegas de profesión en virtud de la presente Declaración, así como de respetar los derechos humanos fundamentales de todas las personas que participan en el deporte o están vinculadas al mismo.



Photo by: Maria Lysaker/CSM/REX



FIFPRO
FOOTBALL
PLAYERS
WORLDWIDE



fifpro.org



info@fifpro.org



+31 23 554 6970



Scorpius 161,
2132 LR Hoofddorp
Netherlands

*This report was realised in association
with KPMG Football Benchmark*

*Photo cover by:
ZUMA Press, Inc.*

*Main photo sources:
Hollandse Hoogte
Getty Images*