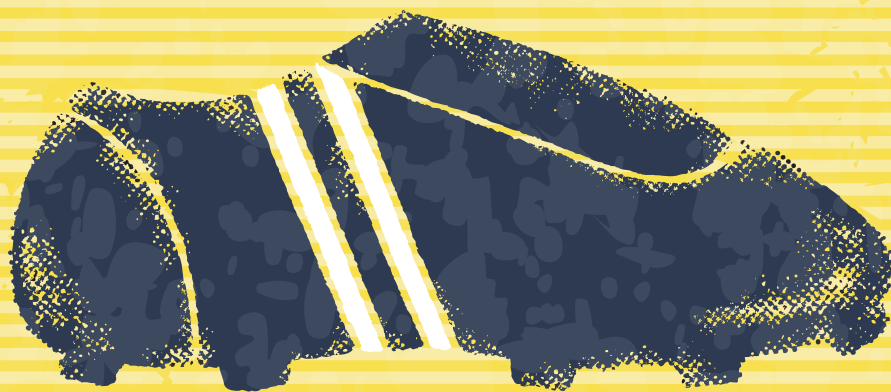


# SOCIEDADES ANONIMAS DEPORTIVAS



*¿tapones altos  
o tapones  
bajos?*

Gonzalo Javier Lema  
Abril 2018

cece

## **SOCIEDADES ANÓNIMAS DEPORTIVAS. ¿TAPONES ALTOS O TAPONES BAJOS?**

### **RECONOCIENDO EL CAMPO.**

¿Asociaciones civiles o sociedades anónimas? ¿Botines de tapones altos o bajos? Claro, la respuesta común es para qué. Jugar en una cancha embarrada suele dificultar la estabilidad, facilitar caídas y dar gran ventaja al rival. En cambio, si el suelo es duro, los tapones altos nos podrían provocar lesiones, y con menor gravedad lastimarnos la planta del pie. Jugar con tapones bajos los días de lluvia, puede traernos complicaciones. Si bien la opción de un tipo jurídico para la actividad futbolística no es tan sencilla como la elección del calzado, debemos centrarnos en qué queremos para el fútbol, y si ese deseo es viable. Por supuesto que esa elección debe corresponderse con el estado de situación de este deporte.

No sorprenderíamos mucho al lector si afirmamos que el fútbol, al igual que un sinfín de fenómenos fue afectado por la revolución de las comunicaciones, y la consecuente “globalización” de sus actividades. El flujo de transacciones de este deporte entre diversas latitudes llevó al récord de transferencias de futbolistas, transmisión de partidos de diferentes ligas, y la adopción de estilos de juego más homogéneos. Hoy, desde variados husos horarios y climas, se discute y polemiza en tiempo real, si un penal que decidía el pase a otra fase de la *Champions League* estuvo correctamente sancionado. Claro, ese partido se mira en vivo desde 185 países.

Otro aspecto menos difundido pero también cierto, es que el fútbol vivió ese proceso de globalización en desarrollo simultáneo con la “mundialización” de la actividad. El deporte de la “redonda” no sólo es un fenómeno cultural global que une la atención de todos los pueblos, también es acompañado por un *governance* muy complejo que lo regula. Es decir que hay reglas, pero que no imponen los estados, ni sus organismos multilaterales. Es más, esas intromisiones -incluso las de la justicia ordinaria- podrían ser sancionadas con severidad. “El mundo del fútbol” no coincide con ninguno de los siete criterios continentales que estudia la geografía, ni la división política convencional que aprendimos en la escuela. Para la entidad madre y reguladora planetaria, la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA), el mundo tiene seis continentes. América, aparece dividida en dos; la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL), y la Confederación de Norteamérica, Centroamérica y el Caribe de Fútbol (CONCACAF); África es coincidente con la Confederación Africana de Fútbol (CAF); Europa incluye a Rusia en la Unión Europea de Fútbol Asociado (UEFA); Asia es la Confederación de Fútbol Asiático (AFC), sin Rusia ni Japón, que para el fútbol integra

Oceanía en la Confederación Oceánica de Fútbol (OFC). Si bien las confederaciones fueron diseñadas antaño, las vinculaciones entre ellas fueron dibujando una trama muy particular desde los '90.

El futbolero medio sabe que, de los veinte mundiales de fútbol disputados, nunca una selección que no fuera europea o sudamericana (UEFA ó CONMEBOL), ha levantado el trofeo. Ni siquiera pudo alcanzar una final. El reparto hasta hoy es de 11 títulos para los europeos, y 9 para los sudamericanos. Así, **el mundo del fútbol se centra entre CONMEBOL y UEFA**, y no sólo por los resultados deportivos. Esta es una curiosa combinación exitosa de división mundial del trabajo en este deporte. UEFA y CONMEBOL se complementan de una manera muy particular; los europeos son exitosos en el negocio del *entertainment*, mientras los sudamericanos lo son en la formación y desarrollo de futbolistas. Claro que los dividendos no son parejos, y que las regulaciones favorecen esa desigualdad. Es más, amplían esa brecha. Sólo en 2015, 12.229 futbolistas partieron de sus países. 4.025 de ellos son argentinos, 3.456 brasileños, y 1.223 colombianos, Chile, Uruguay, y Paraguay los siguen en el ranking. Un dato, ilustra este perfil; los primeros exportadores de futbolistas en el Mundo son Argentina, Brasil, y Colombia, en ese orden. Los tres provenientes de la región CONMEBOL. El principal destino; Europa. (1)

El puente migratorio de futbolistas no es nuevo, pero sí se incrementa año tras año, y no sólo a los equipos más consagrados, sino también a aquellas categorías secundarias. Desde los '90 comenzó una escalada notable, y junto a ella una densa regulación respecto de las transferencias. Visto en el eje del tiempo, la Región CONMEBOL llevó las de perder, y como en todo análisis de pares opuestos, UEFA logró inmejorables rendimientos;

1995 y el fallo Bosman marcó un punto de inflexión. Se trataba de un litigio de carácter laboral comunitario (europeo), cuyo fallo condicionó a los clubes UEFA, y que FIFA decidió extender a través del TAS (tribunal de asuntos deportivos) a todas las confederaciones del mundo del fútbol. Los clubes de fútbol "extracomunitarios", en especial los de región CONMEBOL, debieron soportar el fin de las prerrogativas sobre la renovación contractual automática de sus propios jugadores, algunos formados desde los 9 años de edad en sus divisiones inferiores. De esta forma, al término de un contrato, los futbolistas en carácter de libres comenzaron a ofrecer sus servicios en clubes europeos sin que estos tuvieran que pagar transferencias sobre derechos federativos. La otra herida a las economías futboleras sudamericanas, fue la de diciembre de 2014. A partir de entonces, ningún particular pudo adquirir derechos económicos sobre jugadores de fútbol, instrumento que le permitía a los clubes formadores (mayoritariamente de CONMEBOL) financiarse con mayor comodidad. La cuenta es clara; si antes existían incontables inversores disponibles, ahora sólo podrán comprar porcentajes de jugadores las entidades adheridas a FIFA, en términos llanos, los clubes UEFA. No sorprende hoy en día, la insistencia del lobby europeo, para que todo futbolista menor de edad revistara la condición de "jugador libre". Esto significa que un adolescente de 17 años, ya prácticamente formado y crack de un seleccionado U19, no podría ser retenido por el club que lo formó desde niño, más allá de las

compensaciones surgidas del mecanismo de solidaridad, y los derechos de formación, que para estos casos serían dudosos y sometidos al TAS.

Los clubes europeos supieron marcar los *issues* correctos en la agenda institucional de FIFA, y el “mapa de calor” evidencia un gran avance relativo en ese juego de suma cero entre las dos confederaciones. Si bien es cierto que un cierto derrame favorece, en menor proporción, a otras confederaciones como la CONCACAF, aquello es un efecto colateral. Lo cierto y preciso, es que las regulaciones FIFA de los últimos años han perjudicado a los formadores y exportadores de talentos, y si consideramos que los tres primeros exportadores provienen de una misma confederación integrada por apenas diez Asociaciones Nacionales, la conclusión es expuesta; pierde CONMEBOL.

**Esta integración complementaria UEFA-CONMEBOL, se manifiesta con un perfecto *trade off*; UEFA es el productor del *entertainment*, mientras que CONMEBOL es el productor o formador del futbolista.** En esta relación, Sudamérica se ha descapitalizado notoriamente. En sus procesos, los costos han pasado a ser gastos a fondo perdido, debido a la imposibilidad de retener a sus futbolistas de acuerdo a las nuevas regulaciones FIFA. Su capacidad de financiamiento no institucional, redujo sustancialmente la cantidad de inversores producto de otra batería de reglas FIFA, con el consiguiente encarecimiento de los servicios financieros.

## **PRIMER TIEMPO. 0´**

### **LA ESTRUCTURA ECONÓMICA Y FINANCIERA DE UEFA Y CONMEBOL. EMPRESA VS. ....**

Aquí volvemos al casillero de inicio; ¿sociedades o asociaciones? Está claro que si un empresario hubiera invertido en un club sudamericano, y en otro europeo, en el primer caso sólo habría obtenido pérdidas, aunque las hubiera compensado con su equipo europeo. De eso se trata el desarrollo anterior. Ningún club de primera división del fútbol argentino tiene superávit corriente. Los gastos corrientes siempre superan a los ingresos corrientes, al menos así se verificaba hace no tantos años en un estudio sobre el fútbol argentino(2). ¿Cómo se compensaba, y se compensa ese déficit? Con la venta de un activo no corriente, es decir, jugadores (derechos federativos).

¿Qué tendría de atractivo invertir en el fútbol sudamericano? Un equipo de la *Premier League* inglesa cobra de promedio 120 millones de libras anuales (u\$s 170 MM), 150 el primero, y 100 el último (de acuerdo al mérito deportivo)(3). Está a la vista que mantenerse en la Premier garantiza un buen ingreso, más allá de la venta de abonos y sponsorización, y de la eventual participación en torneos europeos. ¿Qué incentivo tendría un empresario del fútbol en desarrollar el fútbol juvenil amateur (inferiores)? Como todo maximizador de resultados, su comportamiento racional lo empujaría a tratar de mantener la categoría, armando un equipo con un presupuesto lo menor posible a 120 MM, o al monto de total de sus ingresos. Y

para ello necesita contratos de corto plazo. En cambio, en el cono sur, los clubes necesitan de la formación de jugadores, sea para que ellos jueguen en su plantel superior, o para vender sus derechos federativos y equilibrar su déficit corriente. Debemos señalar aquí, que los contratos de transmisión de la Superliga Argentina distribuidos entre los 28 clubes alcanzan la suma de \$ 1.104 MM para el primer semestre de 2018 (u\$s 108 MM anuales, menos de lo que recibe el último de la *Premier League* que pierde la categoría), distribuidos \$60MM para River y Boca; \$48MM para Racing, Independiente, San Lorenzo, y Vélez; y \$36MM para el resto de los 22 clubes.(4)

Tal vez, el negocio de ese empresario del fútbol sea comprar, lo más barato posible, lo que producen en Sudamérica, y que ahora sólo se lo permite tanto en derechos económicos como federativos a los clubes poderosos. No muy distinto a cazar en un zoológico.

Sobreabundando en el mismo sentido, si tomamos la estructura de financiamiento de los clubes UEFA, y los CONMEBOL, el perfil es nítido y contundente. Según la investigación realizada por el Centro de estudios para la Productividad (FCE.UBA), la publicidad y sponsoreo en el fútbol europeo alcanza a los E 2.266MM, que representa el 42% de los ingresos; los derechos de tv, con E 1.948MM representan el 36%, en tanto que la venta de entradas, y cuota social de aquellos que los tiene, E 1.180MM, con un 22% en la partición de los ingresos. El reparo en nuestro país es bastante diferente, siempre respecto de los ingresos corrientes; lidera la participación del ingreso el rubro cuota social, y venta de entradas con el 48% (2014, aún concurría público visitante), los siguen los derechos de TV con un 30%, y la publicidad y sponsoreo con el 22%. (5) Entender la conformación estructural de la organización del fútbol de un lado y otro del Atlántico es medular. Obviarlo, y persistir en el copiar y pegar de las formas, sólo traen nuevas frustraciones. A la vista está el resultado de la Superliga Argentina de Fútbol. Por más empecinamiento por asegurar que la misma revolucionará “el negocio”, las pruebas exhiben un rotundo fracaso en todo sentido; económico, valorativo y deportivo.

## **SEGUNDO TIEMPO. 45´**

### **FÚTBOL; DEPORTE Y EMPRESA.**

Descriptas las características estructurales de los clubes europeos y sudamericanos, la pregunta es si las sociedades anónimas funcionarían en nuestra región, al menos, con las reglas vigentes, y su entorno tan particular. La figura de la sociedad anónima en nuestro derecho, es indisoluble del concepto de empresa. “Una preocupación de los autores, es establecer alguna forma de conexión entre las nociones de empresa y sociedad. La ley de sociedades comerciales reasume la tarea de una manera enérgica y simple: yuxtapone una y otra y, en consecuencia, acumula los elementos de la definición de empresa (según el código civil italiano) a su definición de sociedad. El resultado sería que una sociedad, para ser tal debe además ser una empresa” (6). Las sociedades por definición legal (art. 1 ley 19.550), están organizadas y permiten a sus socios

participar de los beneficios, es decir, de tener utilidades, podrían distribuirlas para su propio patrimonio personal, aunque también deberían soportar las pérdidas de la sociedad.

Con el desalentador diagnóstico económico financiero del fútbol en la región, sería difícil encontrar empresarios, **bajo las condiciones actuales**, que estuvieran dispuestos a perder su aporte de capital. ¿Existen posibilidades reales de obtener ganancias? Lo cierto es que determinados clubes las obtienen por el desprendimiento de sus activos, para el caso, sus jugadores profesionales a través de la venta de los derechos federativos y económicos. **A esta pregunta volveremos más adelante, a la hora de la definición por penales.** Queda claro, que las utilidades que esos clubes obtienen en la actualidad no se distribuyen, sino que quedan en la asociación para aplicarlo al objeto social.

Las trampas del lenguaje a veces nos confunden; los clubes en la actualidad no tienen socios, sino asociados, que no es lo mismo. El asociacionismo busca integrar a aquellos que se adhieren a un objeto social de un ente que promueve el bien común. Una finalidad altruista. Sus asociados y directivos trabajan y aportan para su sostenimiento, sin la especulación de lucro, pero si lo obtuvieran, los beneficios serían para la asociación. Si un asociado decidiera dejar de serlo, simplemente la abandona, y allí cesarían sus derechos y obligaciones. Lo que hubiera aportado, no califica como aporte de capital, porque su destino era sufragar los gastos comunes de la entidad. Si un asociado falleciera, también cesaría su carácter de asociado, y sus deudos no tomarían su posición, como sí lo harían en una sociedad comercial. Un cántico folclórico de los espectadores en los partidos reza “el club es de los socios”. Es impropio, no sólo porque el club tenga asociados y no socios, sino porque el club tampoco es de los asociados; **el club es del club, de eso se trata el asociacionismo.**

## **TIEMPO SUPLEMENTARIO. 90´**

### **TIEMPO DE DEFINICIÓN. BUSCANDO ALGUNA RAZÓN.....**

Las sociedades anónimas deportivas vuelven a estar en discusión. Ya lo estuvieron en los ´90, impulsadas por el entonces presidente del Club Atlético Boca Juniors, con un resultado negativo de 38 votos a 1 en el Comité Ejecutivo de AFA (su estatuto obliga a la forma de Asociación Civil). El pasaje de asociaciones a sociedades anónimas está previsto en el art. 3º de la ley de sociedades comerciales argentina. Los antecedentes internacionales en el fútbol se remontan a la década del ´80 en Italia (en Inglaterra siempre fueron sociedades), y a comienzos de los ´90 en España. “En marzo de 1981, la legislación italiana de deportes profesionales dio libertad a los clubes de fútbol para convertirse en empresas comerciales, pertenecientes a grupos económicos privados. (...) Subyacía la idea de que la transferencia del patrimonio de los clubes a empresas privadas sanearía las finanzas y moralizaría la gestión en las entidades deportivas que en ese entonces estaban sospechadas de corrupción y de tener lazos con la mafia. Así, mientras en España se impuso un sistema optativo que contemplaba la continuidad de las asociaciones deportivas sin fines de lucro

fuertemente controladas y fiscalizadas por el Estado (como el Real Madrid CF, FC Barcelona y Atlético de Bilbao) y la formación de sociedades anónimas deportivas, en Italia los clubes escogieron el modelo Fútbol S. A.”(7) Pasados los años en el viejo continente, al menos el tema de la corrupción a través de sobornos, amaño de resultados por apuestas deportivas, y sospecha de blanqueo de dinero de origen ilegal, no sólo persiste, sino que se ha incrementado, en algunos casos precisamente por la aparición de empresarios multimillonarios que hacen negocios dudosos con el fútbol.

El destacado tratadista argentino sobre derecho societario, Alberto Verón, sostiene referido al art. 3º de la ley de sociedad comerciales, con negritas y subrayado que me pertenecen; “...la posibilidad que otorga este artículo de que una asociación, cualquiera sea su objeto (v. gr., una entidad deportiva, mutual, cultural, benéfica, gremial o empresarial), que adopte la forma de sociedad bajo alguno de los tipos previstos, queda sujeta a la normativa de la sociedad comercial, parece resultar incompatible con el concepto y tipicidad del art. 1º. **¿Habrá asociaciones civiles -de las ejemplificadas- que por alguna razón que desconocemos se transforme, v. gr., en sociedad anónima?; y si así fuera, ¿podrá resistir la dispar organización jurídica a la que ésta está obligada, compatibilizando fines altruistas (propios de la asociación) como el bien común con fines hedonistas (propios de la empresa, que adopta la forma de sociedad comercial?) ¿Cuál es la lógica hermenéutica a aplicarse cuando se afirma que si una asociación se constituye “en forma de sociedad”, deja de ser asociación y pasa a ser sociedad, como quien -valga la exageración comparativa- disfraza a un ángel con el ropaje de Lucifer?(8)**

Un proyecto de ley al respecto, suscripto en 1999 bajo la autoría de una comisión del Ministerio de Justicia de La Nación formada por los Dres. Martorelli, Nissen, Porcelli, Ragazzi, y Agricol de Bianchetti, propuso la creación de las Sociedades Anónimas Deportivas (SAD)(9). El proyecto permitía conservar la forma de asociación civil del club, y que éste integrara junto a aportes de capital empresario la constitución del una SAD. Conservaba un porcentaje de participación mínimo del 5% que le permitía al club ejercer la fiscalización e integrar el órgano de administración y gobierno. En su fisonomía, el modelo de SAD propuesta en aquel proyecto, seguía en su esencia a la ley española de 1990. Claro está, que esta es una propuesta donde no hay conversión de asociación en sociedad, es más, debe preservar su personalidad ya que es requisito para la constitución de una SAD. El proyecto era una propuesta interesante para aquellos que no quieren que “su” club no perdiera el *affectio societatis* que los caracteriza, y que las sociedades de capital no poseen Para algunos hinchas, la conversión de sus clubes en sociedades anónimas se trata lisa y llanamente de una privatización, y así es referida en alguno medios de prensa. Pablo Barbieri sostiene que esa afirmación es falsa, toda vez que las asociaciones civiles son personas de carácter privado, que resulta absurdo privatizar lo privado. (10). Sin embargo, más allá de la precisión positiva, cualquier ciudadano/hincha de un equipo de fútbol puede asociarse a su club manifestando su adhesión al objeto social y cumpliendo con las obligaciones impuestas en el estatuto. En el caso de una sociedad comercial, por más que uno exprese su deseo de pertenecer, y aun ofreciendo un aporte de capital, éste puede ser rechazado. Así las cosas, más allá de la

tipificación y carácter no estatal de los clubes, la sociedad comercial “priva” al hincha de participar activamente de la vida social de su club.

Retomando una pregunta que dejamos en suspenso; ¿por qué un empresario invertiría en un negocio bajo estas condiciones? Sobre todas las descripciones desalentadoras, se agregan algunas más en los últimos años. El Grupo de Acción Financiera contra el lavado de capitales (GAFI ó FATF), institución intergubernamental que combate el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo, ha identificado al fútbol como una actividad susceptible de fraguar resultados financieros con el objeto de lavar o blanquear dinero de origen ilícito. Las sospechas surgen por la aparición de magnates millonarios, totalmente ajenos al fútbol que deciden volcarse a esta actividad, en la que surgen con bastante frecuencia operaciones sospechosas. Por este motivo, los Estados que integran este organismo multilateral, obligan a los clubes de fútbol a designar de su órgano de administración a un “agente de cumplimiento” que debe reportar alguna maniobra clasificada como sospechosa. El lector con mínimo conocimiento del fútbol, conoce las cifras millonarias de las transferencias y rescisiones contractuales. Un futbolista no cotiza por su estatura o su peso, no es un *commoditie* ni hay un jugador igual a otro. El precio de su pase, surge del acuerdo entre partes. Si un jugador es fichado como “libre”, el costo de incorporación es cero, y el importe pactado de su transferencia será 100% ganancia. Una sociedad -que bien podría ser de una sola persona tras la reforma del art 1º de la LSC-, podría retirar esa ganancia, por supuesto totalmente blanca. En el caso de las asociaciones civiles, el caso sería imposible, ya que no distribuye utilidades. De todos modos, los clubes deben cumplir con las regulaciones que la UIF en nuestro país disponen, con nulos resultados hasta el momento, porque la inclusión del fútbol por el GAFI, siempre estuvo enfocado a la existencia de particulares con fines lucrativos. Respecto de la reglamentación de la responsabilidad de las personas jurídicas y el *compliance*, también los clubes están contemplados, y lo serán eventualmente las SAD.

Kuper y Szymanski llegan a la conclusión de que los “clubes de fútbol” no son buen negocio. Eso no quiere decir que el fútbol no lo sea. En Argentina, el estudio encargado por AFA al equipo de economistas del CEP-FCE dirigido por el prof. Ariel Coremberg logró establecer que el fútbol argentino aportaba con sus cuentas principales y asociadas, al consumo familiar el 2,3%,. Algo así como u\$s 6.500MM, pero que menos del 3% quedaba en poder de las entidades de fútbol (AFA incluida). El negocio del fútbol está alrededor del fútbol, en lo que se denomina “sectores asociados”, no en las entidades deportivas. Sí es cierto que los clubes carguen con el costo de producción, lo demás es puro derrame. La dupla autora de *Soccernomics*, afirma “los clubes no pueden obtener beneficios (apropiarse) más que de una pequeña parte de nuestra pasión por el fútbol (11). Coremberg tare a la Argentina una comparación descarnada; el ingreso de los clubes es relativamente bajo; “representa sólo el 37% de la facturación de los shoppings del GBA (\$24.000MM en 2013), y sólo el 7% de los supermercados a nivel nacional (\$131.700MM en 2013). Los ingresos promedio de un club de 1ª A representa la facturación de 2 puntos de venta de supermercado promedio en Argentina. Finalmente, el estudio determinó que el Valor Bruto de Producción del Fútbol Argentino ascendió en 2013 a



\$41.823MM, de los cuales \$8.908 MM (21%) le corresponde a los clubes de fútbol amateur y profesional, y \$32.915MM (79%) a los sectores económicos que producen y/o comercializan bienes y servicios asociados directamente al fútbol argentino. (12)

## **PENALES.**

¿Cómo se resolverá el debate? Si le consultáramos a Simon Kuper, seguramente nos pondría delante sus preguntas retóricas para imaginar la respuesta; “¿de qué modo influye el fútbol en la vida de un país, y de qué manera la vida de un país influye sobre el fútbol?” (13)

En este final, retomamos una incógnita que prometimos promediando el segundo tiempo, volver a abordar; ¿qué empresario estaría dispuesto a aportar capital en un negocio con este presente? ¿Formará parte de un discurso modernizador y atractivo como lo fue la Súperliga Argentina de Fútbol? ¿Tendrá que ver con la apropiación de una actividad popular con otros fines que no sean comerciales, sin depender del voto y las presiones del asociado? ¿Será una brillante oportunidad de blanqueo de capitales de origen incierto, o para formar cárteles de clubes y dominar un mercado de pasajes? Salvo que las condiciones del entorno den un vuelco extraordinario, no se percibe ventaja alguna a la que los empresarios suelen llamar “buen clima de negocios”.

Respecto del fútbol en general; ¿Cuántos clubes podrían ser atractivos para un modelo SAD?, ¿y qué haríamos con los que no lo fueran? Del fútbol argentino surgen grandes talentos. Lo que debemos comprender, es que el secreto de ese éxito se encuentra en su extensa red de 3.504 clubes federados en sus 220 ligas regionales que confluyen en AFA. Seleccionar unas y dejar morir otras seguramente llevarán a la ruina del fútbol argentino en materia deportiva. Ello es así por un simple hecho; ninguno de los proyectos, y ninguno de sus impulsores han mencionado cómo sostener esta red virtuosa que abastece de talentos a los llamados clubes grandes.

Ah,... y si las sociedades anónimas serán rentables o no..., ya pasaría a segundo plano.

## PITAZO FINAL.

- (1) Lema, Gonzalo. La paradoja del fútbol argentino. El uso de datos en la Economía del Deporte. Servicio de Publicaciones de la Universidad Castilla-La Mancha. Ciudad Real, España. 2017. Pag. 139
- (2) Lema, Gonzalo. Que empiece el fútbol,...amén. Escenarios Alternativos. Revista Virtual. Agosto 2009.
- (3) <http://www.marca.com/futbol/premier-league/2017/05/21/592172fee2704ed94b8b>
- (4) Casar González, Alejandro. <https://www.lanacion.com.ar/2103497-el-reparto-de-los-1110-millones-de-pesos-entre-los-clubes-de-la-superliga-y-la-proxima-apuesta-por-los-videojuegos>. Enero 2018
- (5) Coremberg, Ariel. La contribución del Fútbol a la Economía Argentina. Asociación del Fútbol Argentino – Facultad de Ciencias Económicas UBA. Buenos Aires, marzo 2015. Pag 39
- (6) Verón, Alberto Víctor. Sociedades Comerciales. Ley 19.550, comentada, anotada, y concordada. Tomo I, pag. 4. 3ª reimpression. Editorial Astrea. Bs As. 1998.
- (7) Moreira, María Victoria, e Hijós, Nemesia. Clubes deportivos, Fútbol y mercantilización: Los casos de Boca Juniors e Independiente en la Argentina. Question – Vol. 1 N°37 (verano 2013).
- (8) Verón, Alberto Víctor. Sociedades Comerciales. Ley 19.550, comentada, anotada, y concordada. Tomo I, pag. 34. 3ª reimpression. Editorial Astrea. Bs As. 1998.
- (9) Martorell, Ernesto, y Nissen, Ricardo. “Principios orientadores del anteproyecto de ley de sociedades anónimas deportivas del Ministerio de Justicia de la Nación” La Ley, 1999-D-1042.
- (10) Barbieri, Pablo. Fútbol y Derecho. 2ª edición, pag. 80. Editorial Universidad, Bs As. 2005.
- (11) Kuper, Simon, y Szymanski, Stefan. ¡El fútbol es así! (soccernomics). Una explicación económica sobre los mitos y verdades del deporte. Pag. 89. Ediciones Urano. Barcelona. 2010.
- (12) Coremberg, Ariel. La contribución del Fútbol a la Economía Argentina. Asociación del Fútbol Argentino – Facultad de Ciencias Económicas UBA. Buenos Aires, marzo 2015. Pag 43
- (13) Kuper, Simon. Fútbol contra el enemigo. 3ª reimpression. Pag. 22. Contra Ediciones. Barcelona, 2016.