

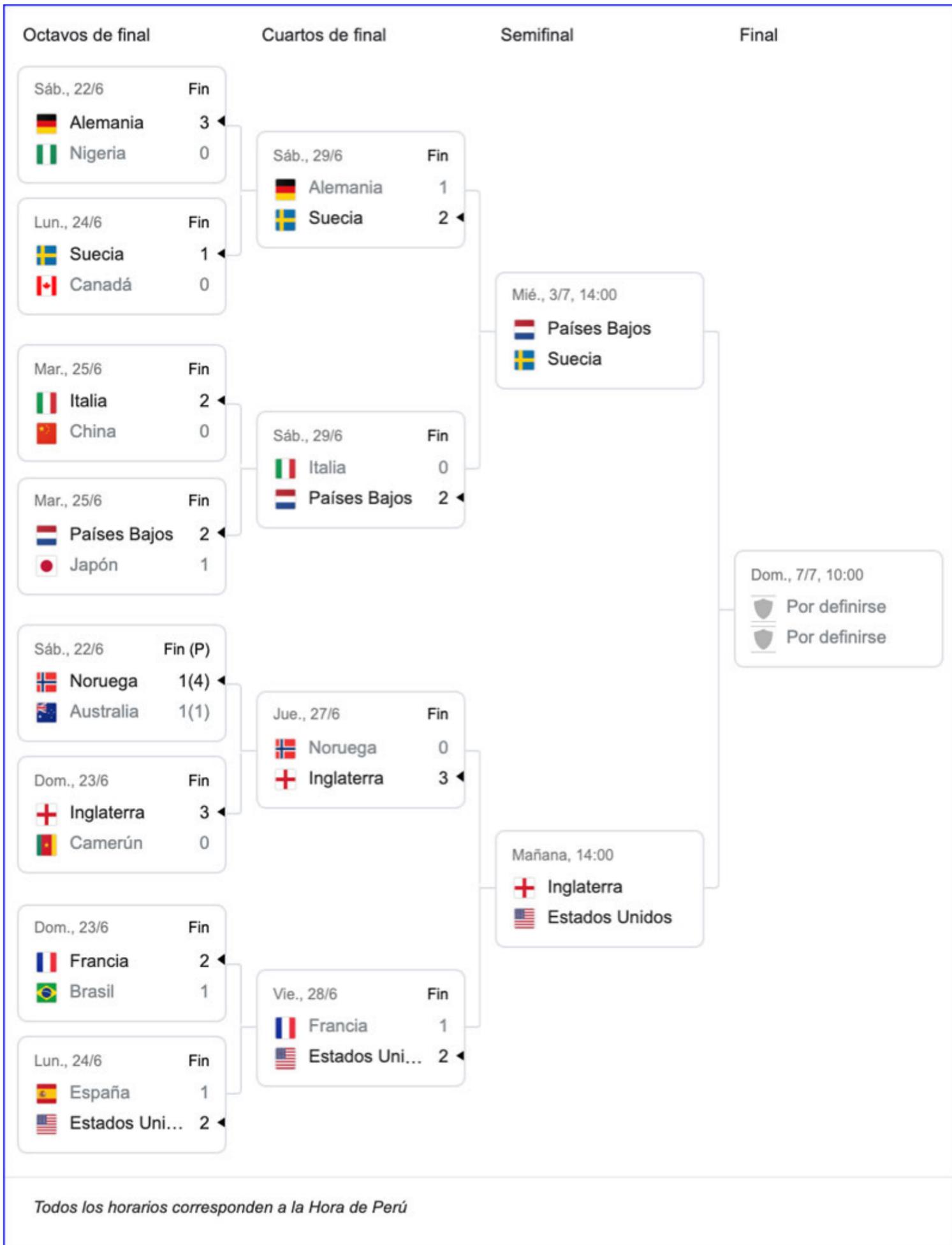
# [Copa Mundial Femenina de Fútbol](#)

2 de julio de 2019

Con la participación de 24 países, Francia alberga el campeonato mundial de fútbol femenino, incluyendo a los equipos de Brasil, Argentina y Chile. La final será el próximo domingo 7 de julio, horas antes que la final de la Copa América, en el Parc Olympique Lyonnais de Lyon.



Ver el cuadro de los partidos desde octavos de finales: [✖](#)



**Suecia dio la sorpresa clasificándose a las semifinales**

De alguna manera, en la era de la igualdad de género, esta edición de la copa, la octava, ha consolidado el fútbol femenino. Falta aún que se consolide en la región y en el Perú.

Actualmente, la selección peruana se prepara para los Juegos Panamericanos, Lima 2019:



Ver el artículo de The Economist sobre el desarrollo del fútbol femenino:

## El fútbol femenino está floreciendo, en el campo y fuera de él

*El deporte se está generalizando, gracias al aumento de los fondos y la mejora de los niveles de habilidad.*

**The Economist**  
**24 de junio de 2019**



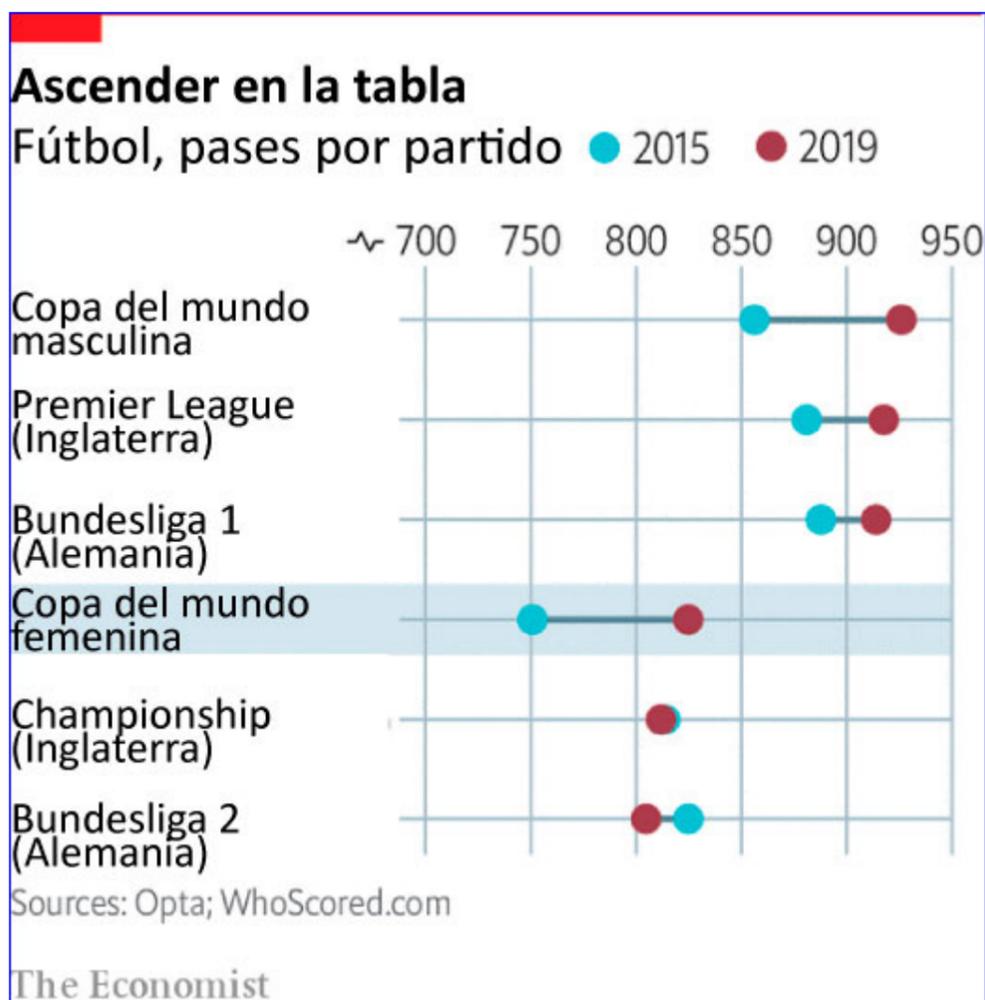
No todo lo que hace mucho tiempo, las jugadoras de fútbol lucharon por encontrar un lugar en el que pudieran jugar, por no hablar de alguien dispuesto a pagarles. Entre 1921 y 1971, la Football Association (FA), que gobierna el deporte en Inglaterra, prohibió a las mujeres utilizar los terrenos de los equipos de hombres profesionales, afirmando que el deporte era «bastante inadecuado para las mujeres y no debería ser alentado». (Quizás a los hombres en trajes les habían molestado las enormes multitudes, que a veces superaban los 50,000, que acudieron a los juegos de mujeres durante la primera guerra mundial). En 1970 se levantó una prohibición similar en Alemania. En 1972, Estados Unidos aprobó el Título IX, una ley que prohibió a las organizaciones que reciben fondos del gobierno federal discriminar por motivos de sexo. Esto obligó a las universidades a gastar tanto en el deporte femenino como en el masculino, y dio inicio al largo aumento del fútbol femenino en el país.

Un avance rápido de casi 50 años, y el fútbol femenino parece estar a punto de ir a la corriente principal. Los récords televisivos han estado cayendo en la Copa Mundial de este verano en Francia. Casi 10 millones de espectadores en el país anfitrión sintonizaron el partido inaugural contra Corea del Sur, lo que representa casi la mitad de todos los franceses que ven televisión en ese momento. Unos 6 millones de británicos vieron a Inglaterra vencer a Escocia por 2-1. Un número similar de alemanes disfrutaron de la victoria 1-0 de Die Nationalelf sobre España. El escuadrón ganador, independientemente de de qué país provenga, se convertirá en un tesoro nacional en casa.

La popularidad sin precedentes de esta Copa del Mundo refleja dos tendencias alentadoras. Primero, la calidad del juego en el juego femenino ha mejorado drásticamente, especialmente desde el último torneo. En segundo lugar, el dinero comienza a fluir hacia los equipos de mujeres, lo que hace que las carreras profesionales sean más viables. Los dos patrones están vinculados, y se refuerzan entre sí.

El creciente estándar del fútbol femenino es obvio para los espectadores de mucho tiempo. Hasta hace poco, las jugadoras femeninas recibían mucho menos entrenamiento que los hombres. No más. Este torneo ha sido notable por algunos movimientos de equipo excelentes y porteros notables (un aspecto del juego de mujeres que algunos espectadores masculinos solían criticar). Sin embargo, en realidad cuantificar las mejoras en la habilidad futbolística es difícil. Las metas son una medida defectuosa. Un buen pub puede encontrar la red tan a menudo como lo hace Barcelona, y la rareza de calificar en cualquier nivel significa que un valor atípico puede sesgar la muestra. Solo pregúntale a Tailandia, quien concedió 13 goles contra Estados

Unidos en su primer partido de la Copa Mundial.



Una métrica mucho mejor es la cantidad de pases que ocurren en un juego promedio, una cifra que disminuye a medida que avanzas a través de las divisiones (ver tabla). Un partido típico de la Premier League incluye más de 900 pases, cayendo a alrededor de 650 para los concursos en el cuarto nivel del fútbol masculino inglés. La explicación más convincente es que los juegos de alta calidad involucran a equipos que son buenos para retener la posesión, y los de baja calidad cuentan con aquellos que pasan la mayor parte del tiempo atando la pelota en el aire y enfrentándose entre sí. Las cifras proporcionadas a The Economist por Opta, una firma de datos deportivos, muestran que el juego promedio en esta Copa Mundial femenina ha presentado 825 pases, frente a los 750 del último torneo en 2015. (Los partidos eliminatorios, que probablemente incluirán aún más pases, están por venir.) Ese aumento del 10% excede el aumento en la competencia de hombres importantes en el mismo período (ver tabla).

Esta interpretación cada vez más ingeniosa del hermoso juego ha llamado la atención de algunos patrocinadores con visión de futuro. Históricamente, los derechos de un equipo o torneo de fútbol femenino se han incluido como parte de un paquete más amplio con el equivalente masculino. «Los socios comerciales y las emisoras han tendido a centrarse principalmente en los clubes o competiciones de hombres, y valorizarlos, y el juego de las mujeres no se valora por sus méritos independientes», dice Izzy Wray, de Deloitte, una consultora.

Sin embargo, en noviembre de 2017, la UEFA, que gobierna el fútbol en Europa, desglosó los derechos de la región a las competiciones de mujeres. «Esto abrió un camino para que las marcas con un interés específico ingresaran al mercado, ya que se habían cerrado previamente», dice Wray. Dada la saturación del mercado en torno al fútbol masculino, con una gran cantidad de industrias, generalmente casas de apuestas y cerveceros, que apuntan incesantemente a la misma audiencia, las oportunidades en el fútbol femenino son considerables.

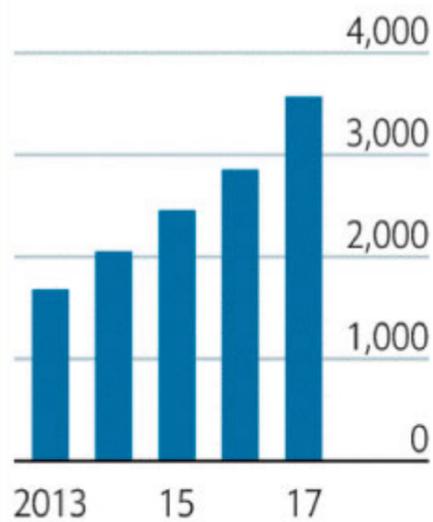
Según Deloitte, alrededor del 60% de los equipos de fútbol femenino en las grandes ligas de todo el mundo tienen patrocinadores de camisetas que son diferentes a los del equivalente masculino en el mismo club. Esa cifra podría acercarse al 100% para la próxima Copa Mundial, según la compañía.

Kelly Simmons, la directora del juego de mujeres profesionales de la FA, dice que estos nuevos acuerdos de patrocinio de varios millones de libras han sido transformadores. Visa ahora está gastando tanto en promover la Copa Mundial de Mujeres como en la competencia masculina. «Puede que no resulte rentable en términos de ROI de inmediato, pero hemos invertido a largo plazo», reconoce Stephen Day, su director de patrocinio europeo. El monto total del premio en efectivo que se ofrece en el torneo se ha elevado a \$ 30 millones, el doble que la última vez.

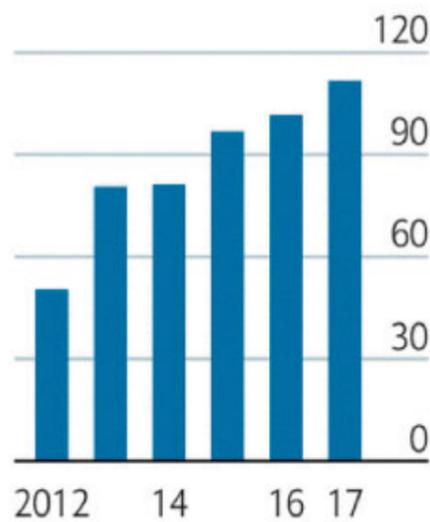
Las marcas centradas en las mujeres han estado especialmente dispuestas a participar. Avon, una compañía de belleza y cosmética, se convirtió en la primera firma de este tipo en patrocinar un club de fútbol profesional femenino, luego de acordar un acuerdo exclusivo con el Liverpool Ladies FC. Boots, un farmacéutico, ha finalizado las alianzas con los equipos nacionales de Inglaterra, Escocia, Irlanda del Norte, la República de Irlanda y Gales.

## Yendo hacia adelante El fútbol femenino europeo

Jugadores profesionales/  
semiprofesionales



Presupuesto global de las  
asociaciones nacionales, €m



Source: UEFA

The Economist

Este crecimiento en la financiación ha permitido a las ligas europeas prosperar, por lo que Estados Unidos ya no es la tierra prometida para los aspirantes a jóvenes (como lo fue para las dos niñas adolescentes en «Bend It Like Beckham», una película británica de 2002). El número de jugadoras profesionales y semiprofesionales en Europa casi se duplicó a 3.600 entre 2013 y 2017 (ver tabla), el último año para el que hay datos disponibles. El Manchester United lanzó un equipo femenino en 2018, lo que lo convierte en uno de los últimos grandes clubes en hacerlo, una decisión sin duda motivada por cuánto ha invertido el Manchester City en el lado de sus damas. En 2017, la asociación de fútbol de Noruega anunció que se convertiría en la primera en pagar la misma cantidad a los equipos internacionales masculinos y femeninos.

### Un juego de dos mitades.

Pero aunque algunas de las cifras de titulares son impresionantes, enmascaran un panorama financiero más turbio en general. En todo el mundo, el salario promedio de una futbolista profesional es de alrededor de \$ 7,000 al año. Incluso en la Súper Liga de Mujeres Inglesa (WSL), una de las competiciones más ricas, el salario promedio anual en 2017 fue de alrededor de £ 27,000 (\$ 34,400), apenas una centésima parte de los £ 2.6m que el jugador promedio de la Premier League se llevó a casa. Alrededor del 58% de los jugadores de WSL han considerado renunciar por razones financieras.

Mientras tanto, el acuerdo de Noruega para la igualdad de remuneración fue en gran parte un truco de relaciones públicas. Las tarifas internacionales representan solo una pequeña fracción de las ganancias de la mayoría de los jugadores, y la suma anual de 6 millones de coronas (\$ 710,000) se dividirá entre toda la escuadra femenina. El equipo de mujeres, en cambio, solicitó un aumento en su presupuesto de marketing, una solicitud que fue denegada. Avergonzada para la asociación, Ada Hegerberg, una delantera que el año pasado se convirtió en la primera ganadora del Balón de Oro femenino, un premio para el mejor jugador del mundo, ha boicoteado a la selección nacional desde 2017. Afirma que los funcionarios tienen un papel fundamental. Falta de respeto por el juego femenino.

Puede tomar al menos otra década antes de que una carrera en el fútbol se convierta en una opción genuinamente lucrativa para la mayoría de las mujeres, en lugar de un sacrificio por el amor al deporte. Incluso así, los salarios más altos en los niveles de élite no necesariamente solucionarán todos los problemas en el juego de las mujeres, dice Ted Knutson, cofundador de Statsbomb, una firma de estadísticas de fútbol que recientemente ha accedido a los datos de las mujeres de forma gratuita: el desafío es «más sobre la igualdad del apoyo a las bases y la inversión en el futuro ». Eso se aplica no solo a los jugadores, sino también al personal en la línea de touch. En una conferencia reciente dirigida a entrenadores profesionales, su corresponsal conformó la mitad del contingente femenino.

No obstante, el día en que el fútbol femenino se vuelve regular, en todo el mundo, el entretenimiento masivo, un día que podría haber llegado mucho antes, si la FA hubiera permitido a los equipos de la primera guerra mundial continuar atrayendo a grandes multitudes, se está acercando rápidamente. La mayoría de los países están transmitiendo la Copa del Mundo en canales gratuitos en horarios de máxima audiencia. Los últimos 16 del torneo cuentan con equipos de seis continentes. En abril, Argentina consiguió su primer club profesional de mujeres. ¿Quién apostaría contra el país que crió a Diego Maradona y Lionel Messi para producir una superestrella mundial en el fútbol femenino? [Lampadia](#)