

ENTORNO

Zanetton (Tifosy): “A un banco de inversión le cuesta entender los ‘drivers’ del fútbol”

El fundador y consejero delegado de la plataforma de *crowdfunding* aboga por esta vía de financiación alternativa como herramienta para estrechar lazos con la afición. Eso sí, siempre que sea “para proyectos de futuro”.

M.Menchén
14 dic 2017 - 04:57

Zanetton (Tifosy): “A un banco de inversión le cuesta entender los ‘drivers’ del fútbol”

Fausto Zanetton es un hombre que ha recorrido mundo. Se licenció por la universidad belga de Hasselt, hizo un MBA en la London Business School y su carrera profesional le llevó a trabajar para Pwc en Los Ángeles y Boston. Fue a su regreso a Londres en 2007 cuando empezó a ver una oportunidad de negocio en el deporte, y en 2015 decidió lanzarse de lleno con el lanzamiento de Tifosy, una plataforma de *crowdfunding* para el deporte. Y en la punta de ataque del proyecto, el exdelantero de Sampdoria, Juventus y Chelsea, Gianluca Vialli

¿Cómo un banquero de inversión pasa de trabajar en un gigante del sector a lanzar un *crowdfunding* para el deporte?

En la industria financiera del deporte, especialmente en los últimos siete años cuando estuve en Morgan Stanley trabajando en proyectos de refinanciación de deuda, vi que para un inversor institucional era muy difícil levantar capital sólo por no entender bien los *cash flow*. Si tú vas con una petición de crédito a un gran banco, ellos miran otros aspectos del negocio y no entienden cuáles son los verdaderos *drivers* del negocio del fútbol, el valor de la marca y una buena parte de su valor se está construyendo en plataformas digitales. Cuando vi que el *crowdfunding* y el *crowdequity* empezaban a ser más predominante, pensé que necesitaba ser un actor de crédito más, y para eso debía ser más especializado, más focalizado. Mi predicción fue que esta tendencia acabaría llegando al fútbol.

¿Cuál es la filosofía de Tyfosy? ¿Sólo va dirigida para el fútbol?

Tyfosy significa aficionado en italiano, y escogimos específicamente este nombre para que pudiera estar abierto a todos los deportes y no sólo sea una plataforma de fútbol. Es cierto, dado que mi socio Gianluca Vialli ha sido jugador de fútbol y es el mayor deporte en Europa, es por donde hemos empezado.

Antes comentaba que los inversores institucionales no acaban de entender el modelo.

¿Por qué piensa que ven tanto riesgo en un negocio que está muy regulado?

Está mejorando un poco últimamente, y vemos cómo cada vez las competiciones nacionales, Uefa y Fifa son más estrictas con el *fair play* financiero y necesitan tener sus libros contables en orden para obtener las licencias. Creo que para los inversores está empezando a ser muy interesante este sector, ya que las principales fuentes de ingresos del deporte, como la televisión, el *ticketing* y los patrocinios están en un buen momento. Además, por el lado del coste, especialmente los grandes clubes, sobre todo están empezando a gestionar correctamente los costes salariales. Y no hay que olvidar que muchos son capaces incluso de autofinanciarse.

“Para los inversores está empezando a ser muy interesante este sector, ya que las principales fuentes de ingresos del deporte están en un buen momento”

¿Cómo un club puede generar la suficiente confianza para que, por ejemplo, un particular de Oklahoma invierta en un equipo como el Frosinone de la Serie B?

Nosotros hacemos extensivas *due diligence* de los clubes, no somos la típica plataforma de *crowdfunding* en la que una compañía puede ir y pone algo de información sobre sus cuentas, sin que el intermediario entienda realmente la industria. Nosotros sí que la entendemos, nosotros elegimos los clubes en los que confiamos y hacemos nuestros propios análisis y preparamos la documentación conjuntamente con los clubes. Queremos que la gente entienda bien los riesgos, para que se utilizará el dinero... No es una acción de marketing, sino una operación real de captación de recursos.

Este club ha lanzado una emisión de bonos de un millón. ¿Qué puede ofrecer buscar el dinero entre particulares en lugar del banco?

El dueño del Frosinone podría haber ido al banco y conseguir unas buenas condiciones, o darle préstamos participativos, porque es una persona con un

importante patrimonio. En cambio, pensó que sería *cool* que los aficionados invirtieran con él en la modernización del estadio que él previamente había construido. Los *fans* tienen un retorno económico, pero también genera una mayor interacción y ellos están más conectados con el equipo. Ahora bien, hay otros que únicamente pueden querer buscar pura financiación.

¿Puede ser una buena fórmula para equipos que tienen un único dueño y necesitan implicar a los aficionados?

La opción de vender acciones por capital también es posible, y quien sabe si que a cambio los aficionados puedan escoger a una persona que les represente en el consejo de administración y participe en la toma de decisiones. Yo creo que esto funciona, pero depende de cada transacción particular.

“Los grandes clubes que no necesitan dinero pueden optar por esta fórmula para tener una relación financiera con el fan y que ese dinero se pueda invertir en acciones con la comunidad local”

¿El micromecenazgo sólo es válido para operaciones de importes menores? ¿Cuál podría ser el techo máximo de una ronda de financiación de este tipo?

Depende del tamaño del club, un Frosinone puede estar en torno al millón de euros, pero equipos más grandes como el Valencia CF, por ejemplo, podrían captar múltiples millones por esta vía. No hay un límite en términos legales, y nosotros estamos preparados para captar un montante importante de *cash*.

Entonces, ¿cuál cree que es el límite real que puede obtener un equipo por la demanda actual?

Realmente depende mucho del equipo. ¿Cuánto puede levantar un equipo con millones de seguidores en Facebook si el Frosinone está buscando un millón [ayer ya se había asegurado 568.000 euros] con sólo 40.000 fans en esta red social?

¿Ve posible que grandes equipos como Barça, Real Madrid o Chelsea FC apuesten por el **crowdfunding** con esta idea de conexión con el aficionado?

No lo creo. Ellos no necesitan dinero, aunque sí podrían utilizarlo por esta segunda vía y, a cambio, que alguien pueda entrar en el consejo por un periodo de cinco años, tener una relación financiera con ellos y que ese dinero se pueda invertir en acciones

con la comunidad local y que tengan un propósito de poner el dinero a trabajar en un buen sentido.

De momento, los proyectos de micromecenazgo estaban muy enfocados a mejora de los estadios. ¿Es una fórmula muy restringida a proyectos tangibles de cara a fan? Normalmente son proyectos que pretenden construir algo para el futuro, como un estadio, una ciudad deportiva, cuestiones que realmente mejoran al equipo y el seguidor puede ver el impacto real. No creo que los proyectos tengan que ir, por ejemplo, a fichar a un jugador, porque en dos años puede no estar ya en el equipo. En cambio, el estadio siempre estará ahí.

¿Cuál es la propuesta más habitual de retribución la inversor? Hemos visto desde el habitual tipo de interés, a la posibilidad de canjear la rentabilidad con **merchandising**... Proponemos distintas alternativas en función del proyecto, desde el rendimiento económico en *cash* o a cambio de descuentos, hasta participaciones o regalos.