



Universidad de Oviedo
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

**PCEO EN DERECHO/ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE
EMPRESAS**

2023/24

TRABAJO FIN DE GRADO ADE

**ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA LIGA DE FÚTBOL
ESPAÑOLA.**

Estudiante: Víctor Redondo Fernández

Tutor: Manuel José Álvarez Fernández

OVIEDO, MAYO 2024.

DECLARACIÓN RELATIVA AL ARTÍCULO 8.3 DEL REGLAMENTO SOBRE LA ASIGNATURA TRABAJO FIN DE GRADO
(Acuerdo de 5 de marzo de 2020, del Consejo de Gobierno de la Universidad de Oviedo)

Yo **VÍCTOR REDONDO FERNÁNDEZ**,

DECLARO

Que el TFG titulado “**ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA LIGA DE FÚTBOL ESPAÑOLA**” es una obra original y que he citado debidamente todas las fuentes utilizadas.

En Oviedo, a 16 de mayo del 2024.

Firmado:

ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA LIGA DE FÚTBOL ESPAÑOLA

Hace ya bastantes años que el fútbol dejó de pertenecer a los aficionados para convertirse en uno de los mayores negocios del planeta. A través de este trabajo se pretende analizar en profundidad el impacto financiero y social del fútbol profesional en España, destacando su papel como industria multimillonaria, generadora de empleo y promoción turística. Para ello, se estudiarán los orígenes y la importancia del fútbol en España, las fuentes de financiación y gasto de los clubes, la repentina aparición de la pandemia y las medidas económicas tomadas para mitigar su impacto, la historia y situación actual del Real Oviedo o la posibilidad de que la diferencia entre los gigantes y los clubes más humildes se pueda ver reducida.

ECONOMIC ANALYSIS OF THE SPANISH FOOTBALL LEAGUE

It has been many years since football ceased to belong to the fans and has become one of the biggest businesses on the planet. The aim of this work is to analyze in depth the financial and social impact of professional football in Spain, highlighting its role as a multi-millionaire industry that generates employment and promotes tourism. To this end, the origins and importance of football in Spain, the sources of financing and expenditure of the clubs, the sudden appearance of the pandemic and the economic measures taken to mitigate its impact, the history and current situation of Real Oviedo and the possibility that the difference between the giants and the humbler clubs could be reduced, will be studied.

ÍNDICE:

1. INTRODUCCIÓN.....	6
2. CONTEXTO ECONÓMICO, SOCIAL Y REGULATORIO DE LA LIGA ESPAÑOLA.	7
2.1. ORÍGENES DEL FÚTBOL EN ESPAÑA:.....	7
2.2. INFLUENCIA CULTURAL DEL FÚTBOL EN ESPAÑA:	7
2.3. MARCO ACTUAL DEL FÚTBOL EN ESPAÑA:.....	8
2.3.1. ¿Qué es LALIGA?	8
2.3.2. Normativa imperante en LALIGA:	9
2.3.3. Asistentes y audiencias de LALIGA:	9
2.3.4. ¿Cuánto cuesta ver el fútbol en España?	10
2.3.5. Entorno económico de LALIGA:	13
2.3.6. Reputación de LALIGA:.....	13
3. EL BALANCE COMPETITIVO.	15
4. PRINCIPALES FUENTES DE INGRESOS.....	17
4.1. INGRESOS ORDINARIOS:.....	17
4.1.1. Derechos Televisivos:	17
4.1.1.1. ¿De dónde proceden estos ingresos?.....	19
4.1.1.2. Comparación del reparto televisivo respecto a otras ligas europeas:.....	19
4.1.2. Ingresos por venta de entradas y abonos:	21
4.1.3. Ingresos por patrocinios y publicidad:	21
4.1.4. Ingresos por venta de merchandising:.....	22
4.2. INGRESOS EXTRAORDINARIOS:.....	24
4.2.1. Ingresos relacionados con la venta, traspaso o cesión de jugadores: 24	
4.2.2. Ingresos por participación en competiciones europeas:.....	25
4.2.3. Ingresos por partidos o torneos amistosos y otros eventos:	26
4.2.4. Financiación Bancaria:.....	27
4.3. EXPECTATIVAS RESPECTO A LA TEMPORADA 2023/24:	27
5. PRINCIPALES GASTOS DE LOS CLUBES DE LALIGA.....	29
5.1. GASTOS EN SALARIOS, EL LÍMITE SALARIAL:	29
5.1.1. ¿Qué es el límite salarial?	29
5.1.2. Límites salariales temporada 2023/24:	30
5.2. GASTOS EN FICHAJES DE LALIGA:.....	31
5.2.1. Gastos en Primera División:	32
5.2.2. Gastos en Segunda División:.....	33

5.3. OTROS GASTOS:	34
6. IMPACTO DE LA COVID 19 EN LA LIGA ESPAÑOLA.....	37
6.1. IMPACTO EN LOS INGRESOS Y GASTOS DE LOS CLUBES:	37
6.2. MEDIDAS ECONÓMICAS PARA PALIAR EL IMPACTO:	38
6.2.1. Acuerdo entre LALIGA y CVC:	39
6.3. SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL DE LALIGA:	40
7. EL CASO DEL REAL OVIEDO.....	42
7.1. RESULTADOS ECONÓMICOS TEMPORADA 2022/23:	42
8. IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE LALIGA.....	44
9. CONCLUSIONES.....	46
BIBLIOGRAFÍA:.....	47

1. INTRODUCCIÓN.

El fútbol es mucho más que un deporte. Es una pasión que mueve a millones de personas en todo el mundo, que genera emociones, sentimientos e identidades, que trasciende fronteras y culturas, que influye en la opinión pública y en la agenda política, que contribuye al desarrollo social y humano, y que, por supuesto, crea riqueza y empleo.

Dentro del panorama mundial del fútbol, la liga de fútbol española, conocida como LALIGA, ocupa un lugar destacado. LALIGA es una de las competiciones deportivas más populares y prestigiosas del mundo, que cada año enfrenta a 20 equipos para determinar el campeón de España, así como los clasificados para las competiciones europeas y los descendidos a la Segunda División. Pero el fútbol profesional en España también abarca la Segunda División, una de las ligas más igualadas y competitivas de Europa donde sus 22 participantes luchan por el sueño de alcanzar la categoría de oro del fútbol español.

Algunos de los mejores equipos y jugadores del planeta juegan en LALIGA, algo que contribuye a que tenga una gran audiencia a nivel global. LALIGA cuenta a su vez con una gran reputación e influencia en el ámbito internacional, siendo considerada como una de las mejores ligas del mundo por diversos organismos y medios de comunicación.

Sin embargo, LALIGA no solo es un espectáculo deportivo, sino también un fenómeno social y económico que genera un gran impacto en la sociedad española y en el mercado global. LALIGA es una entidad privada que agrupa a los clubes profesionales de fútbol de España, que son a su vez empresas que desarrollan una actividad económica con fines lucrativos. La competición se rige por una serie de normas y regulaciones que establecen los derechos y obligaciones de los clubes, así como los criterios de reparto de los ingresos, el control económico, el fair play financiero, etc. También tiene una responsabilidad social con el entorno donde opera, contribuyendo al desarrollo económico, social y medioambiental de España.

En este trabajo, se abordarán temas como el contexto en el que se desarrolla la actividad futbolística en España, que incluye su historia, su organización, su regulación, su audiencia, su entorno económico su reputación y su influencia cultural. Los ingresos y gastos de los equipos de LALIGA y el impacto que tuvo la COVID 19 sobre ellos, así como las medidas implementadas para paliar sus efectos en términos económicos y la situación económica actual de la competición. El caso del Real Oviedo dentro de LALIGA, incluyendo su origen, años recientes y situación actual. El balance competitivo de la liga española, que se refiere al grado de igualdad o desigualdad entre los equipos en términos de rendimiento deportivo, recursos económicos y poder de mercado. Por último, se hablará sobre el impacto socioeconómico de LALIGA, que se estima por el efecto que tiene la actividad futbolística sobre el empleo, el PIB, el turismo, la recaudación fiscal o la responsabilidad social.

El objetivo de este análisis económico será ofrecer una visión integral y actualizada de la realidad económica de LALIGA, así como identificar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

2. CONTEXTO ECONÓMICO, SOCIAL Y REGULATORIO DE LA LIGA ESPAÑOLA.

2.1. ORÍGENES DEL FÚTBOL EN ESPAÑA:

El fútbol tal y como lo conocemos tiene sus orígenes en la Inglaterra de mediados del Siglo XIX, sin embargo, no fue hasta finales de dicho siglo cuando el deporte rey llegó a nuestro país gracias a la influencia de trabajadores y estudiantes británicos que organizaban partidos en sus días libres, despertando el interés de los locales por ese novedoso juego (Historia Electoral, 2022).

El Recreativo de Huelva, fundado en 1889 por inmigrantes venidos de las islas británicas, es considerado el club decano de fútbol español. En los años venideros otros clubes serían fundados, destacando entre otros el Athletic Club, el Fútbol Club Barcelona y el Real Madrid, únicos clubes que nunca han descendido a la Segunda División española.

Las primeras competiciones de fútbol en España se remontan a principios del siglo XX, cuando se crearon torneos regionales como la Copa Macaya en Cataluña o la Copa del Rey Alfonso XIII en Andalucía. Estos campeonatos servían para clasificar a los equipos para el Campeonato de España, que se disputa desde 1902 y que actualmente conocemos como Copa del Rey. La Copa del Rey es el torneo de fútbol más antiguo de España y el segundo más importante después de la Liga. En ella participan numerosos equipos de las distintas categorías del fútbol español, desde la Primera División hasta ligas regionales.

La Real Federación Española de Fútbol se estableció en 1913, consolidando la organización del deporte en el país. En 1929 se fundaría LALIGA, la competición de clubes más destacada en España. Desde entonces, LALIGA ha sido el epicentro del fútbol español, atrayendo la atención de aficionados de todo el mundo.

La contribución de jugadores españoles al fútbol mundial, tanto en clubes como en la selección nacional, ha consolidado la reputación del país como una potencia futbolística. El modelo de juego español, basado en la posesión y la técnica, ha dejado una marca distintiva en el ámbito internacional, reflejado en la consecución de las Eurocopas de 2008 y 2012 y la Copa del Mundo de 2010, haciendo de esta la etapa más gloriosa de nuestro fútbol (Europa Digital, 2023).

El fútbol en España tiene una rica historia que abarca más de un siglo, con grandes triunfos, clubes legendarios y la pasión de los aficionados que hacen de este deporte una parte integral de nuestro país.

2.2. INFLUENCIA CULTURAL DEL FÚTBOL EN ESPAÑA:

El fútbol es una pasión que se vive intensamente en España, tanto en los estadios como en las calles, los bares, las casas y los medios de comunicación. El fútbol es un tema de conversación habitual, un motivo de celebración o de decepción, un factor de cohesión o de rivalidad, y una forma de expresar la cultura y la identidad españolas (La Razón, 2019).

El fútbol refleja y refuerza las diferencias y las rivalidades regionales, así como el sentimiento de pertenencia, ya que los equipos suelen representar a ciudades o comunidades, y los aficionados se identifican con ellos. De hecho, en numerosas

ocasiones, los estadios se han convertido en escaparates donde los ciudadanos han podido expresar sus opiniones políticas, mostrando así la diversidad de pensamiento existente en España (Hoy Aragón, 2023).

También ha servido de inspiración para numerosas obras de arte, desde himnos oficiales de equipos hasta canciones populares, pasando por la literatura, el cine y la moda. El fútbol ha generado un lenguaje propio, lleno de metáforas y símbolos, que se utiliza para comunicar emociones y reflexiones sobre la sociedad (Moncloa, 2023).

Además, genera una gran actividad económica, tanto directa como indirectamente. El fútbol profesional en España representa un acontecimiento sociocultural que ofrece una amplia variedad de productos y servicios, los cuales contribuyen de manera relevante a la economía española. El fútbol también atrae a muchos turistas, que viajan al país para presenciar los partidos y disfrutar del ambiente.

Por todo ello, el fútbol es mucho más que un deporte en España, es una parte esencial de la cultura y la sociedad del país, que influye en diversos ámbitos y aspectos de la vida de los españoles.

2.3. MARCO ACTUAL DEL FÚTBOL EN ESPAÑA:

2.3.1. ¿Qué es LALIGA?

LALIGA se define en su página web como “una asociación deportiva de carácter privado, integrada por los 20 clubes/SAD de fútbol de LALIGA EA SPORTS Y LOS 22 de LALIGA HYPERMOTION, responsable de la organización de las competiciones futbolísticas de carácter profesional y ámbito nacional en España” (LALIGA, 2024). LALIGA se encarga de la organización de las competiciones, la gestión de los derechos audiovisuales, el control económico, la internacionalización y la innovación tecnológica.

Cabe destacar que, para esta temporada, la 2023/24, LALIGA ha renovado su imagen con un nuevo logo, símbolo y lema.

El nuevo logo es más simple y versátil, y está formado por dos curvas rojas que forman una doble L, que representan el acrónimo de LALIGA y está inspirado en las celebraciones de los goles, tanto de los jugadores como de los aficionados, con el fin de reflejar la identidad y la pasión de nuestro fútbol. La tipografía también ha cambiado, y ahora es toda en mayúsculas, más expresiva y menos humanista (Marca, 2023).

El nuevo lema es “La fuerza de nuestro fútbol”, con el que se quiere dar sensación de unidad, de que los 42 clubes de forma conjunta son imparables. Este lema también sugiere que LALIGA podría estar buscando ampliar su alcance más allá del fútbol, con un diseño que puede ser utilizado en otros deportes y en otras actividades relacionadas con el deporte.

El color coral es el nuevo color corporativo de LALIGA, que simboliza “el orgullo, la pasión, la energía y la emoción del fútbol”. Sin embargo, habrá una gama cromática para cada club, que se utilizará cuando se hagan campañas concretas con esos equipos.

2.3.2. Normativa imperante en LALIGA:

LALIGA y sus clubes están sometidos a una serie de normas y reglamentos que regulan su funcionamiento, organización, competición, gestión económica, prevención de la violencia, protección de datos, etc (LALIGA, 2024).

La Ley 39/2022, de 30 de diciembre, del Deporte, establece el marco jurídico general del deporte en España, sus principios rectores, los derechos y deberes de los agentes deportivos, el régimen de las federaciones y las ligas profesionales, las medidas de fomento y control del deporte, y la coordinación entre las administraciones públicas.

El Reglamento General de la Liga Nacional de Fútbol Profesional, regula los aspectos específicos de la organización y funcionamiento de la liga, como la afiliación y desafiliación de los clubes, el sistema de competición, el régimen disciplinario, el control económico, la retransmisión televisiva, el arbitraje, etc.

Los Estatutos Sociales de la Liga Nacional de Fútbol Profesional, estipulan la organización de competiciones, la gestión económica y financiera, la disciplina deportiva, y la relación con otras instituciones del fútbol, tanto nacionales como internacionales. Estos estatutos son fundamentales para mantener la integridad y el buen funcionamiento de la competición.

Las Normas de Elaboración de Presupuestos de Clubes/SADs, establecen los criterios y procedimientos para la elaboración, presentación y aprobación de los presupuestos de los clubes y sociedades anónimas deportivas que participan en la liga, así como los mecanismos de seguimiento y control de los mismos.

Otras normas de carácter estatal o autonómico que afectan al ámbito deportivo son la Ley de Regulación del Juego, la Ley de Prevención del Blanqueo de Capitales y de la Financiación del Terrorismo, la Ley contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte, la Ley de lucha contra el dopaje en el deporte, la Ley de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, el Código de Derecho Deportivo, etc (Eres Deportista, 2023).

Por último, a nivel nacional e internacional, LALIGA está sometida a la normativa federativa estipulada por la RFEF, la UEFA y la FIFA.

Estas normas tienen como objetivo garantizar el buen desarrollo del deporte profesional, la integridad de las competiciones, la transparencia y la responsabilidad de los clubes, la protección de los derechos de los deportistas, los espectadores y los consumidores, y la contribución del deporte al bienestar social y económico del país.

2.3.3. Asistentes y audiencias de LALIGA:

La asistencia a los estadios de fútbol de Primera división en España en la temporada 2022/23 superó los 11 millones de espectadores, la cifra más alta desde la temporada 2006/07. El FC Barcelona fue el equipo con una mayor media de asistentes a los partidos de la competición doméstica, con más de 83.000 espectadores en cada encuentro. El Real Madrid, el Atlético de Madrid y el Real Betis le siguieron en el ranking de asistencia media (Transfermarkt, 2024). La media de asistencia fue de 29.574 espectadores, y el porcentaje de ocupación medio abarcó un 77'9% del aforo de los estadios, 6'9 puntos por encima de la del año anterior (Palco 23, 2023). Siendo el equipo con mayor porcentaje el Cádiz, que congregó en su feudo una media del 87'7% del aforo durante la campaña 2022/23 (El Desmarque, 2023).

En Segunda división, se superaron los 4'6 millones de espectadores la pasada temporada 2022/23. La media de asistentes estuvo encabezada por la UD Las Palmas con una media de 20.835 espectadores por partido, seguida por el Real Zaragoza y el Málaga CF. El número total de asistentes a los estadios de fútbol fue el segundo más alto desde que se tienen registros, solo superado por la temporada 2018/19. Según los datos, la competición registró un 57% de ocupación media y una media de 10.037 aficionados por choque (El Confidencial, 2023).

Según el informe Landscape presentado por la UEFA (UEFA, 2023), tras la última temporada España fue el tercer país con más asistentes a los estadios, solo por detrás de potencias como Alemania e Inglaterra. El precio de las entradas, el horario de los partidos y la capacidad de los estadios son algunos de los factores que explican esta diferencia (2PLAYBOOK, 2023).

En cuanto a los datos televisivos, la audiencia total ha sido de más de 137 millones de espectadores. El Barça ha sido el equipo más visto, con una media de 926.000 espectadores por partido, seguido por el Real Madrid, con 857.000. Los dos Clásicos fueron los únicos que superaron los dos millones de espectadores.

El día preferido para ver los encuentros por televisión, es el domingo, siendo el viernes el que cuenta con menor número de telespectadores. Los datos también arrojan que cuanto más tarde es el partido, más gente lo ve por televisión, ya que el horario con mayor audiencia es el de las 21h. Por último, señalar, que los datos más bajos de audiencia han coincidido justamente con las 2 últimas jornadas de liga, disputadas en horario unificado (FormulaTV, 2023).

2.3.4. ¿Cuánto cuesta ver el fútbol en España?

De las principales ligas europeas, España es el país donde más caro sale ver el fútbol por televisión en atención al porcentaje sobre el salario mínimo bruto actual. Según un reciente estudio de "Fútbol en la TV" (Futbol en la TV, 2024), en España tenemos 2 opciones -Movistar y Orange- con las que contratar el "paquete fútbol", pero el principal problema radica en que además del fútbol, es obligatorio contratar sus servicios de internet, algo inédito en el resto de países europeos.

La de Orange sería la propuesta más "económica" costando un total de 80,95€ al mes, con fibra y televisión. De esos más de 80€ el precio del fútbol sería de 37,95€. Esta opción lleva consigo un contrato de permanencia de 1 año. El porcentaje sobre el salario mínimo (1.323€ actualmente) es del 6,1%.

Con Movistar, el precio superaría los 100€. Además de fibra y televisión, el paquete incluiría 2 líneas móviles. De los 116,90€ que cuesta el paquete cerrado que ofrece Movistar, el fútbol supondría unos 45€. Estos más de 100€ son un 8,8% del salario mínimo imperante en España.

En Portugal, el costo es de 39,98€, el 4,1% de un salario mínimo de 957€. Los derechos se reparten entre dos plataformas. Sport TV, por 25,99€, transmite la Liga y la Copa portuguesa, con la salvedad de que los partidos locales del Benfica se ven a través de BTV, por 9,99€. DAZN, por 13,99€, tiene los derechos de la Champions League. El costo total es la mitad de la opción más económica disponible en España.

En Alemania, el costo es de 74,48€, equivalente al 3,6% del salario mínimo bruto de 2.054€, el más alto entre los países analizados. Sky Sport, por 35,50€, es el principal medio para ver el fútbol nacional, incluyendo la Bundesliga y la Copa. DAZN, integrado en Sky por 29,99€, transmite los partidos de la Bundesliga de viernes y domingo, así

como la Champions League. Amazon Prime Video, por 8,99€, tiene los derechos exclusivos de un partido de la Champions League cada semana.

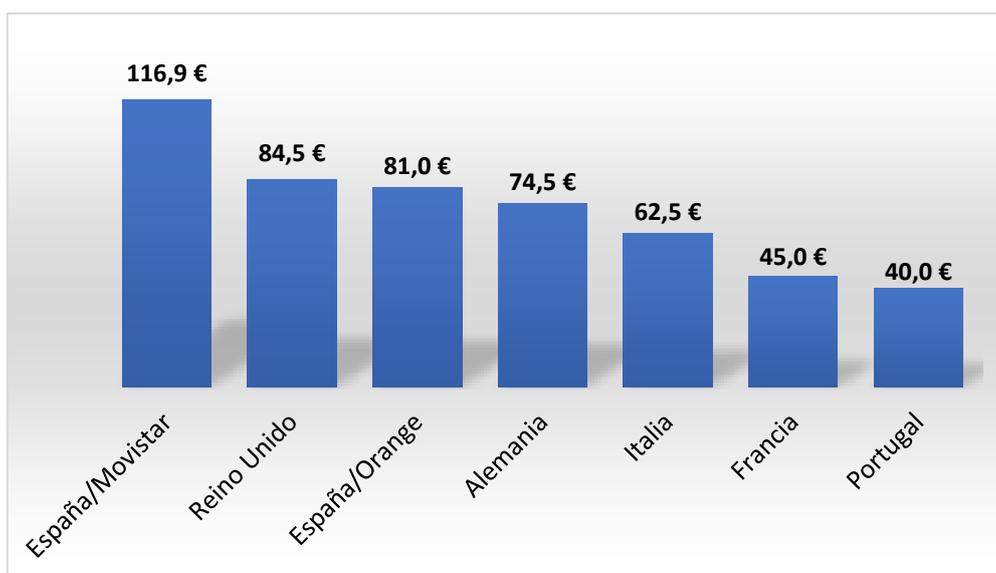
Francia presenta el costo más bajo con relación al salario mínimo, con 44,98€ que representan el 2,5% de un salario mínimo de 1.767€. Tras periodos de incertidumbre en los derechos de televisión, ahora se concentran en dos plataformas. Amazon Prime Video, por 14,99€, emite siete partidos de la Ligue 1 por jornada, y CANAL+, por 29,99€, ofrece el resto de los partidos ligueros, la Copa y la Champions League, gracias a su alianza con beIN Sports.

En Italia, donde no hay salario mínimo establecido, el costo es de 62,49€. Para acceder a los principales torneos de fútbol, se requieren hasta tres suscripciones. Sky Sport, por 50€, concentra la mayor parte del gasto, emitiendo partidos de la Serie A y la mayoría de los encuentros europeos. Zona DAZN, por 7,50€, permite ver la Serie A completa, y Amazon Prime Video, por 4,99€, transmite en exclusiva un partido de la Champions League cada jornada.

Por último, En el Reino Unido, el costo para ver fútbol es de 84,52€, lo que representa el 4,7% del salario mínimo bruto de 1.929€. Este monto supera al ofrecido por Orange en España, aunque no alcanza los niveles de Movistar Plus+ y es considerablemente menor en términos porcentuales respecto al salario mínimo. Sky Sports, con un costo de 51,65€, es el servicio dominante para el fútbol, cubriendo una parte de la Premier League y la Copa de la Liga. Sin embargo, se anticipa un incremento de precios, con un aumento anunciado de 2,35€ mensuales a partir de abril. TNT Sports, por 32,87€, ofrece el resto de la Premier y la totalidad de la Champions League. Este servicio incluye un compromiso de permanencia de dieciocho meses.

Cabe señalar que los partidos de la Premier League los sábados a las 16:00 no se transmiten por televisión, y Amazon Prime Video, por 8,99€, transmite en exclusiva los partidos del Boxing Day durante la Navidad.

Figura 2.1: Precio mensual del fútbol en TV en Europa.



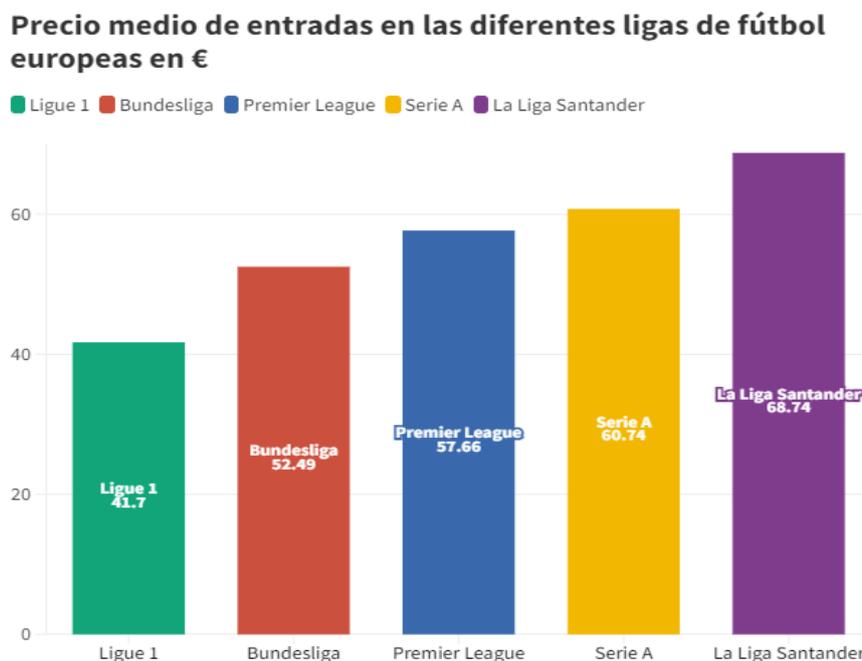
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de FutbolenlaTV.es, 2024.

En lo que respecta al precio de las entradas, el coste en Europa varía significativamente entre países. Alemania es elogiada por mantener precios accesibles, lo que da lugar a estadios llenos. La Premier League, con su poder económico y el atractivo del BigSix, mantiene precios altos pero justificados por la demanda (The Objective, 2023).

En contraste, la Ligue 1 y la Serie A tienen precios elevados que no se corresponden con su rendimiento, aunque aún son más bajos que los de LALIGA, presidida por Javier Tebas. En España, el precio medio de las entradas es de 68,79€, superando en casi 20€ a la media alemana.

En resumen, la política de precios de las entradas en LALIGA, más alta en comparación con Alemania que es el espejo en el que se deberían mirar el resto de ligas, plantea desafíos para el fútbol español, tanto en términos económicos como de conexión con los aficionados.

Figura 2.2: Precio medio de entradas en las diferentes ligas de fútbol europeas en €.



Source: Jorge Arias: Datos recogidos por THE OBJECTIVE

Fuente: The Objective, 2023.

2.3.5. Entorno económico de LALIGA:

Existen un conjunto de factores externos que pueden influir en el rendimiento financiero y deportivo de los clubes que forman parte de la liga profesional de fútbol español (LALIGA, 2024). Algunos de estos factores son:

- La situación macroeconómica del país y del mundo, que afecta al consumo, la inversión, el empleo, el turismo y la demanda de bienes y servicios relacionados con el fútbol.
- La Pandemia de COVID-19, que ha tenido un impacto significativo en los ingresos de la mayoría de los clubes, afectando a sus operaciones y estrategias financieras.
- La competencia de otras ligas y competiciones nacionales e internacionales, que determina el atractivo, la audiencia, el prestigio y los ingresos por derechos de televisión y patrocinio de LALIGA.
- La regulación y el control económico de las autoridades deportivas y gubernamentales, que establecen las normas, los límites, las sanciones y los incentivos para la gestión financiera de los clubes y la organización de la competición.
- La innovación y la digitalización, que ofrecen nuevas oportunidades y desafíos para la mejora de la experiencia de los aficionados, la generación de valor añadido, la diversificación de las fuentes de ingresos y la optimización de los costes.

LALIGA publica cada año un informe económico-financiero que analiza la situación y la evolución de estos y otros aspectos relevantes para el fútbol profesional español.

2.3.6. Reputación de LALIGA:

La reputación de la liga es el prestigio y la imagen que tiene la competición de fútbol profesional española, tanto a nivel nacional como internacional. La reputación de la liga depende de varios factores, como el nivel deportivo de los equipos, los resultados en las competiciones europeas, el atractivo para los patrocinadores, los medios de comunicación y los aficionados, la gestión económica y social de los clubes, la innovación y la responsabilidad corporativa, entre otros (PR Noticias, 2021).

Según el ranking de reputación online de los clubes de fútbol elaborado por Brand Dialogue (Brand Dialogue, 2021), la liga española es la tercera más valorada del mundo, solo por detrás de la Premier League inglesa y la Bundesliga alemana. La liga española cuenta con cuatro clubes entre los diez primeros del ranking: Real Madrid, Barcelona, Atlético de Madrid y Sevilla. Estos clubes son los que más contribuyen a la reputación de la liga, gracias a sus éxitos deportivos, su proyección internacional, su masa social y su capacidad de generar ingresos.

Sin embargo, la reputación de la liga también se ve afectada por algunos aspectos negativos, como la crisis de comunicación que provocó el intento fallido de crear una Superliga europea por parte de algunos de los clubes más poderosos, entre ellos el Real Madrid y el Barcelona. Esta iniciativa generó un rechazo masivo por parte de los aficionados, los medios, las instituciones y las marcas, que vieron amenazados los valores del fútbol y el equilibrio competitivo. La Superliga supuso un daño para la imagen y la credibilidad de los clubes implicados, que tuvieron que rectificar y asumir algunas sanciones por parte de la UEFA. A pesar de ello, los dos grandes del fútbol español siguen inmersos en la lucha por sacar adelante esta competición, en especial el Real Madrid a través de su presidente Florentino Pérez, principal impulsor de la Superliga.

Otro aspecto que influye en la reputación de la liga es la gestión de la pandemia del COVID-19, que ha supuesto un impacto económico y social para los clubes y la competición. La liga ha tenido que adaptarse a las medidas sanitarias y jugar sin público

en los estadios, lo que ha reducido los ingresos por taquilla, merchandising y derechos de televisión. Además, la liga ha tenido que afrontar el desafío de mantener el interés y la conexión con los aficionados, utilizando nuevos canales y formatos de comunicación.

Además, LALIGA ha demostrado su compromiso con la responsabilidad social y la solidaridad, impulsando iniciativas como LALIGA Genuine, una competición integrada por equipos de personas con discapacidad intelectual, o LALIGA ProPlayer, un programa que facilita la formación académica y deportiva de los jóvenes talentos del fútbol español en Estados Unidos. Estas acciones contribuyen a mejorar la reputación de la liga y a difundir los valores del fútbol español y de la Marca España en el mundo (LALIGA, 2024).

3. EL BALANCE COMPETITIVO.

Aplicado al fútbol español, podríamos decir que existe balance competitivo cuando todos los clubes tienen las mismas posibilidades de clasificarse a la Champions League antes de comenzar la temporada, o cuando todos los equipos de Segunda División tienen la oportunidad de ascender a Primera División (Rodríguez Guerrero, 2012).

El fútbol europeo, y por ende el español, se caracteriza por seguir un modelo de competición abierto donde los equipos pueden ascender o descender según sus resultados en el terreno de juego, por lo que el principal aliciente de los clubes será maximizar el éxito deportivo y no tanto el económico. Este modelo también prima los traspasos de jugadores entre clubes a cambio de sumas de dinero que hagan mejorar las finanzas de los equipos y les permitan invertir en nuevo talento.

Por otro lado, tendríamos el modelo americano, caracterizado por ligas cerradas compuestas por franquicias, donde el principal objetivo es el de maximizar beneficios. Aquí no es tan usual el traspaso de jugadores, y lo que suelen hacer los clubes es intercambiar jugadores o posiciones en el draft.

Dos supuestos clave diferencian estos modelos: la maximización de beneficios por parte de los equipos, y la idea de que el talento disponible no varía. Si el talento es fijo, los modelos son cerrados, y un equipo solo podría aumentar su talento si otro equipo pierde talento. Si se pueden añadir jugadores nuevos, los modelos son abiertos (Burillo, P.; Pérez-González, B. y Salinero, J.J., 2012)

El primer modelo de balance competitivo fue propuesto por El-Hodiri y Quirk en 1971 (El-Hodiri y Quirk, 1971). Es un modelo matemático para n -equipos y concluye que el balance competitivo solo es posible si no hay compras ni ventas de contratos de jugadores, o si todos los equipos tienen las mismas funciones de ingreso.

Podemos simplificar este modelo a dos equipos, donde los clubes actúan como empresas que buscan maximizar beneficios, y la función de Ingreso Marginal (IMa) de cada club disminuye con el aumento del talento contratado. Fort y Quirk (Fort, R. y Quirk, J., 1995) simplificaron la función de costes, asumiendo que el Coste Marginal (CMA) de victorias no depende del tamaño del mercado y es constante con respecto al talento.

Bajo la premisa de maximización de beneficios, cada equipo empleará talento hasta que el IMa generado por la última unidad de talento sea igual al CMA de esa unidad adicional. Si ambos equipos tienen el mismo CMA de talento, el IMa en equilibrio será el mismo para ambos.

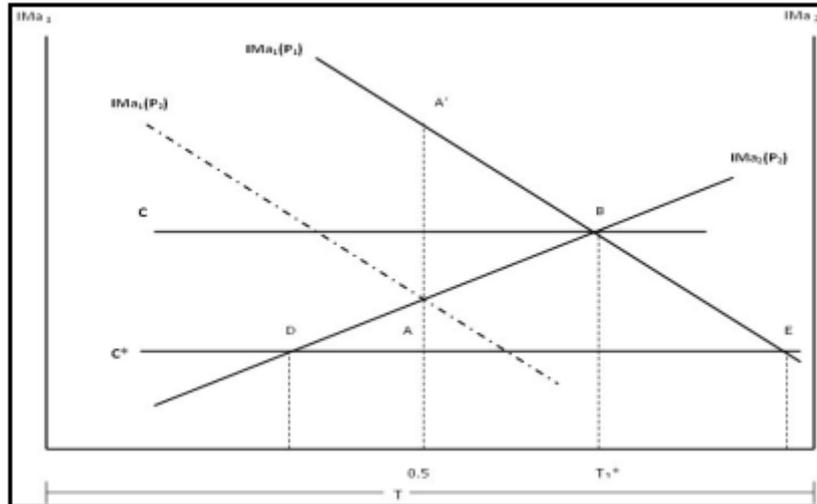
Si suponemos que ambos equipos tienen la misma función de ingresos y sus aficionados reaccionan igual a las victorias, el equilibrio se alcanza cuando cada equipo, supongamos con una misma "población", contrata la mitad del talento disponible, logrando un porcentaje de victorias del 50%. Sin embargo, si la capacidad de generar ingresos varía entre los equipos y los traspasos son posibles, los equipos con mayores ingresos contratarán más talento y ganarán más partidos.

Si se introducen restricciones en el mercado laboral, como un tope salarial individual, los jugadores ganarían menos y el equilibrio se mantendría, aunque el supuesto de igualdad entre IMa y CMA podría no cumplirse debido a la oferta limitada de talento.

Este modelo también se mantiene con otros acuerdos institucionales, como la cláusula de reserva, que permite a los propietarios reducir los salarios. El equilibrio se alcanza cuando el IMa de todos los equipos es igual, independientemente de si hay libre agencia o no.

La conclusión es que el modelo sugiere que las diferencias en la capacidad de generar ingresos y la posibilidad de traspasos influyen en el balance competitivo, favoreciendo a los equipos con mayores recursos.

Figura 6.1: Balance Competitivo sin y con tope salarial individual.



Fuente: Plácido Rodríguez, 2012.

4. PRINCIPALES FUENTES DE INGRESOS.

En el mundo del fútbol profesional, los clubes de LALIGA se enfrentan al desafío constante de equilibrar sus finanzas. Los ingresos ordinarios, como las ventas de entradas o abonos, los derechos de televisión y los patrocinios, forman la columna vertebral de su economía. Por otro lado, los ingresos extraordinarios, que incluyen la venta de jugadores, ganancias por éxitos en competiciones y otras fuentes no recurrentes, pueden proporcionar un impulso significativo, pero menos predecible a sus finanzas (Molina Escondrillas, 2016).

Analizar cómo estos clubes gestionan estos ingresos es esencial para entender su estabilidad y éxito a largo plazo en una de las ligas más competitivas del mundo.

4.1. INGRESOS ORDINARIOS:

4.1.1. Derechos Televisivos:

Los derechos televisivos en la liga de fútbol española se refieren a la autorización legal que tienen las cadenas de televisión y plataformas de transmisión para emitir los partidos y eventos relacionados con LALIGA. Estos derechos son una fuente crucial de ingresos para los clubes y la propia liga, ya que las empresas de medios pagan sumas significativas para adquirirlos (LALIGA, 2024).

Este sistema de reparto busca promover la competitividad dentro de la liga y garantizar que todos los clubes se beneficien de los ingresos televisivos, que son vitales para su operación y crecimiento. El reparto de los ingresos generados por los derechos televisivos se realiza siguiendo un modelo establecido por la legislación española y los acuerdos de LALIGA. Según el Real Decreto-ley 5/2015, un porcentaje de los ingresos se distribuye equitativamente entre todos los clubes, mientras que el resto se reparte en función de varios factores como los resultados deportivos y la implantación social de cada club (Adeliño Recasens, Aguilar Calderón y Carretero Nevado, 2017).

Es importante destacar que los derechos televisivos no solo incluyen la transmisión de partidos en vivo, sino también otros contenidos relacionados como resúmenes, entrevistas y programas especiales que contribuyen a la experiencia global de los aficionados al fútbol (Alcolea-Díaz y García Santamaría, 2019).

LALIGA publica los criterios de reparto y las cantidades específicas que corresponden a cada club. Para la temporada 2022/23, los ingresos se distribuyeron de la siguiente manera:

50% a partes iguales: Todos los clubes de Primera División reciben una parte igual de esta mitad del total de los ingresos.

25% según resultados deportivos: Se basa en el rendimiento de los clubes en las últimas cinco temporadas.

25% por implantación social: Se consideran factores como la asistencia al estadio, la audiencia televisiva y la presencia en redes sociales.

Los clubes que descendieron la temporada anterior reciben un apoyo económico a través de un Fondo de Compensación, que representa el 2,5% de los ingresos totales. Además, se asegura que la diferencia entre lo que ingresan el club que más y el que menos no sea superior a 3,5 veces.

LALIGA ha gestionado la asignación de los ingresos televisivos, distribuyendo hasta 1.525 millones de euros entre los equipos participantes en Primera y Segunda durante la temporada 2022-2023.

Esta asignación posiciona al FC Barcelona y al Real Madrid CF al mismo nivel que los equipos de la Premier League, superando a los clubes de otras grandes ligas europeas. La cantidad asignada ha aumentado un 15,7% desde la temporada 2016-2017, aunque representa una disminución del 3,7% en comparación con la temporada 2021-2022, cuando la distribución alcanzó los 1.585 millones de euros (Palco 23, 2024).

De esos 1.525 millones de euros, el 90% fueron para los veinte equipos de Primera División. El Real Madrid CF recibió tres veces la cantidad asignada al RCD Mallorca, el equipo con la asignación más baja, que fue de 44,51 millones de euros. En este contexto, tanto el FC Barcelona como el Real Madrid CF obtuvieron más de 160 millones de euros cada uno de la distribución audiovisual, mientras que el Atlético de Madrid recibió 119 millones de euros (El Mundo, 2023).

A cierta distancia, el Sevilla FC obtuvo 82,3 millones de euros, seguido del Real Betis con 70 millones de euros, y detrás de ellos el Valencia CF, Athletic Club y Real Sociedad, todos superando los 65 millones de euros. En el extremo opuesto, el RCD Mallorca, Elche CF y UD Almería cerraron la lista de los clubes de Primera.

En la categoría de Segunda División, los fondos destinados a apoyar a los equipos descendidos representaron una parte considerable del total distribuido. De los 203,54 millones de euros asignados, 52,54 millones se otorgaron como subvenciones a los clubes que descendieron de la Primera División (El periódico de España, 2023).

Como resultado, los equipos que descendieron fueron los que más ingresos obtuvieron por derechos televisivos en la Segunda División. En detalle, el Alavés recibió 28,31 millones de euros, incluyendo 19,31 millones en concepto de ayuda, el Levante ganó 28,11 millones con 18,99 millones provenientes de subvenciones, y el Granada se benefició con 23,88 millones de euros, de los cuales 14,24 millones correspondían a fondos adicionales. El propósito de estas ayudas es evitar que los clubes que descienden de la Primera División enfrenten dificultades económicas debido a los altos salarios heredados de la categoría superior.

En cuanto a la distribución económica en la Segunda División, el 70% del restante se reparte equitativamente entre los 22 clubes. Y el 30% se divide según dos criterios: el rendimiento deportivo, considerando solo la última temporada, donde el equipo en primer lugar recibe el 15,45% y el último el 0,23%; y la masa social de cada club, con dos tercios del total basados en las audiencias y el tercio restante según el promedio de ingresos por taquilla y abonos.

4.1.1.1. ¿De dónde proceden estos ingresos?

Los derechos de retransmisión de los partidos de la Primera División en España fueron adquiridos en diciembre de 2021 por un total de 4.950 millones de euros por Telefónica y DAZN, en una venta calificada como “histórica” por parte de LALIGA (El País, 2021).

Desde la temporada 2022/23 y hasta la conclusión de la 2026/27, Movistar+ transmitirá cinco partidos semanalmente y tendrá exclusividad en tres jornadas, mientras que DAZN también retransmitirá otros cinco encuentros a la semana pero en 35 de las 38 jornadas.

El acuerdo representa una inversión de 990 millones de euros anuales para la transmisión de los partidos en España, un incremento del 1% respecto a los 980 millones de la adjudicación anterior, donde Telefónica obtuvo todos los derechos por tres años.

Por su parte, otras plataformas como Orange han tenido que comprar los derechos a Telefónica y DAZN para poder retransmitir los partidos de la competición liguera, contando desde julio de 2022 con los canales DAZN LALIGA y Movistar LALIGA. Además, el canal en abierto GOL PLAY, cuenta con un partido por jornada entre equipos que no participan en competiciones europeas que retransmite en abierto (La Información, 2022).

En Segunda División, los partidos podrán ser seguidos a través de un total de once posibilidades distintas, entre las que se encuentran plataformas como Amazon Prime Video, Movistar, Orange o DAZN (El Confidencial, 2022).

Desde la primera jornada de la segunda vuelta de la temporada 2023/24 DAZN ha adquirido los derechos de emisión de la Segunda División española de fútbol. Con esta adquisición, DAZN continúa enriqueciendo su repertorio y consolidando su compromiso con el fútbol español, sumando LALIGA HYPERMOTION a su ya extensa oferta (Palco 23, 2024)

El convenio abarca los derechos de transmisión, incluida la promoción de ascenso a la Primera división. DAZN no solo retransmitirá todos los partidos, sino que también proporcionará entrevistas exclusivas, reportajes detallados de los clubes y resúmenes de los juegos, entre otros contenidos adicionales.

Con el nuevo modelo de comercialización de derechos televisivos en régimen de no exclusividad, LALIGA busca ampliar su distribución y mejorar la visibilidad de la competición. Como resultado, el canal GOL ya no transmitirá en abierto ciertos partidos, dejando a Movistar, Orange y DAZN como los principales operadores de la categoría.

Por último, a nivel internacional, hay que destacar el acuerdo alcanzado por LALIGA y ESPN, que desde la temporada 2021/22 y hasta la 2028/29 será el proveedor oficial de las retransmisiones de LALIGA en todo Estados Unidos. El acuerdo se alcanzó a razón de 1.400 millones de euros, 175 millones por cada temporada (LALIGA, 2021).

4.1.1.2. Comparación del reparto televisivo respecto a otras ligas europeas:

La distribución de los ingresos televisivos en la Premier League es uno de los factores clave que la distingue de otras grandes ligas. Esta equitativa repartición permite que incluso el último clasificado, como el Southampton, asegure ingresos significativos de 106 millones de libras (126 millones de euros), una cifra superior a lo que recibió el Atlético de Madrid, tercero en LALIGA en la temporada 2022-2023. Desde 1992, la Premier ha mantenido una política donde la diferencia entre lo que recibe el equipo campeón y el último no supera 1,5 veces, mientras que en España, esta brecha puede alcanzar hasta 3,5 veces. (2Playbook, 2023)

El potencial de negocio de una competición de fútbol europeo se correlaciona con el tamaño del mercado audiovisual del país. La Premier League sobresale en este aspecto, proyectando ingresos superiores a 11.045 millones de euros en el ciclo 2022-2025. En contraste, en España, el crecimiento ha sido más lento debido a la implementación tardía de la venta centralizada, lo que ha limitado el desarrollo de clubes distintos al Real Madrid y al Barcelona. Con la aprobación del Real Decreto-ley 5/2015, LALIGA tomó control de la producción y comercialización de los derechos audiovisuales, pero el acuerdo favoreció a los dos gigantes, asegurándoles un mínimo de 140 millones de euros, cifra que actualmente ronda los 160 millones para cada uno.

La Premier League se distingue por no transmitir todos sus encuentros en el Reino Unido, lo que resulta en que los equipos más destacados obtengan una porción más grande del reparto televisivo basado en la cantidad de partidos transmitidos por sus socios locales como Sky, BT Sport, BBC y Amazon. Además, los ingresos por derechos de televisión internacionales en el Reino Unido, que ascienden a 6.286 millones de euros, ya han superado a los ingresos nacionales, estimados en más de 5.745 millones de euros hasta 2025.

La liga inglesa también asigna un 7.3% de este paquete según el desempeño deportivo, un ajuste logrado en 2018 por el grupo conocido como Big Six, que argumentó que el negocio internacional no debería distribuirse por igual. Sin embargo, la diferencia en este aspecto no puede exceder 1.8 veces, manteniendo así la competitividad y evitando monopolios o duopolios en la lucha por el título.

En Alemania, la Bundesliga fomenta el talento joven a través de su reparto de ingresos televisivos locales. El 50% se distribuye equitativamente, y hasta un 43% se basa en las clasificaciones de las últimas cinco temporadas. La DFL asigna un 4% según los minutos jugados por futbolistas alemanes menores de 23 años y la formación de jóvenes jugadores en sus equipos. El 3% restante se distribuye según un análisis de mercado del interés comercial y mediático de los clubes. Respecto a los derechos de televisión internacionales, el 35% se reparte de manera equitativa, hasta un 50% según la clasificación liguera de los últimos cinco años, y el 15% restante según el ranking de la última década.

En Francia, el 30% de los ingresos se distribuye equitativamente y otro 20% según un valor de licencia. Un 30% adicional se basa en la clasificación deportiva, con un 25% que considera la última temporada y un 5% que revisa los últimos cinco años. El 20% restante se asigna según las audiencias y los partidos premium disputados por cada club.

LALIGA y la Premier League son las competiciones más internacionales, habiendo superado la dependencia del mercado nacional. La Premier League ya obtiene el 53% de sus ingresos audiovisuales del extranjero, mientras que LALIGA alcanza el 48%.

Italia, Alemania y Francia buscan reducir su dependencia del mercado televisivo nacional, que actualmente es del 82%, 86% y 88%, respectivamente. En la Serie A, el 30% de los ingresos televisivos se basa en resultados deportivos, incluyendo un 5% que considera el desempeño desde la temporada 1946-1947 hasta seis temporadas antes del presente. El 50% se reparte por igual y el 20% según las audiencias.

En la Liga de Portugal, fuera del grupo de las cinco grandes ligas europeas, se observa una marcada disparidad en los ingresos televisivos entre los clubes. Benfica, Oporto y Sporting de Portugal acaparan la mayor parte de estos ingresos, que sumaron 177 millones de euros en la temporada 2021-2022.

Esta liga es una de las pocas, y la más destacada entre ellas, que aún no ha adoptado un sistema de comercialización centralizada de derechos televisivos. Esto resulta en que el club con mayores ingresos por derechos televisivos recibe hasta doce veces más que el que menos recibe. Sin embargo, se espera un cambio significativo a partir de la temporada 2027-2028, cuando se planea centralizar los derechos, lo que podría transformar el panorama financiero del fútbol en esa nación.

4.1.2. Ingresos por venta de entradas y abonos:

En LALIGA, estos ingresos pueden variar mucho entre los equipos debido a factores como el tamaño del estadio, el éxito deportivo y la lealtad de los aficionados. Por ejemplo, equipos con estadios grandes, como el Real Madrid y el FC Barcelona, suelen tener ingresos más altos por venta de entradas y abonos en comparación con equipos más pequeños.

La venta de entradas y abonos puede representar entre el 15% y el 25% de los ingresos totales de los clubes. Además, el reparto de los derechos de televisión también se ve influenciado por la masa social de cada club, que se calcula en parte por la venta de entradas y abonos. Esto significa que los clubes con más aficionados asistiendo a los partidos y comprando abonos pueden recibir una mayor parte de los ingresos por derechos de televisión (El País, 2022).

Es importante mencionar que los ingresos por entradas y abonos también pueden verse afectados por el rendimiento del equipo en la temporada. Un equipo que tiene éxito en la liga o en competiciones europeas puede experimentar un aumento en la venta de entradas debido al mayor interés de los aficionados y al atractivo de ver partidos de alto perfil.

Además, los clubes pueden incrementar sus ingresos a través de precios dinámicos de entradas, donde el costo de las entradas varía según la demanda y la importancia del partido. También pueden ofrecer paquetes de abonos que incluyen beneficios adicionales como descuentos en mercancía, acceso a eventos exclusivos y prioridad para comprar entradas para partidos importantes.

4.1.3. Ingresos por patrocinios y publicidad:

Durante el periodo 2021-2022, los ingresos de los 42 equipos que componen LALIGA experimentaron un incremento del 3%, alcanzando los 931,1 millones de euros. Este crecimiento se da tras una temporada previa marcada por una significativa disminución financiera debido a la crisis sanitaria (2Playbook, 2023).

El patrocinio jugó un papel crucial, contribuyendo con 755 millones de euros en la 2021-2022, cifra que no alcanza los 840 millones previos a la pandemia. La lenta recuperación también se ve afectada por la restricción en la visibilidad de las casas de apuestas, que durante más de diez años fueron inversores clave en la indumentaria de los equipos. Los ingresos publicitarios adicionales sumaron 176,1 millones en 2021-2022, estableciendo un nuevo récord para LALIGA y reflejando el creciente interés de las marcas por asociarse con los equipos mediante estrategias innovadoras que superan el patrocinio tradicional, como campañas digitales y proyección internacional (El Confidencial, 2023).

El Real Madrid superó al Barcelona en ingresos comerciales por segundo año consecutivo, y el Atlético de Madrid se aproximó a los 100 millones. Las estrategias de

marketing han mitigado el impacto negativo de la pandemia en el patrocinio. Sin embargo, el año 2021-2022 fue testigo de la llegada y posterior desaparición de empresas cripto y plataformas digitales, algunas dejando deudas pendientes y otras terminando contratos anticipadamente. Ante esta situación, para la temporada 2023-2024, los clubes han recurrido a sectores más estables como inmobiliarias, cerveceras, entidades gubernamentales y compañías de telecomunicaciones para patrocinios principales. Estos sectores ya representan 16 de los 33 patrocinios principales confirmados para 2023-2024, excluyendo al filial del Villarreal CF.

Los patrocinadores principales contribuyen con más de 210 millones de euros anuales a LALIGA, y se espera que esta cifra aumente a 215 millones si los equipos restantes aseguran patrocinios para la próxima temporada, lo que representaría el 22,5% del total de ingresos por patrocinio y publicidad, solo superado por los patrocinadores técnicos.

A nivel europeo, Real Madrid y Barça son los 2 clubes que más ingresan por la publicidad en sus camisetas, 70 millones cada uno procedentes de Fly Emirates y Spotify respectivamente, que son las marcas que lucen en la parte frontal de sus camisetas. No obstante, en LALIGA se permiten hasta 5 espacios publicitarios a lo largo de la equipación (Marca, 2024).

También hay que señalar que los ingresos por publicidad no solo se generan por la marca publicitaria, sino también a raíz de la marca deportiva que viste cada equipo. Estas marcas pagan grandes sumas para lograr que los clubes vistan sus camisetas, y en este sentido los 2 titanes del fútbol español son los líderes del mercado europeo.

4.1.4. Ingresos por venta de merchandising:

El merchandising es un componente vital de la economía de los clubes de fútbol. Estos ingresos no solo provienen de la venta de camisetas, sino también de una amplia gama de productos como sudaderas, pantalones, gorros, fundas de móvil, llaveros y hasta artículos tan diversos como gafas de sol y botellas de vino. La variedad de productos permite a los aficionados expresar su apoyo de muchas maneras y también contribuye a la diversificación de las fuentes de ingresos de los clubes (Palco 23, 2019).

La gestión del merchandising también implica un equilibrio entre el control directo y las asociaciones con terceros. Los clubes que optan por el control total argumentan que esto les da más flexibilidad para realizar promociones y adaptarse mejor a las necesidades del mercado. Sin embargo, asociarse con marcas reconocidas puede ofrecer ventajas en términos de marketing y distribución global.

La venta de productos oficiales no solo proporciona una fuente de ingresos significativa, sino que también fortalece la marca del club y fomenta una conexión más profunda con los aficionados. En un fútbol cada vez más globalizado, la competencia por captar la atención y el gasto de los aficionados en merchandising es una prioridad para los clubes.

A nivel general, los clubes obtienen alrededor de un 20% de beneficio por cada camiseta vendida, siendo el resto para cubrir costes de fabricación, logística, marketing, transporte, y otros gastos, además de los impuestos y las tasas de licencia que paga el fabricante de ropa deportiva al club.

Un reciente análisis de la UEFA (UEFA, 2024) ha revelado datos económicos significativos sobre los clubes de fútbol europeos, resaltando el éxito comercial del FC Barcelona. El club catalán ha alcanzado una cifra récord de 179 millones de euros en ventas de equipaciones y productos oficiales, superando al Real Madrid por 34 millones y encabezando la lista de ingresos en esta categoría (FC Barcelona, 2024).

Durante la temporada 2021-2022, el Barcelona generó 119 millones de euros, ocupando el quinto lugar detrás de equipos como el Liverpool, Manchester United, Bayern de Múnich y Real Madrid. Sin embargo, en un solo año fiscal, el Barcelona incrementó sus ingresos en 60 millones, logrando un aumento superior al 50% y ascendiendo al primer puesto en ventas.

Este logro de 179 millones de euros marca un hito sin precedentes en la historia de los clubes de fútbol europeos, con el Real Madrid (155 millones), Bayern de Múnich (147 millones), Liverpool (137 millones) y Manchester United (130 millones) completando los cinco primeros puestos. La mayoría de estos clubes líderes cuentan con departamentos internos dedicados a maximizar estos ingresos, siguiendo la iniciativa del Barcelona con su estrategia Barça Licensing & Merchandising (BLM).

Como parte de su Plan Estratégico 2021-2026, el Barcelona ha dado prioridad al comercio minorista y las licencias, impulsando la expansión y diversificación de su negocio más allá del Spotify Camp Nou. Esto ha resultado en la apertura de diez nuevas tiendas en ubicaciones clave de Cataluña y una en Madrid, así como en el fortalecimiento de las ventas en línea y la distribución internacional de productos licenciados.

En cuanto a los ingresos generales de los clubes de las grandes ligas, según un informe de Euromerics Marketing, los 116 equipos de las seis ligas más destacadas de Europa generan colectivamente más de mil millones de euros anuales en ventas de productos oficiales. La Premier League de Inglaterra se sitúa a la cabeza con ingresos de 491 millones de euros, lo que representa un promedio de 24,5 millones por equipo (Mundiario, 2022).

LALIGA ocupa la segunda posición con 445 millones de euros en total, equivalente a un promedio de 22,25 millones por cada club. La Bundesliga alemana le sigue con 344 millones de euros y un promedio de 19,1 millones por equipo.

La liga francesa y la Serie A italiana también contribuyen a estas cifras, aunque con un promedio más modesto de 8,2 millones de euros por club en concepto de merchandising.

Existe además una clara diferencia entre los ingresos de las potencias futbolísticas respecto a los clubes más humildes. Los 20 grandes del fútbol continental obtienen una media de 41,2 millones de euros, mientras que los otros 96 equipos perciben aproximadamente 4 millones de euros cada uno.

Los elementos cruciales para la comercialización efectiva de productos oficiales incluyen el rendimiento del equipo, la envergadura del mercado, y la base de seguidores tanto domésticos como internacionales, además de contar con un equipo profesional dedicado a la gestión del merchandising. Por otro lado, la alta concurrencia a los partidos locales juega un papel esencial, especialmente por las ventas realizadas en las tiendas e inmediaciones del estadio.

El estudio también indica que las camisetas son los artículos más demandados por los aficionados, representando casi el 75% de los ingresos totales por merchandising. Los aficionados ingleses son los que más invierten en merchandising, con un gasto medio anual de 75,40 euros, seguidos por los españoles, con un gasto de 54,90 euros. En Inglaterra, se venden una media de 7,17 millones de camisetas al año, mientras que en España la cifra alcanza los 5,5 millones.

4.2. INGRESOS EXTRAORDINARIOS:

Los ingresos extraordinarios de los clubes de la liga suelen provenir principalmente de tres fuentes, la venta de jugadores, la participación en competiciones europeas y la participación en eventos o partidos amistosos.

4.2.1. Ingresos relacionados con la venta, traspaso o cesión de jugadores:

Cuando un club vende a un jugador, puede obtener una suma considerable. Esto se debe a las cláusulas de traspaso, los derechos de formación y otras tarifas asociadas. Los clubes a menudo incluyen bonificaciones por objetivos o éxitos del equipo en los contratos de venta de jugadores, lo que puede aumentar aún más los ingresos.

Durante la pasada campaña los ingresos generados por traspasos en LALIGA, alcanzaron los 528,75 millones de euros siendo el Real Madrid el club con mayor número de ingresos por traspasos, percibiendo un total de 92,15 millones, seguido del Sevilla con 91,50 y la Real Sociedad con 80,50. Por la cola encontramos al Athletic Club que no realizó ninguna operación de venta, al Rayo Vallecano y Osasuna, con unos ingresos por ventas de 200 y 250 mil euros respectivamente (Transfermarkt, 2024).

Mencionar también que LALIGA, ha sido la segunda liga con mayor número de ingresos generados por traspasos y ventas de jugadores en la última década solo por detrás de la Premier League, ascendiendo el total a 7.738 millones de euros (2Playbook, 2024).

Por último, debemos destacar la presencia de tres clubes de LALIGA, FC Barcelona, Real Madrid y Atlético de Madrid entre los 10 equipos a nivel internacional que mayores beneficios por traspasos han generado en la última década. Hay que destacar sobre todo el fichaje de Neymar por el PSG, que supuso 222 millones de euros para las arcas azulgranas, siendo todavía el fichaje más caro de la historia (Transfermarkt, 2024).

Figura 3.1: Mayor ingreso por traspasos desde la temporada 2014/15 a nivel europeo.



Fuente: Transfermarkt, 2024.

4.2.2. Ingresos por participación en competiciones europeas:

Los clubes que se clasifican para la UEFA Champions League, la Europa League o la recientemente creada UEFA Conference League obtienen importantes ingresos por derechos de participación, premios por rendimiento y una parte de los ingresos generados por la venta de boletos y la comercialización durante esos partidos. Estos ingresos pueden ser significativos, especialmente para los equipos que llegan a etapas avanzadas de estos torneos.

Según la información proporcionada por la UEFA, esta reparte un total de 2.032 millones de euros entre los 32 clubes que forman parte de la Champions League (UEFA, 2023).

Cada club que participa en la fase de grupos de la Champions League recibe una cantidad base. Por ejemplo, en la temporada 22/23, cada club aseguró 15,64 millones de euros solo por jugar la fase de grupos. Además, hay premios monetarios por cada victoria o empate en la fase de grupos, y las cantidades aumentan a medida que los equipos avanzan en las etapas eliminatorias (La Información, 2023).

Una parte significativa de estos ingresos proviene de la distribución del mercado televisivo, que se reparte entre los clubes según el valor proporcional de cada mercado televisivo nacional.

Aunque los ingresos son generalmente menores en comparación con la Champions League, la Europa League y la Conference League también ofrecen premios por participación y rendimiento, así como una parte del mercado televisivo.

A partir de la temporada 2024 - 2025, la estructura de la Champions League cambiará, pasando de 32 a 36 participantes. Esto podría afectar la distribución de ingresos y las oportunidades para los clubes de La Liga de obtener ingresos por su participación en estas competiciones.

En términos generales, los clubes de La Liga han liderado la generación de ingresos en el fútbol europeo, con proyecciones que indican que podrían alcanzar unos 3.400 millones de euros en total (Football Benchmark, 2024).

Estos ingresos son cruciales para los clubes, ya que les permiten mantener la competitividad en el mercado de fichajes, mejorar sus infraestructuras y, en general, fortalecer su posición financiera. La participación en competiciones europeas no solo es prestigiosa en términos deportivos, sino también muy beneficiosa económicamente (Libertad Digital, 2024).

4.2.3. Ingresos por partidos o torneos amistosos y otros eventos:

Organizar partidos amistosos contra equipos de renombre internacional o participar en torneos de pretemporada puede generar ingresos adicionales a través de la venta de entradas, derechos de televisión y acuerdos de patrocinio. Los clubes a menudo aprovechan la popularidad global del fútbol para organizar giras de pretemporada en regiones donde tienen una base de seguidores considerable o donde el interés por el fútbol es alto.

El Soccer Champions Tour, un torneo de pretemporada que se disputa en Estados Unidos y que cuenta con la participación de clubes de fútbol de renombre, ha sido una plataforma lucrativa para el Real Madrid, que se estima ha recaudado unos 15 millones de euros en su gira por Estados Unidos. Este torneo no solo ofrece partidos de alto perfil con amplia cobertura mediática, sino que también sirve como un puente estratégico con inversores importantes, como el fondo Sixth Street, que ha desempeñado un papel clave en la financiación de la remodelación del estadio Santiago Bernabéu. La relación con Sixth Street es especialmente valiosa, ya que ha permitido al club reducir significativamente los costos de renovación del estadio, mientras que los acuerdos con bancos estadounidenses han asegurado términos financieros favorables para el proyecto (Libre Mercado, 2023).

Por su parte, El FC Barcelona gracias a la rentabilidad de los partidos amistosos y giras internacionales ha generado aproximadamente 40 millones de euros a través de estos eventos en las últimas dos temporadas. Los partidos amistosos han demostrado ser lucrativos, con el club ingresando cinco millones de euros por un solo encuentro en Australia y tres millones por un partido en Japón. Las giras de pretemporada en Norteamérica y los ingresos del Trofeo Joan Gamper también han contribuido significativamente a las finanzas del club. El Barça está maximizando el potencial comercial de su primer equipo para fortalecer su posición económica (Culé Manía, 2023).

Otros equipos como Atlético de Madrid, Sevilla, Betis o Real Sociedad han realizado "stages" de pretemporada en distintas partes del mundo, gracias a la iniciativa de LALIGA, LALIGA World, con el fin de explotar al máximo los beneficios presentes y futuros gracias a la publicidad que supone la disputa de partidos y la participación en diversos eventos en países como México o Estados Unidos (Relevo, 2023).

El Real Oviedo y el Real Sporting, también participaron en una gira veraniega por México en la pretemporada de 2023, debido a que los máximos accionistas de ambos equipos provienen del país azteca. El objetivo de esta gira era el de promocionarse y extender la marca de ambos clubes por territorio mexicano (Killer Asturias, 2023).

4.2.4. Financiación Bancaria:

Los clubes de fútbol en su mayoría funcionan como empresas privadas que dependen significativamente de la capacidad para obtener financiamiento. Los contratos publicitarios a menudo resuelven problemas financieros críticos, sin embargo, hay situaciones en las que los equipos deben buscar apoyo financiero de bancos. Todos los equipos están sujetos a tales circunstancias, incluido el Real Madrid, que es conocido por su solidez financiera. Este club tuvo que solicitar permiso a sus miembros para un préstamo potencial de hasta 575 millones de euros para la renovación del estadio Santiago Bernabéu (El Economista, 2018).

Los contratiempos deportivos pueden impactar significativamente en la salud financiera de un club. Los descensos de categoría pueden reducir hasta un 30% de los ingresos proyectados, lo que puede desequilibrar las finanzas de un equipo.

Frente a la necesidad de capital, los clubes enfrentan un desafío persistente: el escepticismo bancario. La falta de comprensión del negocio del fútbol por parte de los bancos les lleva a percibir un riesgo excesivo, llegando a imponer penalizaciones a través de tasas de intereses más altas.

En tales escenarios, los clubes de élite generalmente encuentran menos dificultades para acceder a financiamiento que mitigue el impacto económico de los reveses deportivos. Con el tiempo, estas facilidades se están extendiendo a clubes más pequeños, donde la experiencia en gestión financiera está en aumento.

Los bancos, al considerar préstamos a clubes de fútbol, buscan garantías. Dependiendo de las características específicas de cada club, las demandas de garantía varían. Algunos clubes se muestran reacios a compartir información sobre sus operaciones comerciales.

El Fair Play financiero contribuye a la confianza de las entidades bancarias. La monitorización de LALIGA es un ejemplo de ello. El límite salarial de la liga española y su cumplimiento actúan como un factor de seguridad en el volátil mundo del financiamiento deportivo.

4.3. EXPECTATIVAS RESPECTO A LA TEMPORADA 2023/24:

Se espera que, durante la presente temporada, LALIGA experimente un crecimiento sin precedentes en sus ingresos entre las principales ligas de fútbol de Europa. Según el informe anual de finanzas del fútbol de Deloitte, se espera que los ingresos del campeonato español alcancen la cifra récord de 3.400 millones de euros al final de la temporada 2023-2024, lo que representa un aumento del 3% o 100 millones de euros en comparación con la temporada anterior. Este incremento se atribuye a una combinación de factores como derechos de transmisión, patrocinios y ventas de entradas. Mientras tanto, la Premier League inglesa, que sigue siendo la líder en

generación de ingresos, se prevé que crezca menos de un 1%, llegando a 6.662 millones de euros (Deloitte, 2023).

En contraste, se espera que otras ligas europeas experimenten una disminución en sus ingresos. Deloitte proyecta que la Serie A italiana sufrirá una caída de casi el 6% en sus ingresos, descendiendo a 2.450 millones de euros. La Bundesliga alemana también verá una reducción cercana al 3%, con ingresos estimados en 3.450 millones de euros, aunque seguirá superando ligeramente a la liga española. La Ligue 1 francesa anticipa una contracción del 2.4% hasta los 2.050 millones de euros. En total, se estima que la facturación combinada de las cinco grandes ligas será de 18.012 millones de euros para la próxima temporada, lo que supone una disminución de 143 millones en comparación con la temporada 2022-2023 (El País, 2023).

Este año, LALIGA se beneficiará comercialmente de la incorporación de EA Sports como su principal patrocinador, reemplazando al Banco Santander con un acuerdo valorado en cerca de 30 millones de euros por cinco temporadas. Este cambio también marcará una renovación de imagen para la competición. Los derechos de transmisión televisiva constituirán la mayor fuente de ingresos, con 1.000 millones de euros provenientes del mercado nacional a través de Telefónica y Dazn, y aproximadamente 800 millones de euros de ingresos internacionales gracias a su asociación con Mediapro.

5. PRINCIPALES GASTOS DE LOS CLUBES DE LALIGA.

En LALIGA, los clubes manejan diversas fuentes de gastos para mantener sus operaciones y competir al más alto nivel. Algunas de las principales áreas de gasto incluyen (Transfermarkt, 2024):

- **Salarios de jugadores y personal técnico:** Los salarios de los jugadores y entrenadores representan una parte significativa del presupuesto de los clubes. Los equipos invierten en talento para asegurar un rendimiento competitivo que se vea reflejado en el campo.
- **Fichajes y traspasos:** La adquisición de nuevos jugadores y las transferencias entre clubes implican costes. Los clubes deben pagar tarifas de transferencia y, a veces, comisiones a intermediarios.
- **Otros gastos:** Como pueden ser el mantenimiento de instalaciones, estadios y centros de entrenamiento, los viajes y alojamientos, los gastos en marketing y promoción o el desarrollo de la cantera

Es importante destacar que los gastos pueden variar según el tamaño y la ambición del club, así como las decisiones estratégicas de la directiva. Además, los ingresos también desempeñan un papel crucial en la salud financiera de los clubes (LALIGA, 2023).

5.1. GASTO EN SALARIOS, EL LÍMITE SALARIAL:

5.1.1. ¿Qué es el límite salarial?

El límite de coste de plantilla representa el gasto máximo permitido para cada club/SAD tras los períodos de fichajes de verano e invierno. Este techo presupuestario abarca los costes asociados al primer equipo, como jugadores y cuerpo técnico, así como los gastos en equipos filiales, la cantera y otras secciones (LALIGA, 2024).

Dentro de este límite se contemplan conceptos como salarios, seguridad social, primas grupales, costes de fichajes (incluyendo las comisiones de agentes) y las amortizaciones, que se calculan anualmente basándose en el valor de compra de los jugadores y la duración de sus contratos.

Los clubes o SADs proponen a LALIGA su límite, el cual debe estar en línea con las normativas financieras y presupuestarias. El Órgano de Validación de LALIGA tiene la facultad de aprobar o ajustar dicho límite para asegurar la solidez financiera del club.

Es importante mencionar que la cantidad solicitada por un club/SAD como su Límite de Coste de la Plantilla Deportiva no necesariamente refleja el máximo posible. Estos pueden pedir un límite acorde a sus necesidades presupuestarias. Además, solicitar este límite no significa que se vaya a utilizar en su totalidad.

Finalmente, el Límite de Coste de la Plantilla Deportiva puede aumentar bajo ciertas condiciones y siguiendo el procedimiento descrito en el Título III de las normas de elaboración de presupuestos de clubes y SADs.

5.1.2. Límites salariales temporada 2023/24:

Una vez finalizado el mercado de invierno, LALIGA ha publicado los límites salariales de los equipos de LALIGA EA SPORTS Y LALIGA HYPERMOTION. El límite global para LALIGA se ha fijado en 2.716 millones de euros, lo que representa una ligera disminución de 27 millones en comparación con el verano pasado. Sin embargo, este ajuste es más notable al contrastarlo con la temporada 2022-2023, periodo en el cual los clubes contaban con 510 millones de euros adicionales para sus gastos (2PLAYBOOK, 2024).

En la cima, el Real Madrid continúa dominando el límite salarial con firmeza, manteniendo sus 727,5 millones de euros desde septiembre. Por su parte, el Atlético de Madrid se posiciona como el segundo equipo en esta clasificación, superando nuevamente la barrera de los 300 millones después de un modesto aumento del 2% durante la primera parte de la campaña. Como se suele recordar, este límite no refleja necesariamente el gasto real de los clubes (El Confidencial, 2024).

A pesar de la generalizada estabilidad, se han registrado cambios significativos en lo que se conoce oficialmente como el Límite de Coste de Plantilla Deportiva (LCPD). El FC Barcelona ha visto reducido su límite en un 24%, quedando en 204 millones de euros, aproximadamente 70 millones menos que en septiembre. De manera similar, el límite para el Sevilla FC ha disminuido hasta los 152 millones de euros, un 10% menos. En total, el nuevo límite salarial para los 20 clubes de Primera División se ha establecido en 2.539,5 millones de euros (LALIGA, 2024).

Por otro lado, hay equipos que han experimentado incrementos en sus límites salariales. La Real Sociedad ha incrementado su tope en 20 millones de euros, alcanzando casi los 145 millones, lo que supone un aumento del 16% desde el verano. El Granada CF también ha aumentado su límite, pasando de 47,5 millones a más de 62 millones de euros, un incremento del 32% tras superar la mitad de la temporada.

Además de los equipos previamente mencionados, hay otros dos equipos en Primera División que tienen un límite salarial superior a los 100 millones de euros: el Villarreal CF con 144 millones y el Athletic Club con 100 millones. El Real Betis está muy cerca de esta cifra, con un límite de 93 millones de euros. En el extremo inferior de la tabla, los equipos que recientemente ascendieron, UD Las Palmas y Deportivo Alavés, destacan con límites de 34 millones y 31 millones respectivamente, mientras que el Getafe CF no llega a los 42 millones de euros. Con la excepción del Cádiz CF, que se queda justo por debajo por medio millón, todos los demás equipos de la Primera División superan el umbral de los 50 millones de euros.

En Segunda División, se observan diferencias significativas en los límites salariales. El Elche CF lidera con un límite de 24 millones de euros, lo que es seis veces mayor que el de la SD Amorebieta, que cuenta con 4,1 millones de euros. El límite total para la Segunda División se ha reducido en 3 millones de euros, estableciéndose en 176,6 millones de euros.

Desde septiembre, el Real Zaragoza y el Racing Club de Ferrol han experimentado un crecimiento notable, aumentando sus topes en casi un millón, alcanzando 6,6 millones y 10,8 millones de euros respectivamente. Estos son dos de los pocos clubes que han incrementado su límite. La mayoría de los equipos han tenido ajustes menores. Los que más han visto reducido su límite son el Real Valladolid, con un recorte del 21%,

quedando en 13 millones de euros; y el Burgos CF, que ha disminuido su tope de 7,1 millones a 5,5 millones de euros.

En lo que concierne a los equipos asturianos, el Real Oviedo se sitúa en quinta posición del ranking, con un tope salarial de algo más de 10,2 millones de euros, unos 800 mil euros más que los datos publicados en septiembre de 2023. Por su parte el Sporting, al igual que el Real Oviedo, ha visto crecer su límite salarial, con una subida de 600 mil euros, siendo el tope tras el mercado invernal de 8,6 millones de euros, situándose en el noveno puesto salarial de LALIGA HYPERMOTION (TPA, 2024).

Figura 4.1: Límites salariales Primera y Segunda División Temporada 2023/24.

TEMPORADA 2023-2024					
LALIGA EA	LCPD		LALIGA HYPERMOTION V	LCPD	
	J. División Sep 23	J. División Feb 24		J. División Sep 23	J. División Feb 24
ATHLETIC CLUB	100.062	100.062	RCD ESPANYOL	10.071	9.447
FC BARCELONA	270.026	204.161	REAL SPORTING DE GIJÓN	8.091	8.615
REAL MADRID	727.451	727.451	LEVANTE UD	4.753	4.753
ATLÉTICO DE MADRID	296.357	303.408	REAL RACING CLUB DE SANTANDER	7.358	7.883
SEVILLA FC	168.720	152.286	RACING CLUB DE FERROL	5.769	6.584
REAL BETIS	89.906	93.241	CD ELDENSE	5.371	5.476
REAL SOCIEDAD	124.749	144.941	CD TENERIFE	10.753	10.227
CÁDIZ CF	49.276	49.486	VILLARREAL CF "B" (*)	-	-
RCD MALLORCA	60.951	60.963	ELCHE CF	23.946	23.854
VALENCIA CF	85.528	85.528	SD AMOREBIETA	4.097	4.144
C.A. OSASUNA	47.133	52.996	REAL OVIEDO	9.447	10.258
DEPORTIVO ALAVÉS	31.278	31.288	CD MIRANDES	5.050	5.294
VILLARREAL CF	143.918	143.918	R. VALLADOLID CF	16.629	13.066
RO CELTA	79.887	81.187	C.D. LEGANÉS	9.873	10.196
RAYO VALLECANO	51.535	51.535	REAL ZARAGOZA	9.882	10.771
GIRONA FC	51.976	52.171	ALBACETE BALOMPIÉ	7.638	7.647
GRANADA CF	47.585	62.660	SD EIBAR	11.071	11.071
UD LAS PALMAS	35.188	33.721	FC ANDORRA	7.690	6.524
GETAFE CF	40.275	41.853	SD HUESCA	4.590	4.827
UD ALMERÍA	62.081	66.857	AD ALCORCÓN	5.216	5.457
TOTAL:	2.563.881	2.539.492	BURGOS CF	7.100	5.503
			FC CARTAGENA	5.207	5.183
			TOTAL:	179.601	176.580

Datos en miles de euros

(*) Villarreal CF "B": sus datos se presentan agregados junto con los de Villarreal CF, pertenecientes a LALIGA EA SPORTS

Fuente: Web de LALIGA, 2024.

5.2. GASTO EN FICHAJES DE LALIGA:

En el mundo del fútbol, los períodos de fichajes son momentos cruciales que pueden definir la trayectoria de un club durante la temporada. En estas ventanas de mercado, los clubes despliegan sus estrategias financieras y deportivas para adquirir talentos que refuercen sus plantillas, buscando el equilibrio entre la inversión realizada y el potencial retorno, tanto en lo deportivo como en lo económico. Los gastos en fichajes nos ofrecen una visión detallada de las ambiciones y capacidades de cada club, así como de las tendencias y dinámicas del mercado futbolístico.

5.2.1. Gastos en Primera División:

En este sentido, LALIGA está perdiendo impulso en la competencia por captar talentos futbolísticos. Durante el mercado de verano de 2023, el principal período de fichajes, los equipos de la Primera División de España gastaron 423,4 millones de euros en nuevas contrataciones, situándose en el sexto puesto de ligas que más dinero desembolsaron. (Transfermarkt, 2024).

Este monto representa una reducción del 20% en comparación con la inversión de los clubes españoles durante el mercado de verano de la temporada 2022/23, pero es un 36,4% superior a los 310,5 millones de euros gastados en 2021, un año marcado por la pandemia del COVID-19. No obstante, la inversión actual aún está lejos de los 1.380 millones de euros invertidos en 2020, año en el que se realizaron cerca de 500 fichajes (Palco 23, 2023).

En cuanto a los clubes, el Real Madrid CF ha sido el que más ha invertido, con un gasto de 129,5 millones de euros en nuevos jugadores, destacando la adquisición de Jude Bellingham por 120 millones de euros, la compra más costosa del mercado estival por parte del club. Además, han incorporado a Arda Güler por veinte millones de euros y a Fran García por cinco millones.

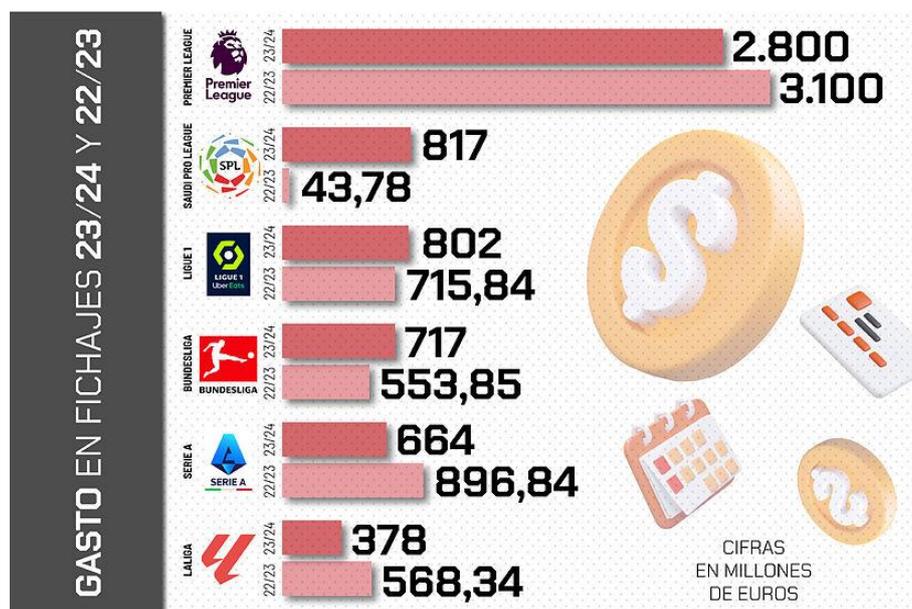
La UD Almería y el Atlético de Madrid completan el top 3 de inversiones, ambos superando los treinta millones de euros en fichajes. El equipo andaluz ha gastado 38 millones de euros en seis jugadores, con Luis Suárez como su adquisición más cara por ocho millones de euros.

El Atlético de Madrid, por su parte, ha desembolsado 33,7 millones de euros, con más de la mitad destinada a completar el traspaso de Antoine Griezmann por veinte millones de euros. También han contratado a Samu Omorodion, Javi Galán y Santiago Mouriño.

Otros equipos que han invertido más de diez millones de euros incluyen al Sevilla FC, RC Celta de Vigo, RCD Mallorca, Rayo Vallecano, Girona FC, Real Sociedad, Villarreal CF, Getafe CF y Valencia CF. El resto de los clubes han sido más cautelosos con sus inversiones.

El RC Celta de Vigo y el RCD Mallorca también han invertido más de veinte millones de euros en nuevos jugadores. Por otro lado, el Deportivo Alavés, CA Osasuna, Granada CF y UD Las Palmas se encuentran entre los que menos han gastado.

Figura 4.2: Comparación gasto en fichajes entre las principales ligas en las temporadas 22/23 y 23/24.



Fuente: Web de Marca, 2023.

5.2.2. Gastos en Segunda División:

En LALIGA HYPERMOTION, los números son bastante inferiores a los de la primera categoría del fútbol español, algo fácil de prever. Los gastos en fichajes en la Segunda División durante la temporada 23/24 apenas han superado los 18 millones de euros. La lista es liderada por el Real Valladolid, equipo recién descendido y que cuenta con uno de los mayores presupuestos de la categoría, gracias en parte a la ayuda al descenso. En total, el conjunto blanquvioleta ha desembolsado 4,5 millones de euros en nuevas contrataciones (Transfermarkt, 2024).

El Top 3 de gastos, lo completan Villarreal B y Real Oviedo respectivamente, con unos gastos de 3,5 y 3,47 millones respectivamente. El caso del Villarreal B es especial, ya que, al ser un filial, los gastos computan al primer equipo que milita en Primera División, por lo que ese dato puede estar un poco desvirtuado. Sorprende que el RCD Espanyol, no se sitúe en este Top, al haber solo invertido 3,20 millones y contar con el mayor presupuesto de la división de plata. Esto se debe a que los “periquitos” han optado por mantener el bloque de jugadores con los que contaba el año pasado en Primera División.

En total, solo 13 equipos han realizado gastos en fichajes para reforzar sus plantillas, siendo 5 de esos 13 los únicos que han superado el millón de euros, sumándose a los 4 casos anteriores el FC Andorra. Por su parte, Albacete, Eibar, Leganés, Elche, Huesca, Sporting, Levante y Racing de Ferrol, completan la lista de gastos.

Debemos contar con que la Segunda División es una categoría donde la mayoría de las incorporaciones son mediante cesión o jugadores libres que han acabado contrato con

sus anteriores clubes, no siendo muy usuales los traspasos monetarios, como si ocurre por ejemplo en la Segunda División de Inglaterra.

La diferencia en gastos de transferencia entre la Championship de Inglaterra y la Segunda División de España es notable, alcanzando casi los 200 millones de euros (Legal Sport, 2023).

En total, la Championship ha invertido 212,6 millones de euros en fichajes en este mercado, mientras que la Segunda División española ha gastado solo 18,3 millones de euros. Esto representa una diferencia de 194 millones de euros entre ambas ligas.

Figura 4.3: Gasto en Fichajes en Segunda División en la temporada 2023/24.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Transfermarkt, 2024.

5.3. OTROS GASTOS:

Los clubes no solo deben asegurar el talento en el campo, sino también mantener una infraestructura de nivel, promover su marca a nivel global y desarrollar las estrellas del futuro. LALIGA y sus clubes manejan los gastos operativos, desde el mantenimiento de estadios hasta la inversión en sus academias juveniles, cuidadosamente para mantener la sostenibilidad financiera de los clubes y asegurar que LALIGA siga siendo una de las competiciones líderes en el mundo del fútbol.

Mantenimiento de Instalaciones y Estadios: El mantenimiento de instalaciones, estadios y centros de entrenamiento es crucial para asegurar que los equipos puedan entrenar y jugar en condiciones óptimas. Esto incluye la reparación y renovación de

infraestructuras, así como la actualización de tecnologías. Según los informes, 30 de los 42 clubes de LALIGA están renovando o construyendo nuevas ciudades deportivas (LALIGA, 2023).

Viajes y Alojamientos: Los gastos de viajes y alojamientos son significativos, ya que los equipos deben desplazarse a diferentes ciudades para los partidos. Estos costos incluyen transporte, hoteles y dietas para jugadores y personal técnico. Aunque no se dispone de cifras exactas, estos gastos son una parte importante del presupuesto de los clubes.

Marketing y Promoción: El marketing y la promoción son esenciales para aumentar la visibilidad de LALIGA y sus clubes, atraer patrocinadores y mejorar la experiencia de los aficionados. La inversión en publicidad digital en España superó los 2.400 millones de euros en 2022. Además, LALIGA Business School ofrece un Máster en Marketing Deportivo para impulsar el conocimiento en esta área.

Desarrollo de la Cantera: El desarrollo de la cantera es vital para el futuro de los clubes, ya que permite formar a jóvenes talentos que pueden llegar al primer equipo. El Plan Nacional de Optimización y Mejora de Canteras de LALIGA ha mostrado un crecimiento de más del 20% desde su implementación, con la mayoría de los indicadores de la primera fase alcanzando un cumplimiento del 50-80%.

El dominio de España en la producción de talento futbolístico es indiscutible, con clubes como el Real Madrid y el FC Barcelona liderando la formación de jugadores que compiten en las cinco grandes ligas europeas. La Real Sociedad y el Athletic Club también destacan por tener un alto número de jugadores formados en casa. La inversión en las academias de LALIGA es considerable, con un gasto anual aproximado de 170 millones de euros (2PLAYBOOK, 2022).

En el panorama de los clubes que más contribuyen a las grandes ligas, seis equipos españoles figuran en el top-15, con el Real Madrid en la cima con 43 jugadores y el FC Barcelona justo detrás con 38. Estos clubes invierten casi 20 millones de euros anualmente en su formación juvenil.

El Valencia CF y el Atlético de Madrid también se encuentran entre los principales formadores de talento, con el Valencia superando al Atlético por cinco jugadores en el ranking. El RCD Espanyol, aunque no en el top-15, es notable por su prolífica academia.

En España, los clubes vascos como la Real Sociedad y el Athletic Club son conocidos por su fuerte enfoque en la cantera, lo que les permite ahorrar en fichajes y capitalizar la venta de jugadores formados en casa.

A pesar de la impresionante cantidad de jugadores formados, solo una fracción de ellos representa actualmente a sus clubes en competiciones de élite. No obstante, últimamente estamos observando como ante los problemas económicos, son cada vez más los clubes que apuestan por dar oportunidades en sus primeros equipos a los chavales de la cantera, destacando el caso del Barcelona con Lamine Yamal y Pau Cubarsí, y el del Valencia, con Javi Guerra o Christian Mosquera entre otros.

La mitad de los diez clubes que más dependen de su cantera en las cinco grandes ligas son españoles, lo que demuestra la fortaleza y la eficacia de las academias de fútbol en España.

En Asturias, podemos observar cómo históricamente tanto Real Oviedo como Real Sporting, han sido clubes que han priorizado el formar jugadores de la casa debido a sus limitados recursos económicos. En la actualidad ambos clubes cuentan con una gran cantidad de canteranos asentados en el primer equipo o en otros clubes del fútbol profesional, como es el caso de Viti y Jimmy en el Oviedo, y el de Diego Sánchez y Gaspar Campos en el Sporting.

Figura 4.4: Canteras del Real Oviedo y Real Sporting de Gijón.



Fuente: Web de La Voz de Asturias, 2024.

6. IMPACTO DE LA COVID 19 EN LA LIGA ESPAÑOLA.

La pandemia del COVID 19 afectó a todos los aspectos de nuestra vida cotidiana, y el fútbol no iba a ser menos. En concreto, nuestra liga, una de las mejores del mundo, tuvo que hacer frente a nuevos desafíos de los que aún se sigue recuperando.

El mayor activo del fútbol son sus aficionados, y de ellos depende en gran medida que este “negocio” siga funcionando, pero con el estallido de la pandemia en marzo del año 2020 todo cambió. Debido a las medidas de seguridad, como los confinamientos y las restricciones de movilidad, una de las principales fuentes de ingresos de los clubes se vio gravemente mermada.

La interrupción de las competiciones, la incertidumbre en torno a la programación de los partidos y los estadios vacíos tuvieron un impacto directo en los ingresos de los clubes. Además, la crisis económica resultante de la pandemia también afectó a los patrocinadores y a los acuerdos comerciales. Muchas empresas se encontraron en una situación financiera difícil y tuvieron que reducir sus gastos, lo que a menudo resultó en la reducción o la cancelación de los patrocinios deportivos.

6.1. IMPACTO EN LOS INGRESOS Y GASTOS DE LOS CLUBES:

Desde marzo de 2020, la pandemia de COVID 19 ha tenido un impacto financiero significativo en el fútbol profesional de España, con los 42 equipos acumulando pérdidas de 1.137 millones de euros. La imposibilidad de tener espectadores en los estadios y la disminución en la actividad de traspasos de jugadores han sido factores clave en estas pérdidas (The Objective, 2022).

El Informe Económico de La Liga del año 2022 relativo a la temporada 2020/21 disputada por completo en convivencia con el virus, reflejó las dificultades económicas enfrentadas durante la parte afectada de la temporada 2019/20 y la 2020/21 (LALIGA, 2022).

Según la información consolidada de las cuentas y proyecciones de los clubes, la temporada 2020-2021 cerró con un déficit de 892 millones de euros. No obstante, se reportaron 52 millones de euros en ganancias netas después de impuestos para la temporada 2019-2020, a pesar de que la pandemia afectó la segunda mitad de ese año fiscal.

El FC Barcelona ha sido el club más afectado por la pandemia en términos económicos, con pérdidas que representan el 56% del total de LALIGA durante la temporada 2020/2021, es decir, unos 500 millones de euros. De las pérdidas totales del Barcelona, la mitad están relacionadas con ajustes contables extraordinarios para mejorar su situación financiera (Almorza Gomar, 2022).

Los ingresos se vieron afectados en más de 5.029 millones de euros en el año de inicio de la pandemia, bajando hasta los 3.818 millones de euros el año siguiente, lo que representa una disminución del 24%.

La temporada 2020/21 experimentó las reducciones más notables en los ingresos por días de partido, con un descenso del 53%, y en los ingresos por transferencias de jugadores, con una caída del 52%, respecto a los datos de la temporada 2018/19, la última que se había disputado por completo sin pandemia. Los clubes únicamente se gastaron 458 millones de euros en nuevos jugadores en la temporada 2020/21, lo que representó un descenso del 67%.

Esto se debe a varios factores, incluido el cierre de estadios al público, la reorganización de las transmisiones televisivas, la reducción en la inversión publicitaria de patrocinadores y la contracción del mercado de transferencias de jugadores en Europa.

A pesar de las adversidades, LALIGA comunicó que los números, aunque negativos en comparación con la tendencia de crecimiento de años anteriores, habían superado las expectativas. Un análisis previo realizado por PwC en el año 2021 (PWC, 2021) a petición de LALIGA estimaba que el impacto de la COVID-19 en LALIGA sería de aproximadamente 2.000 millones de euros.

La discrepancia entre esta estimación y los datos finales se debe a un rendimiento comercial por encima de lo previsto, una gran respuesta por parte de los aficionados a medida que las autoridades permitieron la vuelta a los estadios y unos ingresos televisivos mayores de los presupuestados.

Por último, la UEFA reportó que la reducción en los ingresos habituales había alcanzado los 7.000 millones de euros durante las dos temporadas afectadas por el virus. Si se incluyen los ingresos por las transferencias de jugadores, la disminución total de ingresos en el fútbol profesional europeo superó los 10.000 millones de euros. Por lo que el impacto en LALIGA no ha sido tan elevado en comparación con sus homólogas europeas.

6.2. MEDIDAS ECONÓMICAS PARA PALIAR EL IMPACTO:

Con el fin de mitigar el impacto económico provocado por la COVID 19, LALIGA y los clubes implementaron una serie de medidas estratégicas. Estas medidas económicas en respuesta a la pandemia se centraron en la sostenibilidad financiera y la adaptabilidad de los clubes (El País, 2021).

Desde 2013, LALIGA cuenta con un sistema de control económico que se volvió crucial durante la pandemia. Este sistema permitió a los clubes ajustar sus estructuras de costos para enfrentar los efectos inmediatos de la crisis sanitaria. Una parte fundamental del control económico son los límites de coste de plantilla, que determinan cuánto dinero pueden gastar los clubes en fichajes y salarios. Debido al impacto financiero de la pandemia, estos límites se redujeron significativamente para la temporada 2020-21 (LALIGA, 2020).

Los clubes de LALIGA demostraron su compromiso con la responsabilidad financiera al trabajar con presupuestos reducidos y realizar ajustes en sus gastos. Esto incluye minimizar el gasto en fichajes y negociar reducciones salariales. Además, se revisaron las áreas de ingresos más afectadas, como los ingresos de los días de partido, y se tomaron medidas para gestionarlos de manera más eficiente.

LALIGA también continuó su colaboración con patrocinadores y emisoras, satisfaciendo sus necesidades y logrando resultados positivos. Por ejemplo, un incremento en patrocinios a largo plazo ha ayudado a compensar la caída en ingresos comerciales por ventas de merchandising y actividades en estadios. También se lograron proteger de manera eficaz los ingresos por derechos de transmisión, que constituyen la mayor parte de los ingresos de los clubes.

Los clubes a su vez consiguieron mitigar el impacto gracias a ganancias previas y acceso a nuevos fondos. Aquí es cuando llega una de las medidas más sonadas y polémicas tomadas por LALIGA para paliar los efectos a futuro de la COVID, el acuerdo con CVC.

6.2.1. Acuerdo entre LALIGA y CVC:

El 12 de agosto de 2021, la mayoría de los clubes de LALIGA votaron a favor de una alianza con CVC, excepto el Real Madrid, el FC Barcelona, el Athletic Club de Bilbao y el Real Oviedo. Posteriormente, el Real Oviedo se sumó al acuerdo, manteniéndose al margen del acuerdo los otros 3 equipos (Teemu Ruuska, 2021).

CVC Capital Partners es una firma de capital riesgo de inversión global que gestiona activos por valor de 114.800 millones de dólares y fondos comprometidos que ascienden a 162.700 millones de dólares. Con un equipo extenso y presencia en múltiples países, CVC se especializa en ciertas industrias, incluida la del deporte, donde ha realizado inversiones fructíferas.

La firma busca adquirir una nueva empresa creada junto con LALIGA, a la cual LALIGA transferirá los derechos de televisión y otros negocios e ingresos, siendo los derechos de TV y medios su principal fuente de ingresos. La experiencia previa de CVC en la industria deportiva incluye la adquisición de Dorna (MotoGP) en 1998 por 71,5 millones de dólares, una inversión que aumentó 7 veces su valor en ocho años, y su participación en la Fórmula 1, de la cual se retiró en 2017 con ganancias significativas según varias fuentes. La asociación con LALIGA representa una oportunidad para CVC de invertir en una industria conocida y potencialmente aumentar el valor de sus activos a través del crecimiento y éxito de la liga.

A raíz de este histórico acuerdo, LALIGA será el propietario mayoritario de esa nueva entidad, denominada "LALIGA Impulso" mientras que CVC adquirirá un porcentaje de participación. LALIGA transferirá sus operaciones comerciales a esta nueva entidad, centralizando así todos los ingresos generados.

CVC inyectará 2.100 millones de euros en "LALIGA Impulso" y los clubes recibirán este capital como un préstamo sin intereses, que deberán reembolsar en un plazo de 40 años. Los clubes más poderosos recibirán una mayor proporción de este monto. Con la inversión CVC adquiere cerca del 10% de la nueva sociedad formada con LALIGA. Esto implica que, si LALIGA genera ganancias en un año fiscal, CVC tiene derecho al 10% de esos beneficios (LALIGA, 2021).

Los clubes dispondrán de tres años para recibir el dinero, que deberá destinarse de la siguiente manera:

70% para mejoras en infraestructura, como estadios y centros de entrenamiento.

15% para saldar deudas y mitigar pérdidas por la pandemia.

15% para fichajes y renovaciones de contratos.

Con este acuerdo, los clubes acuerdan reducir la parte de ingresos que perciben de LALIGA por derechos de retransmisión. Reducción que compensarán a través de dos vías, el incremento en el valor de los derechos audiovisuales gestionados por LALIGA gracias a la colaboración con CVC, y la rentabilidad de las inversiones en nuevas infraestructuras (Diez Alava, 2023).

El objetivo primordial es que LALIGA vuelva a ser rentable, pero CVC también busca incrementar el valor de la liga y acercarla a la Premier League en términos de valoración. CVC planea desinvertir en un plazo de 5 a 10 años.

CVC asume todo el riesgo de la operación. LALIGA recibe los 2.100 millones de euros y los distribuye en préstamos a los clubes a devolver en 40 años. Pero, LALIGA no está obligada a reembolsar a CVC.

Si LALIGA no prospera y no genera ganancias, CVC no obtendrá retorno. Esto es algo que muchos no comprenden, pero es la naturaleza del riesgo de inversión. Si CVC obtiene un retorno significativo, también significará que LALIGA ha prosperado. LALIGA y Javier Tebas creen que, para convertirse en la liga de fútbol más importante del mundo, necesitan socios estratégicos.

Inicialmente el valor de la nueva empresa se estimó en unos 24 mil millones de euros, pero se ha ajustado ligeramente a la baja tras la no participación de Real Madrid, FC Barcelona y Athletic Club.

Existen diversas especulaciones sobre por qué el Real Madrid, el FC Barcelona y el Athletic Club decidieron no participar en el acuerdo con CVC. Estos son los únicos clubes de LALIGA que aún son propiedad de sus socios. Además, el Real Madrid y el FC Barcelona continúan comprometidos con la Superliga, un proyecto que aún consideran viable. Aceptar el acuerdo con CVC habría representado para el Real Madrid y el FC Barcelona un compromiso a largo plazo con LALIGA, lo cual contrasta con su interés en la Superliga. Aunque los contratos pueden modificarse, esto habría generado una situación contradictoria para ellos.

Javier Tebas, presidente de LALIGA, ha expresado en numerosas ocasiones que el Real Madrid y el FC Barcelona suelen oponerse a las decisiones de LALIGA. Estos clubes también han criticado la valoración de 24 mil millones de euros propuesta por CVC, argumentando que debería ser mayor.

Luis Sabalza, presidente de Osasuna, sugiere que detrás de escena ha habido una resistencia constante de estos clubes hacia LALIGA, motivada por diferencias en tamaño, presupuesto y recursos. La oposición de estos clubes al acuerdo se percibe como una lucha por no compartir los ingresos generados, que consideran exclusivamente suyos, con el resto de los clubes.

6.3. SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL DE LALIGA:

En el informe económico de LALIGA relativo a la campaña 2021/22 (LALIGA, 2023), se revela un significativo crecimiento económico respecto a las anteriores campañas. Los ingresos totales alcanzaron los 4.838,1 millones de euros, aproximándose a las cifras previas a la pandemia y revirtiendo la caída experimentada en la temporada 2020/21 debido al COVID-19 (Relevo, 2023).

Esta cifra representa el tercer ingreso más alto en la historia de LALIGA, solo superado por los 5.065,5 millones de euros en 2019/20 y los 4.877,7 millones de euros en 2018/19. Comparado con la temporada 2020/21, donde los ingresos fueron de 3.945 millones de euros, el incremento es notable.

El regreso del público a los estadios ha marcado un contraste drástico comparado con la temporada anterior, reflejado en la partida sobre los ingresos generados en día de partido. Además, los ingresos comerciales han crecido un 2,9%, lo que ha permitido a LALIGA recuperar su posición como la segunda liga más grande en términos de ingresos.

A pesar de registrar pérdidas netas de 140,1 millones de euros en la temporada 2021/22, LALIGA se mantiene por encima de otras grandes ligas en términos financieros. Con 4.838 millones de euros en ingresos, se sitúa justo detrás de la Premier League, que ingresó 8.400 millones de euros, y espera recuperar el liderazgo en los próximos años.

El EBIDTA ha vuelto a ser positivo, aunque aún no alcanza los niveles pre-pandemia, con 23,9 millones de euros. El mercado de fichajes ha progresado menos, pero se ha compensado con estabilizadores automáticos. La deuda neta se ha mantenido estable con un leve aumento del 0,8%.

En cuanto a infraestructuras, los clubes han invertido 430 millones de euros, la cantidad más alta en seis temporadas. Estas inversiones, junto con una gestión prudente del mercado de fichajes, auguran un futuro financiero prometedor para los equipos de Primera y Segunda División.

Además, según un informe del Consejo Superior de Deportes (CSD, 2022), el endeudamiento de los clubes aumentó un 23% en 2021-2022, alcanzando un récord de 6.450 millones de euros. El endeudamiento a corto plazo creció ligeramente, mientras que la financiación a largo plazo se vio afectada significativamente por el nuevo financiamiento del fondo CVC (Palco 23, 2023).

La deuda con la administración pública aumentó un 40,5%, cerrando la temporada con 390,2 millones de euros adeudados a Hacienda. A pesar de esto, el fondo de maniobra de las competiciones mejoró notablemente, pasando de -1.374 millones de euros a -398 millones de euros, gracias al aumento de los créditos a cobrar a corto plazo y otros activos líquidos.

7. EL CASO DEL REAL OVIEDO.

Nacido en 1926 de la unión entre Real Club Deportivo Oviedo y Real Stadium Club Ovetense, el Real Oviedo es el club representante de la capital del Principado de Asturias, y junto al Sporting de Gijón el máximo exponente futbolístico de la región.

El conjunto azul, a pesar de llevar 23 años fuera de la élite, sigue siendo uno de los mejores 20 equipos de la historia de LALIGA, al haber disputado 38 temporadas en la élite del fútbol español. Además, el club ha formado y ha contado -y cuenta- con jugadores españoles e internacionales de renombre, lo que le hace ser reconocido como un club histórico de nuestro fútbol.

Desde su descenso a Segunda en 2001 y su caída a los infiernos en 2003 con el descenso deportivo a Segunda B y el posterior descenso administrativo a Tercera fruto de las malas gestiones que derivaron en una acuciante e insostenible crisis económica que casi acaba con la vida del equipo en dos ocasiones, el club goza actualmente de su mejor versión tanto deportiva como económicamente.

En 2012, en medio de una ampliación de capital que pretendía sacar a flote al club y evitar su desaparición, la mayoría accionarial fue adquirida por el Grupo Carso, propiedad del magnate mexicano Carlos Slim. El Grupo consiguió dar estabilidad al club, saneando sus cuentas y culminando con la vuelta al fútbol profesional tras el ascenso en Cádiz en 2015.

En el verano de 2022, tras casi diez años siendo el principal accionista y haber invertido más de 23 millones de euros en el equipo, Carso vendió el 51% de las acciones del club a otro grupo mexicano, el Grupo Pachuca, que pasó a hacerse con el control de la mayoría accionarial y la gestión del Real Oviedo (2Playbook, 2022). El Grupo Pachuca, dirige varios equipos de fútbol en diversos países, además de gestionar cadenas de restaurantes, universidades y una marca de neumáticos.

El resto de las acciones quedaron divididas entre el Grupo Carso que continúa en posesión de un 20% del paquete accionarial del club y los aficionados que tienen un 29% de las acciones. El Real Oviedo cuenta con una de las bases de accionistas más diversas de LALIGA, al estar repartidos en más de 120 países.

A raíz de su llegada, el Grupo Pachuca ha reestructurado el club y ha lanzado diversas operaciones de capital con el objetivo de paliar pérdidas, aumentar el límite salarial y hacer frente a nuevas y ambiciosas incorporaciones en su búsqueda por retornar a Primera División. Tras estas operaciones, el capital social del club se sitúa en más de 15 millones de euros y el Real Oviedo cuenta con el quinto límite salarial de la categoría (2Playbook, 2024).

El próximo paso de la nueva propiedad es construir una ciudad deportiva que cree apego entre la afición y categorías inferiores y sea la bandera de referencia del conjunto carbayón por muchos años. Actualmente se están buscando terrenos para su ubicación, y se ha calculado que la inversión total será de unos 10 millones de euros, que en parte serán financiados por los fondos de CVC relativos al impulso de infraestructuras.

7.1. RESULTADOS ECONÓMICOS TEMPORADA 2022/23:

A pesar de haber reportado ingresos de 16,3 millones de euros, el Real Oviedo experimentó un incremento del 35% en sus pérdidas, alcanzando los 2,8 millones de euros durante la temporada 2022-2023. Contrariamente a las expectativas iniciales de

cerrar la temporada con pérdidas de 488.813 euros, el Real Oviedo terminó con una cifra significativamente mayor (Palco 23, 2023).

Tras el primer año de Pachuca, los gastos del club ascendieron a 20,5 millones de euros, de los cuales 8,9 millones de euros fueron destinados al gasto en plantilla deportiva, suponiendo estos gastos un 11% más que en la temporada anterior.

Los ingresos se incrementaron en un 25%, pasando de 13,9 millones de euros a 16,3 millones de euros, siendo la venta de derechos audiovisuales la principal fuente de ingresos con 7,6 millones de euros.

En competiciones, el Real Oviedo obtuvo más de 900.000 euros procedentes de LALIGA que aportó 486.138 euros, la Real Federación Española de Fútbol que contribuyó con 421.864 euros por la participación en la Copa del Rey, y otros organismos que reportaron 19.780 euros por partidos amistosos.

El club también generó 3,5 millones de euros a través de publicidad y 2,8 millones de euros por la venta de entradas y abonos de temporada. Entre sus patrocinadores principales se encuentran Digi, Adidas, Hyundai Asturdai, Halcón Viajes y Clínica Asturias.

Por último, se registraron otros ingresos por un total de 937.608 euros, incluyendo 254.337 euros en subvenciones y 360.000 euros en cesiones. Hay que señalar que el Real Oviedo juega sus partidos en el estadio Carlos Tartiere, propiedad del Ayuntamiento de Oviedo, lo cual se refleja contablemente como ingreso por la cesión de un activo intangible.

Para estabilizar la situación financiera, el club azul ha optado por disminuir su capital en doce millones de euros con el fin de equilibrar las pérdidas acumuladas de más de diez millones de euros desde la pandemia del COVID-19.

Esta reducción de capital se ha llevado a cabo a través de la disminución del valor nominal de cada acción en 4,75 euros, resultando en un nuevo valor nominal de seis euros por acción, en contraste con los 10,75 euros anteriores.

8. IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE LALIGA.

Según se desprende del informe realizado por KPMG (KPMG, 2023), titulado “Impacto socioeconómico del fútbol profesional en España” y presentado por LALIGA (LALIGA, 2023), la industria del fútbol profesional en España es responsable de generar 194.381 empleos, contribuir con 8.390 millones de euros en impuestos y representar el 1,44% del PIB español.

Durante la temporada 2021-2022, el fútbol profesional generó 18.350 millones de euros, incluyendo efectos directos, indirectos e inducidos, lo que corresponde al 1,44% del PIB nacional.

Conviene recordar, que el Producto Interior Bruto (PIB) representa la suma total del valor monetario de la producción de bienes y servicios finales dentro de un país en un lapso determinado, típicamente anual. Funciona como un medidor fundamental de la actividad económica y la magnitud de la economía, ya sea de España o de cualquier otra nación, abarcando aspectos como el consumo, la inversión, el gasto público y el saldo neto de las exportaciones (M. Sánchez, 2023).

Este indicador es crucial para medir el crecimiento económico y para realizar comparaciones del rendimiento económico entre distintos países. El PIB es un reflejo vital de la salud económica de un país, ofreciendo una perspectiva clara de si la economía se encuentra en expansión, estancamiento o recesión.

El informe detalla que el impacto directo fue de más de 8.316 millones de euros, con un 78% (6.522 millones de euros) proveniente del gasto de los aficionados en productos y servicios relacionados con el fútbol. De esta cantidad, 2.954 millones de euros se destinaron a apuestas y quinielas online, 1.129 millones de euros a servicios de internet y 827 millones de euros a televisión de pago. Los 1.613 millones de euros restantes se distribuyeron entre otras categorías como prensa deportiva, hostelería y taquillas.

Las empresas invirtieron 1.794 millones de euros en marketing y publicidad para aprovechar la popularidad del fútbol, con 717 millones de euros gastados en publicidad en medios de comunicación sin la intervención de los clubes y 1.077 millones de euros en gastos asociados a los clubes.

La contribución indirecta fue de 7.057 millones de euros, beneficiando principalmente a sectores como la cultura, deportes, telecomunicaciones, construcción, inmobiliarias y restauración.

Los efectos inducidos representaron el 16% de la contribución total, con 2.977 millones de euros generados por el gasto de personas empleadas directa o indirectamente por el fútbol profesional.

Además, el fútbol profesional contribuyó con 8.390 millones de euros en impuestos, con el IVA representando el 37% (3.082 millones de euros), seguido por el Impuesto de Sociedades con el 21% (1.790 millones de euros), la Seguridad Social con el 18% (1.520 millones de euros), el IRPF con el 21% (1.747 millones de euros) y los Impuestos Especiales con el 3% (251 millones de euros).

El sector creó más de 194.381 empleos a tiempo completo, con 66.541 (34%) de forma directa. Los efectos indirectos y los inducidos resultaron en más de 65.400 y 62.350 empleos respectivamente, representando el 34% y 32% del total de empleos generados.

En cuanto a inversión sostenible, LALIGA ha incrementado su inversión en sostenibilidad, alcanzando 109 millones de euros en la temporada 2021/2022, lo que

representa el 5,6% de su cifra de negocios. En las últimas seis temporadas, la inversión acumulada en sostenibilidad asciende a 485 millones de euros.

Por último, la iniciativa LALIGA Impulso, con una inversión de CVC de 1.929 millones de euros, se estima que genere un impacto económico de 6.291 millones de euros, con 4.149 millones de euros correspondientes al impacto directo, indirecto e inducido sobre la producción nacional y 2.142 millones de euros por inversiones adicionales de los clubes. Esto equivale al 0,48% del PIB.

Se espera que estas inversiones generen hasta 377,8 millones de euros en ingresos anuales para los clubes y aumenten el gasto de aficionados y empresas. Además, se proyecta que aportarán 1.274 millones de euros a las finanzas estatales, con 798 millones de euros de la inversión primaria y 475 millones de euros de las inversiones adicionales.

En términos de empleo, LALIGA Impulso se espera que cree 49.714 puestos de trabajo, con 31.185 derivados del impacto primario y 18.529 de las inversiones adicionales.

9. CONCLUSIONES.

La influencia del fútbol en España trasciende el ámbito deportivo, incidiendo directamente en la cultura y la sociedad españolas. Desde sus humildes orígenes hasta convertirse en una de las ligas más prestigiosas del mundo, LALIGA ha evolucionado adaptándose a los nuevos tiempos y a los distintos cambios económicos, sociales y regulatorios. Aunque aún queda mucho camino por recorrer, sobre todo en lo relativo al trato al aficionado, donde debe ser más fácil para la población media el acceso a entradas o a ver el fútbol por televisión como sucede en otros países europeos.

En primer lugar, cabe mencionar la importancia y necesidad que los ingresos suponen para los clubes, destacando los derechos televisivos como su principal fuente de beneficio. La venta de entradas, patrocinios y merchandising complementan estos ingresos, permitiendo a los equipos mantener su competitividad en una de las ligas más duras del mundo. Los ingresos extraordinarios, como las transferencias de jugadores y la participación en competiciones europeas, también juegan un papel crucial en la economía de los clubes.

En contraste, los gastos de los clubes se concentran en salarios y fichajes, reflejando la importancia de invertir en talento para asegurar el éxito deportivo. La gestión de estos gastos es vital para la sostenibilidad financiera, y el límite salarial impuesto busca equilibrar la competencia y la salud económica de los clubes.

La pandemia de COVID-19 supuso un desafío sin precedentes, impactando negativamente en los ingresos y forzando a los clubes a adoptar medidas económicas extraordinarias. El acuerdo entre LALIGA y CVC es un ejemplo de las estrategias implementadas para mitigar las consecuencias económicas, permitiendo a los clubes navegar por un periodo de menor incertidumbre.

El análisis del Real Oviedo ofrece una perspectiva detallada de cómo un club puede enfrentar estos retos, ajustando su modelo económico y estrategias para poder salir de su época más oscura y volver a ser competitivo. Este caso subraya la importancia de una gestión económica prudente y adaptativa.

El modelo presentado de balance competitivo refleja una idea que sin duda beneficiaría al mundo del fútbol, dando lugar a una igualdad real entre clubes y haciendo más entretenidas las diversas competiciones. Aunque hoy en día proyectos como la Superliga, reducen al mínimo sus posibilidades de éxito.

Finalmente, el impacto socioeconómico de LALIGA es innegable. Su contribución a la economía, el empleo y la proyección internacional de España es significativa. Las temporadas venideras se presentan como una oportunidad para consolidar los avances realizados y continuar con la trayectoria de crecimiento, siempre con la mira puesta en la mejora continua y la excelencia tanto dentro como fuera del terreno de juego.

BIBLIOGRAFÍA:

LEGISLACIÓN:

Código de Derecho Deportivo.

Estatutos Sociales de la Liga Nacional de Fútbol Profesional.

LEY 10/2010, de 28 de abril, de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo (BOE núm. 103, de 29/04/2010).

LEY 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego (BOE núm. 127, de 28/05/2011).

LEY 19/2007, de 11 de julio, contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte (BOE núm. 166, de 12/07/2007).

LEY 39/2022, de 30 de diciembre, del Deporte (BOE núm. 314, de 31 de diciembre de 2022).

LEY ORGÁNICA 11/2021, de 28 de diciembre, de lucha contra el dopaje en el deporte (BOE núm. 312, de 29/12/2021).

LEY ORGÁNICA 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (BOE núm. 294, de 06/12/2018).

Normas de Elaboración de Presupuestos de Clubes/SADs.

Normativa Federativa FIFA.

Normativa Federativa RFEF.

Normativa Federativa UEFA.

REAL DECRETO-LEY 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional, (BOE núm. 104, de 1 de mayo de 2015).

Reglamento General de la Liga Nacional de Fútbol Profesional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALCOLEA-DÍAZ, G., & SANTAMARÍA, J. V. G. (2019). "Los derechos audiovisuales del fútbol en España en la era digital: entre la televisión de pago y el streaming". *Revista latina de comunicación social*, (74), 418-433.

BURILLO, P., PÉREZ-GONZÁLEZ, B., & SALINERO, J. J. (2012). "¿Liga bipolar? El balance competitivo de las principales ligas europeas de fútbol". In *Economía del deporte en tiempos de crisis, Proceedings del III Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte* (Vol. 7).

CALDERÓN, F. A., RECASENS, A. A., & NEVADO, A. C. (2017). "La guerra del fútbol: Regulación, adquisición y explotación de los derechos para las retransmisiones televisivas del fútbol en España, desde la llegada de la tv privada hasta hoy". *Derecom*, (22), 1.

CAMPOS, J. A. D. (2012). "Derechos de retransmisión del fútbol en España". *Extoikos*, (6), 99-103.

CSD (2021): "Balance de la situación económico-financiera del fútbol español 1999/2021".

DIEZ ALAVA, A. (2023). Implicaciones del acuerdo alcanzado entre LALIGA y el fondo de inversión CVC desde una perspectiva de marketing. Trabajo Fin De Grado, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid.

EL-HODIRI, M., & QUIRK, J. (1971). "An economic model of a professional sports league". *Journal of political economy*, 79(6), 1302-1319.

FORT, R., & QUIRK, J. (1995). "Cross-subsidization, incentives, and outcomes in professional team sports leagues". *Journal of Economic literature*, 33(3), 1265-1299.

GOMAR, D. A., & CÉSAR, M. H. (2022). "Consecuencias del COVID-19 en la desigualdad presupuestaria de los equipos de Primera División de LaLiga en España". *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, (43), 963-967.

GUERRERO, P. R. (2012). "La economía del deporte". *Estudios de economía aplicada*, 30(2), 387-418.

KPMG SPORTS. (ed.) (2023): "Impacto socioeconómico del fútbol profesional en España".

MIRANDAMEDINA, M. (2023). Reparto de derechos televisivos: axiomática y beneficios extraordinarios. Trabajo Fin De Grado, Universitat de Barcelona, Barcelona.

MOLINA ESCONDRILLAS, C. M. (2016). Análisis económico del fútbol profesional. Trabajo Fin de Grado, Universidad Politécnica de Cartagena, Cartagena.

UEFA (2023): "Informe Landscape 2023".

WEBGRAFÍA:

2PLAYBOOK (2022): "La cantera del fútbol español: así se 'exprime' una inversión anual de 170 millones de euros". Disponible en: https://www.2playbook.com/competiciones/cantera-futbol-espanol-se-exprime-inversion-anual-170-millones-euros_10354_102.html

2PLAYBOOK (2022): "Slim cierra la venta del 51% del Oviedo al Grupo Pachuca tras invertir más de 23 millones". Disponible en: https://www.2playbook.com/clubes/slim-cierra-venta-51-oviedo-grupo-pachuca-mexico-invertir-mas-23-millones_8901_102.html

2PLAYBOOK (2023): "El Real Oviedo cierra una ampliación de capital de 2,4 millones". Disponible en: https://www.2playbook.com/clubes/real-oviedo-cierra-ampliacion-capital-24-millones-cambio-propiedad_11126_102.html

2PLAYBOOK (2023): "El Real Oviedo prevé invertir 10 millones en su nueva ciudad deportiva". Disponible en: https://www.2playbook.com/clubes/real-oviedo-preve-invertir-10-millones-en-su-nueva-ciudad-deportiva_11256_102.html

2PLAYBOOK (2023): "La gran brecha del negocio Premier vs el resto: el colista cobra más por TV que el cuarto de LALIGA". Disponible en: https://www.2playbook.com/competiciones/gran-brecha-negocio-premier-vs-resto-colista-cobra-mas-por-tv-cuarto-LALIGA_12894_102.html

2PLAYBOOK (2023): "Récord de asistencia en el fútbol europeo: 209 millones de fans acudieron a los campos en 2022-2023". Disponible en: https://www.2playbook.com/clubes/record-asistencia-en-futbol-europeo-209-millones-fans-estadios-en-2022-2023_13178_102.html

2PLAYBOOK (2024): “La Premier League lidera en asistencia en el fútbol europeo con 15,3 millones fans al año”. Disponible en: <https://www.2playbook.com/competiciones/premier-league-lider-en-asistencia-en-futbol-europeo-con-153-millones-espectadores-ano> 14452 102.html

2PLAYBOOK (2024): “LALIGA, en modo exportación: 7.738 millones de ingresos por traspasos en la última década”. Disponible en: <https://www.2playbook.com/competiciones/LALIGA-en-modo-exportacion-7738-millones-ingresos-por-traspasos-en-ultima-decada> 14995 102.html

CINCO DÍAS, EL PAÍS (2021): “Telefónica y DAZN se hacen con los derechos de LALIGA por cinco años y 4.950 millones”. Disponible en: <https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/12/13/companias/1639424338> 728060.html

CINCO DÍAS, EL PAÍS (2022): “Cómo los equipos de fútbol son cómplices en la reventa masiva de entradas”. Disponible en: <https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/04/22/companias/1650612524> 551159.html

CINCO DÍAS, EL PAÍS (2023): “La española será la gran liga de fútbol que más crecerá en ingresos la próxima temporada”. Disponible en: <https://cincodias.elpais.com/companias/2023-06-15/la-espanola-sera-la-gran-liga-de-futbol-que-mas-crecera-en-ingresos-la-proxima-temporada.html>

DELOITTE (2023): “Annual Review of Football Finance 2023”. Disponible en: <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-business-group/articles/annual-review-of-football-finance-europe.html>

DELOITTE (2023): “Deloitte Football Money League 2023”. Disponible en: <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/ranking-clubes-futbol-mas-ricos.html>

EL CONFIDENCIAL (2022): “La explosión de Segunda División: 10 plataformas distintas se quedan con los derechos televisivos”. Disponible en: <https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/liga/2022-08-01/liga-Segunda-division-derechos-television> 3469700/

EL CONFIDENCIAL (2023): “Del Real Madrid al Huesca: así se reparten 931M en patrocinio los clubes de LALIGA”. Disponible en: <https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/liga/2023-07-13/real-madrid-barca-patrocinio-millones-LALIGA-2023> 3699177/

EL CONFIDENCIAL (2023): “LALIGA SmartBank crece en la grada: suma 1,25 millones de espectadores más en 2022-2023”. Disponible en: <https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/liga/2023-06-20/LALIGA-Segunda-division-asistencia> 3668587/

EL CONFIDENCIAL (2024): “Del alza del Atleti al tjeretazo al Barça: así suben y bajan los límites salariales de LALIGA”. Disponible en: <https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/liga/2024-02-20/limite-salarial-LALIGA-salarios-clubes-laliga> 3834197/

EL DESMARQUE (2023): “El estadio con mayor porcentaje de ocupación de LALIGA 22/23: el Cádiz, líder”. Disponible en: <https://www.eldesmarque.com/futbol/cadiz-cf/20230713/el-estadio-con-mayor-porcentaje-de-ocupacion-de-LALIGA-22-23-el-cadiz-lider> 300035771.html

EL ECONOMISTA (2018): “Así es la financiación de los grandes clubes de fútbol”. Disponible en: <https://www.economista.es/deporte-negocio/noticias/9423910/10/18/Asi-es-la-financiacion-de-los-grandes-clubes-de-futbol.html>

EL ESPAÑOL (2023): “Laporta ha generado 40 millones de euros en partidos amistosos”. Disponible en: https://cronicaglobal.elespanol.com/culemania/palco/20231014/laporta-ha-generado-millones-euros-partidos-amistosos/800670049_0.html

EL MUNDO (2023): “Real Madrid y Barça duplican al cuarto, Sevilla, en ingresos de televisión”. Disponible en: <https://www.elmundo.es/deportes/futbol/Primera-division/2023/12/29/658eebbde85ece5c628b4575.html>

EL PAÍS (2021): “La receta económica del fútbol español para vencer a la COVID”. Disponible en: https://elpais.com/deportes/2021/06/29/es_laliga/1624983453_417834.html

EL PAÍS (2021): “Los clubes aprueban el pacto entre LaLiga y CVC, del que se descuelgan Real Madrid, Barcelona y Athletic”. Disponible en: <https://elpais.com/deportes/2021-08-12/los-clubes-aprueban-el-pacto-entre-laliga-y-cvc-del-que-se-descuelgan-real-madrid-y-barcelona.html>

EL PERIÓDICO DE ESPAÑA (2023): “Real Madrid y Barça lideran el reparto de los derechos de televisión de la Liga”. Disponible en: <https://www.epe.es/es/deportes/20231229/real-madrid-barca-lideran-reparto-derechos-television-LALIGA-96370961>

ERES DEPORTISTA (2023): ¿Cómo se regulan las asociaciones deportivas? Disponible en: <https://eresdeportista.com/deportes/mas/como-se-regulan-las-asociaciones-deportivas/>

EUROPA DIGITAL (2023): “LALIGA: un testimonio de la historia del fútbol español”. Disponible en: <https://europadigital.es/deportes/LALIGA-testimonio-historia-futbol-espanol/>

FC BARCELONA (2024): “El Barça, líder en el ranking UEFA de ingresos por equipaciones y merchandising”. Disponible en: <https://www.fcbarcelona.es/es/noticias/3906926/el-barca-lider-en-el-ranking-uefa-de-ingresos-por-equipaciones-y-merchandising>

FÚTBOL EN LA TV (2024): ¿Cuánto cuesta ver el fútbol en España y en Europa por televisión? Disponible en: <https://www.futbolentv.es/noticias/cuanto-cuesta-ver-futbol-espana-europa-tv>

HISTORIA ELECTORAL (2022): “Los inicios del fútbol en España”. Disponible en: <https://historiaelectoral.com/liga1900/>

HOY ARAGÓN (2023): “El impacto positivo del fútbol en la Cultura de España”. Disponible en: <https://hoyaragon.es/sin-categoria/el-impacto-positivo-del-futbol-en-la-cultura-de-espana/>

KILLER ASTURIAS (2023): “El Real Oviedo también hará parte de la pretemporada en México”. Disponible en: <https://killerasturias.com/index.php/noticias/el-real-oviedo-tambien-hara-parte-de-la-pretemporada-en-mexico>

LA INFORMACIÓN (2022): “Orange llega a un pacto con Telefónica y emitirá de nuevo LALIGA y la Champions”. Disponible en: <https://www.lainformacion.com/empresas/orange-compra-movistar-derechos-deportivos-liga-champions/2870611/>

LA INFORMACIÓN (2024): ¿Cuánto dinero gana el Real Madrid por jugar la semifinal de Champions? Disponible en: <https://www.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/real-madrid-champions-league-semifinal/2892789/>

LA RAZÓN (2019): “Historia e importancia del deporte en la cultura española”. Disponible en: <https://www.larazon.es/deportes/historia-e-importancia-del-deporte-en-la-cultura-espanola-HM23943114/>

LA VOZ DE ASTURIAS (2024): «El Oviedo viene haciendo las cosas mejor que el Sporting en cantera», el análisis del fútbol base gijonés. Disponible en: <https://www.lavozdeasturias.es/noticia/sporting1905/2024/01/02/oviedo-viene-haciendo-mejor-sporting-cantera-analisis-futbol-base-gijones/00031704212846549636456.htm>

LALIGA (2023): “Año Uno del Plan de Canteras de LALIGA: resultados por encima de las expectativas con más de un 20% de crecimiento”. Disponible en: <https://www.LALIGA.com/noticias/ano-uno-del-plan-de-canteras-de-LALIGA-resultados-por-encima-de-las-expectativas-con-mas-de-un-20percent-de-crecimiento>

LALIGA (2023): “El fútbol profesional genera en España más de 194.000 empleos, 8.390 M€ en impuestos y supone el 1,44% del PIB”. Disponible en: <https://www.LALIGA.com/noticias/el-futbol-profesional-genera-en-espana-mas-de-194000-empleos-8390-meuro-en-impuestos-y-supone-el-144percent-del-pib>

LALIGA (2023): Informe Económico-Financiero. Disponible en: <https://www.LALIGA.com/transparencia/gestion-economica/informe-economico-financiero>

LALIGA (2024): ¿Qué es LALIGA Genuine? Disponible en: <https://www.LALIGA.com/LALIGA-genuine/que-es>

LALIGA (2024): ¿Qué es LALIGA? Disponible en: <https://www.LALIGA.com/sala-de-prensa/que-es-LALIGA>

LALIGA (2024): Límite de coste de plantilla deportiva. Disponible en: <https://www.LALIGA.com/transparencia/gestion-economica/limite-coste-plantilla>

LALIGA (2024): Reparto de los derechos de TV. Disponible en: <https://www.LALIGA.com/transparencia/gestion-economica/derechos-audiovisuales>

LALIGA (2024): Transparencia Normativa. Disponible en: <https://www.LALIGA.com/transparencia/normativa>

LEGAL SPORT (2023): “Championship vs. Segunda división: la desigualdad también existe abajo”. Disponible en: <https://www.legalsport.net/futbol/futbol-internacional/championship-vs-Segunda-division-desigualdad-tambien-existe-abajo/>

LIBERTAD DIGITAL (2024): “Los clubes de LALIGA lideran la generación de ingresos en el fútbol europeo”. Disponible en: <https://www.libertaddigital.com/deportes/futbol/2024-01-18/los-clubes-de-LALIGA-lideran-la-generacion-de-ingresos-en-el-futbol-europeo-7088118/>

LIBREMERCADO (2023): “La brillante estrategia de Florentino para hacer caja con los amistosos del Real Madrid en EE. UU”. Disponible en: <https://www.libremercado.com/2023-08-01/real-madrid-florentino-perez-sixth-street-estados-unidos-cuanto-gana-amistosos-pretemporada-soccer-champions-tour-7038308/>

MARCA (2023): “LALIGA estrena logo y nuevo lema: "La fuerza de nuestro fútbol". Disponible en: <https://www.marca.com/futbol/Primera-division/2023/06/05/647b140346163f6e988b45c5.html>

MARCA (2023): “LALIGA ya es el sexto mercado en cuanto a fichajes”. Disponible en: <https://www.marca.com/futbol/mercado-fichajes/2023/09/08/64faf6b246163f01548b45af.html>

MARCA (2023): “Real Madrid y Barcelona dominan el 'negocio' de las camisetas: ¿Cuánto ganan los clubes por publicidad? Disponible en: <https://www.marca.com/futbol/2023/09/16/6504402046163f04058b4629.html>

MARCA (2024): “Los límites salariales de LALIGA 23-24 tras el mercado de invierno: De los 727 millones del Madrid a los 204 del Barça”. Disponible en: <https://www.marca.com/futbol/Primera-division/2024/02/20/65d3b849268e3e2c078b45c5.html>

MONCLOA (2023): “Cómo el fútbol español cambió la identidad nacional”. Disponible en: <https://www.moncloa.com/2023/02/25/futbol-espanol-identidad-1869052/>

MS ACADEMY (2023): “Impacto económico de LALIGA en el PIB español: análisis de su influencia”. Disponible en: <https://www.msanchez.es/blog/impacto-economico-de-LALIGA-en-el-pib#:~:text=Los%20datos%20revelan%20que%20durante,estimulando%20el%20gasto%20del%20consumidor>

MUNDIARIO (2022): “Merchandising mundial en cifras: Ranking 2022”. Disponible en: <https://www.mundiaro.com/articulo/deportes/merchandising-mundial-cifras-ranking-2022/20220829161115250016.html>

MUNDO DEPORTIVO (2023): “Así vemos LALIGA por televisión”. Disponible en: <https://www.mundodeportivo.com/futbol/20230606/1002019129/asi-vemos-LALIGA-television.html>

NEWSLETTER LALIGA (2020): “Cómo se ha aplicado el control económico de LaLiga durante la Covid-19”. Disponible en: <https://newsletter.laliga.es/futbol-global/control-economico-de-laliga-aplicado-durante-la-covid-19>

NEWSLETTER LALIGA (2021): “ESPN y LALIGA llegan a un histórico acuerdo de derechos para llevar la competición española a millones de personas de EE. UU”. Disponible en: <https://newsletter.LALIGA.es/la-fuerza-que-sumas/espn-y-LALIGA-llegan-a-un-historico-acuerdo-de-derechos-para-llevar-la-competicion-espanola-a-millones-de-personas-de-eeuu>

PALCO 23 (2019): “El fútbol español pone precio a la camiseta: los clubes de LALIGA superan los 125 millones por ‘merchandising’”. Disponible en: <https://www.palco23.com/clubes/el-futbol-espanol-pone-precio-a-la-camiseta-los-clubes-de-LALIGA-superan-los-125-millones-por-merchandising>

PALCO 23 (2023): “LALIGA baja el telón de la temporada 2022-2023 con una asistencia del 78%”. Disponible en: <https://www.palco23.com/competiciones/LALIGA-baja-el-telon-de-la-temporada-2022-2023-con-una-asistencia-del-78>

PALCO 23 (2023): “LALIGA reduce su inversión en fichajes de verano un 20%, hasta 423,4 millones de euros”. Disponible en: <https://www.palco23.com/competiciones/LALIGA-reduce-su-inversion-en-fichajes-de-verano-un-24-hasta-4049-millones-de-euros>

PALCO 23 (2023): “Los clubes de LALIGA recuperan ingresos pre-COVID, pero pierden 112,7 millones en 2022”. Disponible en: <https://www.palco23.com/competiciones/los-clubes-de-LALIGA-recuperan-ingresos-pre-COVID-pero-pierden-1127-millones-en-2022>

PALCO 23 (2023): “Real Oviedo CF anota pérdidas de 2,8 millones e ingresos de 16,3 millones en 2022-2023”. Disponible en: <https://www.palco23.com/clubes/real-oviedo-cf-anota-perdidas-de-28-millones-e-ingresos-de-163-millones-en-2022-2023>

PALCO 23 (2024): “Dazn se hace con los derechos de la Segunda División de fútbol en España”. Disponible en: <https://www.palco23.com/media/dazn-se-hace-con-los-derechos-de-la-Segunda-division-de-futbol-en-espana>

PALCO 23 (2024): “LALIGA reparte 1.525 millones de euros por derechos televisivos en 2022-2023”. Disponible en: <https://www.palco23.com/competiciones/LALIGA-reparte-1525-millones-de-euros-por-derechos-televisivos-en-2022-2023#:~:text=Superliga%20Europea%20MotoGP-,LALIGA%20reparte%201.525%20millones%20de%20euros%20por%20derechos%20elevisivos%20en,7%25%20respecto%202021%2D2022>

PALCO 23 (2024): “Real Oviedo reduce en doce millones su capital para compensar pérdidas de temporadas pasadas”. Disponible en: <https://www.palco23.com/clubes/real-oviedo-reduce-en-doce-millones-su-capital-para-compensar-perdidas-de-temporadas-pasadas>

PR NOTICIAS (2021): “La crisis de comunicación de LALIGA comienza a afectar a las marcas”. Disponible en: <https://prnoticias.com/2021/05/21/la-crisis-de-comunicacion-de-LALIGA-comienza-a-afectar-a-las-marcas/>

RELEVO (2023): ¿Por qué los clubes prefieren una pretemporada de 20.000 km? Spoiler: es mucho más que dinero. Disponible en: <https://www.relevo.com/futbol/clubes-prefieren-pretemporada-20000-dinero-20230807170117-nt.html>

RELEVO (2023): “LALIGA recupera los ingresos prepandemia”. Disponible en: <https://www.relevo.com/futbol/liga-Primera/laliga-informe-economico-20230503203630-nt.html>

RTPA (2024): “El Real Oviedo y el Sporting aumentan sus topes salariales en el mercado de invierno”. Disponible en: https://www.rtpa.es/noticias-deportes:El-Real-Oviedo-y-el-Sporting-aumentan-sus-topes-salariales-en-el-mercado-de-invierno_111708446483.html#:~:text=El%20Real%20Oviedo%20es%20el,ocho%20millones%20a%208%2C6

TEEMU RUUSKA (2021): “El acuerdo de LALIGA y CVC explicado”. Disponible en: <https://teemuruuska.com/es/acuerdo-laliga-cvc/>

THE OBJECTIVE (2022): “La Liga pierde 1.137 millones de euros desde la irrupción de la COVID arrastrada por el Barça”. Disponible en: <https://theobjective.com/deportes/futbol/2022-05-10/liga-futbol-perdidas-COVID/>

THE OBJECTIVE (2023): “Las entradas del fútbol español son las más caras de Europa, pero los clubes ingresan poco”. Disponible en: <https://theobjective.com/deportes/futbol/2023-05-15/entradas-futbol-LALIGA-tebas-real-madrid-barcelona/>

TRANSFERMARKT (2024): “Tres equipos de LALIGA, entre los que más ingresos han obtenido por traspasos”. Disponible en: <https://www.transfermarkt.es/tres-equipos-de-LALIGA-entre-los-que-mas-ingresos-han-obtenido-por-traspasos/view/news/432733>

TRANSFERMARKT (2024): <https://www.transfermarkt.es/>