



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y DEL TRABAJO DE
SORIA

Grado en Administración y Dirección de Empresas

TRABAJO FIN DE GRADO

**INFLUENCIA DE LAS
RETRANSMISIONES TELEVISIVAS
EN EL FÚTBOL PROFESIONAL ESPAÑOL**

Presentado por: María Torreblanca Fernández

Tutelado por: Juan Carlos Frechoso Remiro

Soria, junio de 2018

CET

FACULTAD de CIENCIAS EMPRESARIALES y del TRABAJO de SORIA

ÍNDICES

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
I. Planteamiento y objetivos	3
II. Metodología utilizada en la investigación	4
III. Esquema del trabajo.....	5
CAPÍTULO I:	7
1.1. CONCEPTOS BÁSICOS	9
1.1.1. Definición de televisión.....	9
1.1.2. Definición de retransmisión deportiva.....	11
1.1.3. Definición de fútbol profesional	11
1.1.4 Definición de aficionado.....	12
1.1.5. Definición de espectáculo deportivo	12
1.2. LOS DERECHOS TELEVISIVOS DE LAS RETRANSMISIONES DE FÚTBOL EN ESPAÑA	13
1.2.1. Marco legal	13
1.2.2. Derechos que encontramos en las distintas competiciones	14
1.2.3. Situación previa al actual sistema de negociación de los derechos audiovisuales establecido en el RD Ley 5/2015”	14
1.2.4. Venta conjunta de derechos audiovisuales de ligas y copas en España. (RD Ley 5/2015).....	15
CAPÍTULO II:.....	21
2.1. PERÍODO (1956-1988): LA EVOLUCIÓN DEL MONOPOLIO EN LAS RETRANSMISIONES DE FÚTBOL	23
2.2. PERÍODO (1988-2017): LOS DISTINTOS OLIGOPOLIOS GENERADOS EN EL MERCADO DE LAS RETRANSMISIONES FUTBOLÍSTICAS.....	29
2.2.1. Año 1988: entrada de las nuevas cadenas autonómicas, privadas y de pago en el mercado de las retransmisiones de fútbol	29
2.2.2. Año 1996: guerra del fútbol entre el Grupo PRISA y Antena 3.....	30

2.2.3. Años 1996-1997: origen de los canales digitales y de Audiovisual Sport.....	33
2.2.4. Normativa reguladora de los derechos audiovisuales entre el año 1997 y 2010	35
2.2.5. Año 2003: nacimiento de Digital +	37
2.2.6. Año 2006: guerra del fútbol entre el Grupo PRISA y Mediapro.....	38
2.2.7. Año 2008-2012: Gol TV y el acuerdo entre el Grupo PRISA y Mediapro.....	41
2.2.8. Año 2015-Actualidad: los cambios que han sufrido las retransmisiones futbolísticas en esta última etapa	42
CAPÍTULO III:	45
3.1. CRECIMIENTO DEL NEGOCIO EN EL FÚTBOL PROFESIONAL .	47
3.1.1. Evolución de los ingresos totales que componen La Liga (Primera y Segunda División)	48
3.1.2. Las principales fuentes de ingresos que componen el fútbol profesional y sus evoluciones en La Liga (Primera y Segunda División).....	50
3.1.3. Comparativa entre los ingresos que integran la Primera y Segunda División en la temporada 2015/16.....	61
3.2. MANTENIMIENTO EN EL CONTROL DE LOS GASTOS.....	64
3.2.1. Evolución de los gastos torales que componen La Liga (Primera y Segunda División)	65
3.2.2. Las principales fuentes de gastos que componen el fútbol profesional	67
3.2.3. Comparativa entre los gastos que integran la Primera y la Segunda División en la temporada 2015/16.....	73
3.3. BENEFICIOS OBTENIDOS.....	76
3.3.1. Evolución de los beneficios totales obtenidos en La Liga, la Primera y la Segunda División.....	77
3.3.2. Beneficio y Rentabilidad que generan las retransmisiones televisivas en La Liga (1ª y 2ª División)	78
CONCLUSIONES	85
BIBLIOGRAFÍA	91
GLOSARIO	99

ÍNDICE DE FIGURAS

INTRODUCCIÓN

Figura 0. 1: Esquema de trabajo.....	6
--------------------------------------	---

CAPÍTULO I

Figura 1. 1: Esquema televisivo	10
Figura 1. 2: Órgano gestor de los derechos audiovisuales de La Liga	17
Figura 1. 3: Ingresos por televisión de La Liga.....	19

CAPÍTULO II

Figura 2. 1: Ejemplo de posturas sobre la primera guerra del fútbol en los editoriales periodísticos: EL País y El Periódico	32
Figura 2. 2: Misma noticia, diferentes titulares	32
Figura 2. 3: La introducción de Telefónica en AVS Fuente: La Vanguardia (1997).....	34

ÍNDICE DE GRÁFICAS

CAPÍTULO I

Gráfica 1. 1: Ingresos por ventas de derechos audiovisuales en la temporada 2013/14. 15

CAPÍTULO III

Gráfica 3. 1: La Liga Santander vs La Liga 1/2/3 · Total ingresos (en %) 63

Gráfica 3. 2: La Liga Santander vs La Liga 1/2/3 · Total ingresos (en millones de euros)
..... 64

Gráfica 3. 3: La Liga · Ingresos y gastos totales (en millones de euros)..... 80

Gráfica 3. 4: La Liga Ingresos totales (en millones de euros)..... 80

Gráfica 3. 5: La Liga Santander · Ingresos y gastos totales (en millones de euros)..... 81

Gráfica 3. 6: La Liga Santander · Ingresos totales (en millones de euros)..... 81

Gráfica 3. 7: La Liga 1/2/3 · Ingresos y gastos totales (en millones de euros) 82

Gráfica 3. 8: La Liga 1/2/3 · Ingresos totales (en millones de euros) 82

ÍNDICE DE TABLAS

CAPÍTULO III

Tabla 3. 1: La Liga, La Liga Santander y La Liga 1/2/3 · Evolución de los ingresos totales (en millones de euros)	50
Tabla 3. 2: La Liga, La Liga Santander y La Liga 1/2/3 · Evolución de los ingresos totales (en millones de euros)	53
Tabla 3. 3: La Liga, La Liga Santander y La Liga 1/2/3 · Evolución de otros ingresos (en millones de euros).....	54
Tabla 3. 4: La Liga · Evolución del INCN (en millones de euros)	57
Tabla 3. 5: La Liga Santander · Evolución del INCN (en millones de euros)	59
Tabla 3. 6: La Liga 1/2/3 · Evolución del INCN (en millones de euros)	61
Tabla 3. 7: La Liga, La Liga Santander y La Liga 1/2/3 · Evolución de los gastos totales (en millones de euros).....	66
Tabla 3. 8: La Liga · Evolución de los gastos (en millones de euros)	69
Tabla 3. 9: La Liga Santander · Evolución de los gastos (en millones de euros).....	70
Tabla 3. 10: La Liga 1/2/3 · Evolución de los gastos (en millones de euros)	72
Tabla 3. 11: La Liga Santander vs La Liga 1/2/3 · Total gastos (en %).....	74
Tabla 3. 12: La Liga Santander vs La Liga 1/2/3 · Total gastos (en millones de euros)	76
Tabla 3. 13: La Liga · Evolución de los beneficios totales (en millones de euros).....	78

INTRODUCCIÓN

I. Planteamiento y objetivos

Hoy en día, los deportes en general, y de manera especial el fútbol, se ven enfrentados a condiciones muy distintas de las que existían hace veinte años. Las cantidades de dinero que se manejan en la actualidad, el número de aficionados (cada vez más globalizados) y los espacios que a diario se dedican a los deportes y, en especial, a los equipos de fútbol profesional en los medios de comunicación, reflejan las nuevas condiciones en que se desenvuelve el fútbol. Esta situación se ha traducido, sin lugar a dudas, en un importante desafío para las instituciones públicas y para las entidades deportivas, y, más aún, para aquellas cuya tarea se relaciona con el elemento central de este sector, que no es otro que el espectáculo futbolístico.

Tradicionalmente, los ingresos de los clubes se basaban en la venta de entradas a los partidos, los cuales, aun siendo importantes, podían ser gestionados casi de forma *amateur*, tal y como se hace todavía en el fútbol no profesional. Pero, en los últimos años, el desafío se encuentra en la comercialización de los derechos de retransmisión televisivos. Esta venta ha incrementado soberanamente la ganancia de los clubes, con la consiguiente multiplicación de sus presupuestos, por lo que ha sido necesario profesionalizar la gestión.

Según Chadwick y Beech (2004), en España, al igual que en la mayoría de los países europeos, el fútbol es el deporte más popular, el que levanta pasiones y mueve aficionados que, de forma directa o a través de los medios de comunicación, siguen de

cerca los acontecimientos deportivos de sus respectivos clubes, lo que ha permitido agigantar los presupuestos del club. La entrada de la televisión de pago y el coste del dominio de ofrecer en abierto partidos de fútbol, han sido el revulsivo que ha situado estas cifras fuera de lo común, lo que ha empujado al fútbol a un alto nivel de profesionalización en su gestión y a un impulso creciente de la comercialización de su actividad, de forma que se ha creado lo que hoy se conoce como negocio del deporte o, según Foster (2005), la industria del deporte.

Este estudio pretende analizar la repercusión de las retransmisiones televisivas de fútbol en su estructura, teniendo en cuenta la realidad actual en la que se mueve este deporte. Este objetivo principal se desarrolla en los siguientes objetivos específicos:

1. Concretar las razones por las que se retransmiten partidos de fútbol por televisión.
2. Determinar cuáles son los derechos de retransmisión televisiva en el fútbol profesional.
3. Analizar los cambios en el mercado de retransmisiones televisivas de fútbol.
4. Establecer la influencia de la venta de derechos audiovisuales en los ingresos de los clubes de fútbol profesional.
5. Conocer la repercusión de la variación de ingresos en los gastos de los clubes de fútbol profesional.
6. Calcular el efecto de las retransmisiones televisivas en el beneficio de los clubes de fútbol profesional.

II. Metodología utilizada en la investigación

Es difícil saber con precisión en cuantos países se practica fútbol puesto que se trata de uno de los deportes más extendidos en el mundo. Los países donde está más profesionalizado y, por ello, más repercusión tiene son: Brasil, Inglaterra, Francia, Argentina, España, Italia, Alemania, Uruguay y Paraguay. Según la Fédération Internationale de Football Association (FIFA, 2015) “hay más de 326 mil clubes en todo el planeta y 250 millones de jugadores, desde las estrellas internacionales a los niños que utilizan mochilas u otro tipo de pertenencias para armar los postes”. Estas cifras impiden analizar nuestro objeto de investigación en todos los países, ni siquiera limitándolos a los nueve anteriormente indicados, pues el estudio sobrepasaría ampliamente la extensión y profundidad que debe tener un trabajo como éste, además de ser irrealizable para la autora con los medios de información a su alcance. Por ello, se ha decidido utilizar como referencia solo las competiciones españolas.

De esta manera se consigue acotar el alcance del trabajo, tal y como han realizado otros estudios (Barajas y Urrutia, 2007), a un ámbito geográfico más concreto y representativo del conjunto, facilitando la obtención de los datos necesarios para realizar la investigación. Así, el análisis se centrará únicamente en La Liga española y dejará al margen la repercusión que pueden tener las retransmisiones en otras competiciones nacionales o internacionales. El objetivo es poder obtener las conclusiones más sólidas y detalladas posibles.

La metodología elegida para realizar este trabajo será la que mejor se adapta al objeto de estudio, al objetivo y a los ámbitos planteados. En primer lugar, se va a realizar una breve descripción de la información existente hasta la fecha para describir el marco teórico y poder así situar el estado de la cuestión.

La revisión de este estado de la cuestión o marco teórico se ha realizado a través del estudio de diversas fuentes bibliográficas obtenidas a través de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), del Consejo Superior de Deportes (CSD), del Boletín Oficial del Estado (BOE)... Se ha complementado con Google Académico para la obtención de documentos en formato pdf. No se ha limitado las fechas de búsqueda con el objetivo de poder obtener todo el contenido histórico posible. El resultado de la revisión ha sido la identificación y lectura de aquellos trabajos relacionados con la materia objeto de estudio, fundamentalmente artículos de investigación publicados en revistas de referencia, libros, tesis doctorales, informes de organismos y entidades relacionadas con el objeto del trabajo y artículos periodísticos de interés para completar el marco analizado.

En general, la selección y el tipo de los trabajos ha estado acotado por el tema objeto de estudio, el fútbol profesional en España, su modelo económico y las retransmisiones televisivas, lo que limita el tipo de artículos y publicaciones con contenido adecuado para su estudio.

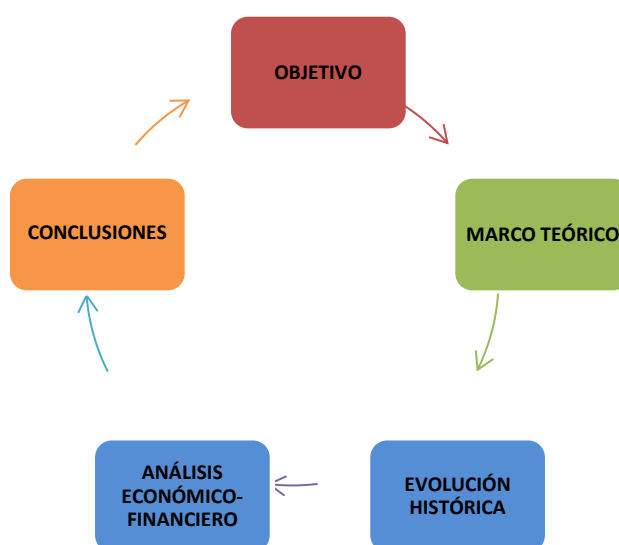
Una vez fijado el marco teórico, se pasará al análisis del marco práctico del trabajo. Este segundo marco será dividido en dos apartados. En un primer apartado se abordará la evolución que han experimentado las retransmisiones futbolísticas a lo largo de la historia y como han influido estas, tanto en el mundo televisivo, como en el futbolístico. A la hora de obtener esta información, se ha utilizado la misma metodología que en el caso anterior, ya que se ha apoyado en bases como tesis, artículos de investigación asociados concretamente al tema, entidades relacionadas con el tema... Se ha de destacar que, a la hora de elaborar el primer punto de esta primera parte del caso práctico, se contó con la colaboración de la Cadena SER y de la Liga tras realizar varias llamadas telefónicas. Ambas han servido para obtener algunas referencias acontecidas sobre aquella época, ya que otras fuentes (mencionadas anteriormente) carecían de información suficiente para poder elaborar este punto. Mientras que, en un segundo apartado, la metodología utilizada se ha basado principalmente en información cuantitativa. Esta parte va a consistir en seleccionar muestras de datos a analizar, utilizando como elementos las cuentas de pérdidas y ganancias y los balances de situación de los clubes que forman la Primera y la Segunda División de la Liga, con el fin de describir la situación y evolución económica-financiera del modelo económico del fútbol profesional español en función de las retransmisiones. La información económica utilizada se ha obtenido, fundamentalmente, de las cuentas oficiales publicadas por la Liga (LFP, 2012; LFP, 2013; LFP, 2014; LFP, 2015; LFP, 2016) y de entidades que han analizado el fútbol, como es el caso del área de consultoría deportiva de Deloitte (2013, 2015).

III. Esquema del trabajo

El trabajo realizado está estructurado en cuatro capítulos: introducción, marco teórico, marco práctico y conclusiones. Según muestra la Figura 0.1, con el fin de tener una secuencia clara y sencilla para hacer más fácil el seguimiento y estudio de este

trabajo, cuenta con cinco partes, ya que se ha decidido desglosar el marco práctico en dos, una primera en el estudio evolutivo de este objeto de estudio y una segunda en un análisis cuantitativo. Por tanto, en primer lugar, se ha explicado por qué es necesario realizar este trabajo de investigación económico y qué objetivos se plantean. A continuación, el marco teórico permitirá fijar una serie de conceptos básicos y determinará hasta dónde han llegado las investigaciones previamente realizadas. En tercer lugar, se explicará la evolución histórica del objeto estudio como consecuencia del estudio del marco teórico y los objetivos marcados, continuando con un análisis económico-financiero de la Liga Profesional de fútbol español, en el que se obtendrán una serie de resultados que permitirán resolver si se verifican o no algunos de los objetivos, terminando así con el último capítulo en el que se tratarán las conclusiones finales en relación a los objetivos planteados al inicio del trabajo.

Figura 0. 1: Esquema de trabajo



Fuente: Elaboración propia

De forma que el contenido de la investigación realizada se resume en el objetivo principal, que no es otro que dar a conocer como las retransmisiones televisivas han repercutido en la estructura del fútbol profesional en España. Seguido de un marco teórico, el cual se basa principalmente en la definición de cinco conceptos básicos referentes al tema y en un informe sobre los derechos de retransmisión televisivos del fútbol en España. En este último se dejan claros los cambios producidos en los últimos tiempos en cuanto a las leyes y normativas sobre las retransmisiones y las obligaciones que estas han de seguir. A esto le sigue el marco práctico desglosado en dos partes, una primera, en la que se hablará sobre la evolución del mercado de las retransmisiones televisivas del fútbol profesional español y, una segunda, en la que se hará un análisis económico-financiero sobre los ingresos, gastos y beneficios que generan estas retransmisiones sobre la Liga y los equipos que la componen. Por último, se concluirá el trabajo con unas conclusiones, destacando cómo las retransmisiones televisivas de fútbol han colocado en una posición de dominio en el mercado a las empresas que se hacen con ellas y cómo estas, a su vez, componen la principal fuente de ingresos de los clubes profesionales en España.

CAPÍTULO I:

RETRANSMISIONES FUTBOLÍSTICAS EN EL MUNDO TELEVISIVO

Según Kuhn (2006), con el objetivo de enmarcar el presente trabajo en su contexto y de hacer más fácil la comprensión del mismo, se va a analizar el marco teórico en el que se sitúa, a través de una revisión narrativa de la literatura escrita hasta la fecha, buscando el conocimiento científico a través de la historia.

Con el fin de lograr una mejor comprensión, se van a analizar varios bloques para poder tener una visión global de la situación. Así, en primer lugar, se definen cinco conceptos que son fundamentales para la investigación: televisión, retransmisión deportiva, fútbol profesional, aficionados y espectáculo deportivo. A continuación, se analizará el objeto y las normativas de las retransmisiones del fútbol en España. De esta manera se centrará la construcción teórica previa para poder razonar el entorno en el que se va a concentrar la aportación de presente trabajo de investigación.

1.1. CONCEPTOS BÁSICOS

1.1.1. Definición de televisión

Según Fernández (1994), la televisión es un medio de comunicación que ha alcanzado una difusión sin parangón, pues es usado por una cantidad muy significativa de personas para satisfacer sus necesidades de información y entretenimiento.

La televisión es uno de los medios de comunicación con mayor presencia en la sociedad occidental, la que ha llevado a considerarla como uno de los medios básicos de

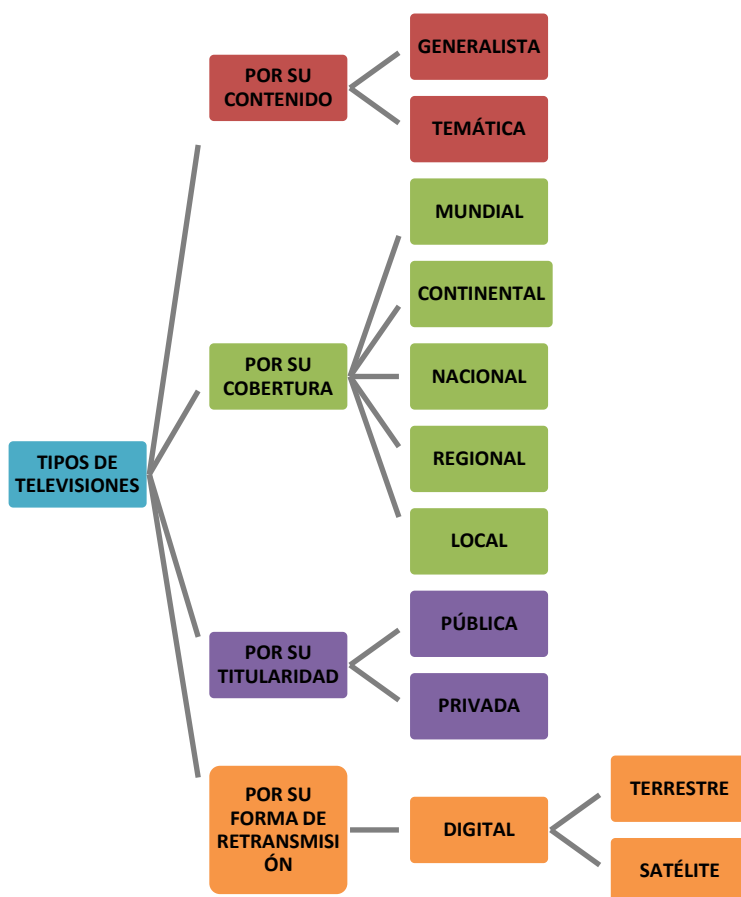
comunicación social, lo cual repercute en que se contemple como el medio que dirige nuestra cultura y los valores que en ella se movilizan. Cerezo (1994, p.16), asegura que “El poder del medio radica en su capacidad de impacto, penetración social y poder hipnótico, debido a su percepción audiovisual”.

Aunque tratemos de evitarlo, todo lo que ocurre en nuestro entorno influye en nuestro comportamiento diario. La televisión es parte de nuestro ambiente, incluso en ocasiones es considerada como un miembro más de nuestra familia. Y precisamente por ser un elemento importante de ese entorno, no cabe duda de que nuestra conducta está influida, al menos en cierta forma, por la calidad de programas y contenidos que ésta presenta.

Su importancia es tal, que el volumen de receptores aumenta constantemente y cada vez aparecen nuevas cadenas de televisión. Hoy en día, la televisión se ha convertido en un elemento indispensable para la sociedad y constituye uno de los avances más espectaculares y potentes.

En la Figura 1.1, se muestran los diferentes tipos de televisión que encontramos en la actualidad, ya que esta puede ser generalista o dinámica según su contenido, mundial, continental, nacional, regional o local, según su cobertura, pública o privada según su titularidad o bien digital (terrestre o satélite) según su forma de retransmisión.

Figura 1. 1: Esquema televisivo



Fuente: Elaboración propia

1.1.2. Definición de retransmisión deportiva

Llegados a este punto, la investigación demanda una definición clara y precisa de retransmisión, para la cual se ha considerado la definición de la RAE (Real Academia Española): “acción de transmitir”. Barroso (1996, p.535), considera la retransmisión como un género propio: “La retransmisión constituye propiamente un género en la forma en que se ofrece técnicamente la realización de ciertos géneros o contenidos (teatro, deportes, conciertos, etc.)”

Desde los orígenes de la televisión, las retransmisiones se han erigido como productos esenciales en la conformación del medio. Generalmente, son paralelas a los eventos representados, es decir, existe sincronía entre el tiempo de desarrollo del evento y la retransmisión del mismo. En el caso de las retransmisiones deportivas, esta circunstancia aporta un grado de incertidumbre añadido puesto que la simultaneidad de la retransmisión y del desarrollo del acontecimiento provoca que no se conozca el resultado o desenlace de la competición hasta la conclusión de esta.

No obstante, si nos centramos en el contenido de la retransmisión específicamente deportiva, encontramos autores que las asimilan a un género televisivo. Para Blanco (1999, p.267): “Podemos definir la retransmisión deportiva como un género periodístico espectacular que, en su empeño por informar del desarrollo de unos hechos o de un acontecimiento, explota las posibilidades comunicativas del medio.”

Desde el punto de vista periodístico, la retransmisión deportiva se caracteriza por reunir en una misma dimensión el dramatismo y la espectacularidad, factores determinados en gran medida por las peculiaridades del medio televisivo.

Los argumentos que expone Marín (2004, p.41): “determina que los componentes que definen las retransmisiones deportivas las identifican como género televisivo, ya que poseen una serie de elementos que configuran ese tipo de programas como un género televisivo propio.” De esta forma, las retransmisiones deportivas han ido configurándose como un género particular dentro de los medios audiovisuales en función de factores como la programación, la audiencia o los costes de producción.

1.1.3. Definición de fútbol profesional

Dentro de las retransmisiones deportivas y, en especial, futbolísticas es importante distinguir entre fútbol profesional y fútbol no profesional, puesto que tienen características diferentes. Este trabajo se centra única y exclusivamente en el primero.

Según Gómez, Opazo y Martín (2008), se define el fútbol profesional como el conjunto de equipos que se dedican al deporte del fútbol y que tienen una estructura organizativa, tanto deportiva como de gestión, profesionalizada, formada por profesionales preparados que se dedican a cada una de las funciones de la entidad, por cuya dedicación reciben una remuneración adecuada y en línea con el mercado.

En el caso español, la competición entre los equipos profesionales se denomina Campeonato Nacional de Liga (CNL), o directamente la Liga, y está formada por dos categorías denominadas Primera y Segunda División, respectivamente. Esta competición está organizada por la Liga de Fútbol Profesional (LFP), que es una asociación deportiva de derecho privado regulada por la Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte (B.O.E.

2013a) y formada por todas las asociaciones anónimas deportivas y clubes que participan en ambas competiciones de ámbito estatal y tienen carácter profesional¹.

1.1.4 Definición de aficionado

Según la RAE defina aficionado como: “(persona) que practica por placer una actividad, generalmente deportiva o artística, sin recibir habitualmente dinero a cambio”. Por lo que se considera un elemento central en el modelo deportivo y económico del fútbol. Barajas y Urrutia (2007), dicen de él que es el cimiento o la base de apoyo del fútbol profesional, tanto a nivel deportivo, como económico. Son los aficionados a un club los que consumen los productos que este ofrece, de manera directa, como entradas, o de manera indirecta, a través del consumo de programas deportivos, retransmisiones de partidos, productos de merchandising o la compra de periódicos deportivos para informarse sobre la marcha de su equipo.

El club de fútbol es un producto o una marca que tiene unas características muy concretas, que son la clave de la relación con los aficionados. Según Blanco y Forcadell (2006):

1. Existe un sentimiento de pertenencia: un aficionado a un club considera que el club es parte de su vida, de su personalidad, no es algo que se cambia o a lo que se renuncia. Los aficionados eligen, normalmente en la infancia, a qué equipo se van a aficionar y con cuál van a permanecer unidos emocionalmente el resto de su vida.
2. El club de fútbol, para los aficionados, representa unos valores, una forma de vida, es pasión y sentimiento.

Para los gestores de un club, por lo tanto, es fundamental hacer crecer la masa de aficionados o masa social, lo que permitirá tener clientes para un largo periodo de tiempo de forma fiel, comprometida y apasionada. Esta es una situación que muy pocos productos o marcas consiguen con sus clientes, representando la ventaja competitiva de los clubes de fútbol, que como se analizará posteriormente, será uno de los ejes básicos de su relación con las televisiones y patrocinadores.

1.1.5. Definición de espectáculo deportivo

González (1985) definió espectáculo como la “relación espectacular” que se produce entre una actividad que se exhibe y una persona, el espectador, que la contempla a distancia. Cuando la actividad trata de “seducir” al espectador para atraer, es cuando se inicia una “dimensión económica” del espectáculo y cuando el espectador es seducido se inicia una relación de poder sobre el mismo. Según determina González (1985, p.121): “todo espectáculo instituye una relación de poder. Pero el poder es, esencialmente, generador de espectáculos.”

De acuerdo con esta definición, el espectáculo deportivo sería aquella relación espectacular que se da entre una actividad deportiva que seduce y que ejerce poder sobre los espectadores, en este caso, los aficionados, que lo presencian a distancia. En el

¹ Estatutos Sociales de la Liga Nacional de Fútbol Profesional.

momento en que se da una relación económica entre ambos se convierte en una actividad económica.

Claramente, por lo tanto, el fútbol profesional encaja en esa definición de espectáculo deportivo, puesto que la relación espectacular y especial que el club ejerce sobre su afición cuando este compete en un partido, es un vivo reflejo de seducción y de poder, que ha permitido desplegar una considerable dimensión económica.

En este sentido, Pujadas y Santacana (2001) afirman que, desde que el fútbol español se convirtió en un deporte de masas en la década de 1920, entró a formar parte del ocio, entendido como actividad económica, a través de su desarrollo como espectáculo deportivo. Este mismo fenómeno se produjo en el resto de los países europeos.

Por lo tanto, el deporte en general y el fútbol en particular, tienen la consideración de espectáculo cuando se convierten en parte de la industria del ocio y de la cultura de masas. Incluso Llopis (2006), concibe el fútbol como un ritual festivo moderno que expresa los valores de la sociedad actual, como la competitividad el azar, la injusticia y la traición.

Inicialmente, el desarrollo del fútbol como espectáculo deportivo tuvo un ámbito local, centrado en la construcción de los estadios, pero el despliegue de la televisión ha convertido al fútbol en un espectáculo deportivo a nivel mundial, sólo comparable con los Juegos Olímpicos. Según argumenta Porro (1997), con una fuerte implicación de los gobiernos y de los organismos internacionales en su regulación, organización y desarrollo.

1.2. LOS DERECHOS TELEVISIVOS DE LAS RETRANSMISIONES DE FÚTBOL EN ESPAÑA

El objetivo de este apartado es explicar y aclarar cómo funciona la comercialización de los derechos audiovisuales de las retransmisiones de fútbol en España. Esto incluye, por tanto, de manera indivisible, una parte legal y una parte de negocio.

1.2.1. Marco legal

Las principales normas que regulan la explotación de los derechos son las siguientes:

1. Ley 7/2010 de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (artículo 20).
2. 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.
3. Decisión de la Comisión de 23 de julio de 2003 relativa a un procedimiento con arreglo a lo dispuesto en el artículo 81 del Tratado CE y en el artículo 53 del Acuerdo EEE (COMP/C.2-37.398 – Venta conjunta de los derechos comerciales de la Liga de Campeones de la UEFA).
4. Resolución Expte. S/DC/0542/14 de la CNMC en 30 de julio de 2015.

5. Estatutos de la FIFA.

1.2.2. Derechos que encontramos en las distintas competiciones

Al hablar de los diferentes derechos audiovisuales de fútbol existentes en España, tenemos que tener en cuentas las diferentes competiciones que existen (en este caso hasta siete) y los derechos que corresponden a cada una de ellas gestionados por diferentes entes (hasta 4 cuatro distintos). De manera que podemos distinguir los siguientes Derechos Audiovisuales:

1. Derechos audiovisuales de La Liga (primera y segunda división). Gestionados por la Liga de Fútbol Profesional (LFP).
2. Derechos audiovisuales de la Copa de S.M. el Rey. Gestionados por la Real Federación Española de Fútbol (RFEF)².
3. Derechos audiovisuales de la Supercopa de España. Gestionados por la RFEF.
4. Derechos audiovisuales de la Eurocopa de fútbol. Gestionados por la Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol (UEFA).
5. Derechos audiovisuales del Mundial de fútbol. Gestionados por la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA).
6. Derechos audiovisuales de la Copa Confederaciones. Gestionados por la FIFA.
7. Derechos audiovisuales del Mundialito de Clubes. Gestionado por la FIFA.

Lo que tienen en común la comercialización de todas las competiciones es que se conceden los derechos al mejor licitador de una subasta pública. Los criterios para seleccionar la mejor oferta varían en función del órgano gestor y el tipo de competición, pero son comunes algunos, como el precio, la capacidad de gestión y la audiencia del licitador. Otra característica común es el límite de tres años (temporadas de fútbol) de duración del contrato de explotación de los derechos audiovisuales.

1.2.3. Situación previa al actual sistema de negociación de los derechos audiovisuales establecido en el RD Ley 5/2015”

Para entender las consecuencias del nuevo sistema de negociación de los derechos audiovisuales, que se caracteriza por (la venta conjunta) de los mismos, primero hay que tener una perspectiva general de cómo se gestionaron los derechos audiovisuales en las últimas temporadas. Antes, en España, cada equipo de fútbol vendía sus derechos de forma independiente a los demás. Cada club llegaba a un acuerdo con una empresa comercializadora por el cual ésta adquiría los derechos audiovisuales para la retransmisión de sus partidos en distintas ventanas, que van desde el pago por cesión en plataformas de televisión de pago, hasta internet, el móvil o los cines, pasando por la emisión en abierto. Posteriormente, la empresa comercializadora vendía esos derechos a prestadores de servicios de comunicación audiovisual para que estos retransmitieran los encuentros que se disputaban. Las empresas comercializadoras con más éxito en España han sido Audiovisual Sport y Mediapro.

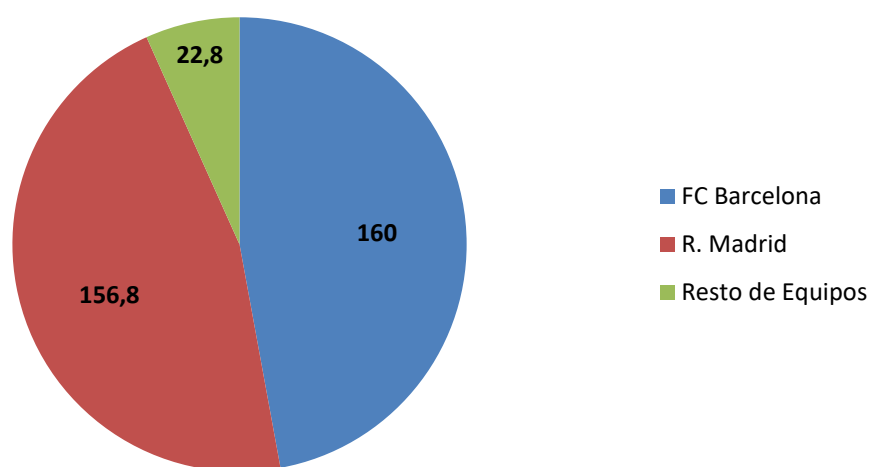
Con este sistema de comercialización de los derechos de retransmisión surge la duda de que se debía hacer cuando disputaban un partido dos equipos cuyos derechos de

² La comercialización de los derechos de la Copa de S.M. el Rey y la Supercopa de España pueden ser cedidos para que los gestione la LFP conjuntamente con los de La Liga.

retransmisión eran ostentados por empresas diferentes. En este caso, las dos empresas estaban obligadas a ponerse de acuerdo para cederlos en la disputa del partido. A efectos prácticos, en la mayoría de los casos, este conflicto no se producía, pues casi todos los equipos cedían sus derechos a la misma empresa: Audiovisual Sport.

Este sistema de reparto se traducían en una ventaja clara, fruto del libre mercado, de los dos equipos españoles más fuertes/importantes/seguídos/grandes: el FC Barcelona y el Real Madrid. El resto de equipos estaban a años luz de recibir, por sus derechos audiovisuales, una cantidad que se acercara a los que se pagaba por esos dos equipos, como se puede ver en la Gráfica 1.1, que recoge las diferencias existentes en la temporada 2014/15, (la última antes de la entrada en vigor del nuevo sistema de comercialización de los derechos).

Gráfica 1.1: Ingresos por ventas de derechos audiovisuales en la temporada 2013/14



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Roberto Bayón (INE)

Según Deloitte (2015a), en la temporada 2013/14, Real Madrid y FC Barcelona fueron los clubes de fútbol con más ingresos del mundo por quinto año consecutivo. Por tanto, mejorar el reparto de ingresos por televisión marcadamente desigual entre los participantes de La Liga y colocar a esta como la mejor competición nacional de fútbol desde el punto de vista del negocio, fueron los dos objetivos principales por los cuales se decidió gestionar y vender de forma conjunta los derechos audiovisuales de todos los participantes de Primera y Segunda División de la liga española.

1.2.4. Venta conjunta de derechos audiovisuales de ligas y copas en España. (RD Ley 5/2015)

En España, se establece en 2015 que los derechos audiovisuales de La Liga (Primera y Segunda División), la Copa de S.M. el Rey y la Supercopa de España serán vendidos de forma conjunta, a través del Real Decreto ley 5/2015, de 30 de abril, en medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional.

Eso quiere decir que todos los clubes participantes en estas competiciones ceden la explotación de sus derechos a la LFP y a la RFEF para que estas los gestionen, en

cuanto a su comercialización, control y auditoría. De este modo, la empresa que quiera obtener la explotación de todos aquellos derechos, deberá realizar una única negociación con los mencionados órganos.

La entrada en vigor de dicho Real Decreto ley el 02 de mayo de 2015, pero este se aplicará por primera vez en la temporada 2016/17. Por lo tanto, el adjudicatario de esta primera venta conjunta podrá explotar esos derechos, como máximo, hasta la temporada 2019/20.

Características principales del nuevo sistema

Según el artículo 2 del Real Decreto ley 5/2015, la implantación de este nuevo sistema afecta a los derechos audiovisuales de los partidos completos y a los resúmenes de los partidos, de la misma manera que, se ve afectada tanto su venta nacional como la internacional.

En el nuevo sistema, se establece la diferenciación clara de dos competiciones: por un lado, La Liga y, por otro lado, La Copa y la Supercopa, que, a estos efectos, se consideran un único lote. De manera que los participantes de cada competición cederán sus derechos audiovisuales a un órgano gestor de derechos audiovisuales, el cual será distinto para cada competición. Así, para La Liga, su órgano gestor será la LFP, mientras que, para la Copa y la Supercopa, será la RFEF. Dichos órganos serán los encargados de la venta y gestión de los derechos audiovisuales, y podrán escoger si los venden en exclusiva (a un único comprador) o de forma no exclusiva (a varios compradores). En el segundo de los casos, deberán ofrecerlo de forma no discriminatoria, es decir, en igualdad de condiciones para todos. Cuando los derechos audiovisuales se vendan de forma exclusiva, el comprador, estará obligado a crear una “oferta de acceso” a sus contenidos audiovisuales. De este modo, otros prestadores de servicios de comunicación audiovisual de pago podrán retransmitir también los partidos.

Y, por último, hay que destacar que el proceso de venta se realizará a través de un concurso público. De manera que el adjudicatario será el que presente la mejor oferta, en base a unos criterios objetivos.

Órganos gestores

Según el artículo 7 del Real Decreto ley 5/2015, el órgano gestor de La Liga como se ha mencionado anteriormente, es la LFP. El órgano gestor de los derechos audiovisuales de la LFP está compuesto por seis miembros: los dos clubes con mayores ingresos en televisión en los últimos cinco años (hasta ahora siempre han sido R. Madrid y FC Barcelona), dos clubes que son votados por los miembros que componen la Primera División, un club votado por los clubes de Segunda División y, por último, el presidente de la LFP, que liderará el órgano gestor.

Las principales funciones que deben llevar a cabo estos seis miembros son asegurarse de una buena gestión y explotación sobre la comercialización de los derechos audiovisuales, llevar un control y auditar la explotación de dichos derechos y realizar una eficaz y justa recepción y reparto del dinero entre los participantes.

La siguiente Figura 1.2, muestra de forma más clara y sintetizada la información citada anteriormente.

Figura 1. 2: Órgano gestor de los derechos audiovisuales de La Liga



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Real Decreto ley 5/2015

Proceso de adjudicación

En este apartado detallaremos cuatro procesos: el procedimiento, los criterios que se establecen, la duración máxima de los derechos y los límites.

La adjudicación de estos derechos, según el artículo 4 del Real Decreto ley 5/2015, se realizará mediante un proceso público, competitivo y no discriminatorio. Los derechos se dividirán en lotes independientes para formar diferentes ofertas. Los criterios establecidos para adjudicar estos derechos serán divididos en dos clases: obligatorios y no obligatorios.

Los criterios obligatorios se centrarán en la rentabilidad económica de la oferta, el interés deportivo de la competición y en el crecimiento y el valor futuro de los derechos audiovisuales que pueda aportar el adjudicatario. Por otro lado, los no obligatorios se decidirán por el órgano gestor y deberán ser siempre objetivos.

Una vez adjudicados estos derechos, la empresa que gane el concurso podrá explotar los derechos audiovisuales durante un periodo máximo de tres años. Una vez terminado ese plazo, se realizará un nuevo concurso.

Finalmente, se establecerán límites de forma que una misma empresa no pueda conseguir dos lotes, (ya sea por ganar dos concursos, ya sea por comprar los derechos a quién ha ganado el concurso), aunque existe una excepción, cual es que un lote no sea comprado por nadie más o no existan ofertas económicas equivalentes.

Reparto de los ingresos obtenidos por los derechos audiovisuales

Los ingresos obtenidos por los derechos audiovisuales referentes al Campeonato de liga, según se encuentra establecido en el artículo 5 del Real Decreto ley 5/2015, se destinan íntegramente a la Liga, la cual se encarga de repartir el 90% de ellos a la Primera División, y el 10% restante a la Segunda División. De manera que, por un lado, la Primera División, con esos 90% de ingresos que obtiene, reparte la mitad de ellos de manera equitativa entre los veinte equipos que la forman, mientras que la otra mitad se divide, a su vez, en dos partes iguales. Una primera va destinada a los equipos que mejores resultados han obtenido en las últimas cinco temporadas y la otra mitad, a los equipos que mayor implantación social han obtenido. Dentro de esta segunda mitad un tercio de ese dinero va destinado a los equipos que más abonos y taquilla hayan hecho y los otros dos tercios serán destinados a los equipos con mayor participación en televisión.

Por otro lado, del 10% de ingresos que se destina a la Segunda División, el 70% es repartido equitativamente entre los 22 equipos que componen esta categoría, mientras que el 30% restante se divide en dos partes iguales, de las cuales una es destinada a los equipos que mejores resultados han obtenido en las últimas cinco temporadas y la otra mitad se destinará a aquellos equipos con mayor implantación social. Al igual que sucedía en la Primera División, en esta segunda mitad un tercio de los ingresos son destinados a los equipos que obtengan mayores ingresos en bonos y en taquilla y los otros dos tercios irán destinados a los equipos con mayor participación en televisión.

Para facilitar la comprensión del reparto de estos beneficios, se ha elaborado la siguiente Figura 1.3, explicando así el sistema ideado para el reparto de los ingresos en La Liga.

Además, el reparto de los ingresos en La Liga deben tenerse en cuenta los siguientes puntos:

- Momento de repartir los ingresos. Se hará por temporadas, antes de la conclusión del año natural en que se inicie cada una de ellas.
- Límites absolutos de reparto. Por un lado, la diferencia entre el club que más recibe y el que menos en la Primera División no puede ser mayor de 4,5 veces uno sobre el otro. Si se diera esta circunstancia, se disminuiría proporcionalmente la cuota de todos los clubes en lo preciso para llegar a esa diferencia máxima. Mientras que, por otro lado, cuando la cantidad a repartir supere los 1.000 millones, esa diferencia entre quien ingrese más y quien ingrese menos irá disminuyendo progresivamente hasta un máximo de 3,5 veces, diferencia que se alcanzaría con un ingreso igual o superior a 1.500 millones de euros.

Figura 1. 3: Ingresos por televisión de La Liga



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Real Decreto ley 5/2015

CAPÍTULO II:

EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE LAS RETRANSMISIONES TELEVISIVAS DEL FÚTBOL PROFESIONAL

En esta segunda parte se abordará la evolución de las retransmisiones futbolísticas desde sus orígenes hasta nuestros días. Esta evolución ha sido dividida en dos partes. Tanto para la primera, como para la segunda parte, se ha ido describiendo su evolución de forma cronológica.

En el primer apartado se hará un análisis sobre el mercado monopolístico de estas retransmisiones. Se hablará de la importancia que estas dieron a la televisión en sus comienzos y a sus años posteriores, hasta la aparición de un nuevo sistema de mercado en el mundo televisivo.

En el segundo apartado se abordará la evolución que ha sufrido las retransmisiones futbolísticas dentro de un mercado oligopolista, debido a la influencia que tiene el fútbol en España. Dentro de este bloque, también se tocarán otros factores de especial relevancia, como puede ser la creación de leyes aplicadas al mundo futbolístico o las diversas disputas entre operadoras, todo ello derivado de la influencia que estas han generado.

2.1. PERÍODO (1956-1988): LA EVOLUCIÓN DEL MONOPOLIO EN LAS RETRANSMISIONES DE FÚTBOL

La televisión, a diferencia de otros países, tardó mucho tiempo en llegar a España. Su desarrollo fue especialmente lento. Desde sus orígenes, la televisión se ha encontrado ligada al mundo del deporte y éste, a su vez, fue adquiriendo un papel decisivo en su

evolución, de tal forma que el deporte y, en particular, el fútbol, ha estado muy unido a España y sobre todo a la programación deportiva.

Las primeras retransmisiones radiofónicas, que se dieron por el año 1926, tuvieron como prioridad la retransmisión de contenidos deportivos y encuentros taurinos. La sociedad de aquella época, mantenía especial interés en estas dos disciplinas. Una de las primeras retransmisiones que se hizo de manera íntegra en la radio, fue la retransmisión del encuentro disputado entre el Real Madrid y el Real Zaragoza. La aparición de estas retransmisiones radiofónicas, respondía a un interés social español, que más adelante comenzarían a tener un mayor reclamo. Así, la intervención de la radio en el mundo deportivo resultaría muy enriquecedora para la televisión, ya que años después sería la que marcara el tipo de programación que tomaría la televisión.

En concreto, al igual que la radio, el primer evento deportivo que retransmitió la televisión fue un partido de fútbol: el disputado entre el Real Madrid y el Racing de Santander el 24 de octubre de 1954, el cual fue retransmitido por el único canal que existía entonces, que era Televisión Española (TVE). Esta retransmisión fue llevada a cabo por la empresa Marconi, que, gracias a sus unidades de trabajo, pudo emitir dicho encuentro. A partir de este momento, el deporte, en particular el fútbol, monopolizó casi la totalidad del interés de los espectadores que consumían las emisiones de TVE. Aunque, las emisiones de TVE comenzaron de forma oficial el 28 de octubre de 1956. Año que se establece como el origen de la televisión española.

De este modo, en la primera etapa de la televisión española, el deporte tuvo una gran importancia, en especial el Campeonato Nacional de Liga (CNL), ya que la continua profesionalización del fútbol, dio lugar a un mayor reforzamiento de este Campeonato. De manera que, esta modalidad deportiva, exigiría un torneo que expresara al máximo todas las cualidades de sus clubes. Gracias a esto, surgieron numerosas reuniones en las que se dictaminó que existirían dos categorías dentro de la misma competición (Primera División y Segunda División), cada una de las cuales estaría formada por diez equipos (actualmente el número de equipos que componen cada categoría se ha incrementado, pasando a ser 20 equipos en Primera y 22 equipos en Segunda).

Tres años más tarde, en 1957, la televisión pública emitiría el deseado encuentro que enfrentaba a los dos equipos madrileños, Real Madrid y Atlético de Madrid. La emisión de este partido no fue de forma íntegra, sino que su emisión se basaría en un resumen de los mejores momentos. Esto supuso una gran expectación en España y, sobre todo, una experiencia positiva para la televisión, ya que su nivel de audiencia fue muy elevado.

Ya en 1958 se produjo la primera retransmisión de fútbol de forma íntegra y en directo. Se producía un nuevo derbi entre Real Madrid y Atlético de Madrid, que se disputaría el 27 de abril a través de TVE. Se considera que fue la primera gran audiencia de nuestro país. Desde aquel momento, las retransmisiones de partidos de fútbol en directo, fueron ocupando cada vez más un lugar fijo en la programación de TVE. Tan solo un año después, en 1959 se produjo una monopolización de los intereses sobre la retransmisión del encuentro entre Real Madrid y FC Barcelona. Este encuentro suscitaba un gran interés, puesto que se enfrentaban los dos clubes de Liga con mayor liderazgo.

Más adelante, la llegada de Manuel Fraga Iribarne al Ministerio de Información y Turismo, supuso el impulso del crecimiento de TVE. Los programas deportivos

multiplicaron su importancia y se produjo una mayor diversificación de los contenidos. Los partidos de Liga obtenían cada vez mayor repercusión mediática, por lo que TVE acordó con los clubes la retransmisión de estos partidos las tardes de los domingos. Esto hizo que, rápidamente, se convirtieran en las tardes favoritas de los espectadores españoles. Debido a este crecimiento, se produjo un descenso de los asistentes a los campos de fútbol, lo que provocó que, en 1962, se eliminara toda la programación deportiva de TVE. En realidad, la falta de asistencia a los campos era asociada a las retransmisiones en directo de la cadena pública, pero la falta de asistencia se debía a muchos otros factores, como la posición que ocupara el equipo en la Liga, el estilo de juego, la historia del club, el período del año (primavera, verano...), etc.

A finales de año, se llegó a un acuerdo en el que la televisión podía retransmitir los encuentros disputados, eso sí, bajo unas condiciones. Los encuentros eran pactados previamente y los partidos debían ser retransmitidos posteriormente a ser jugados. De esta manera, se intentaría que no se produjese una disminución de asistencia de los aficionados a los campos de fútbol. Fue así cuando se acordó entre ambos organismos TVE y el Campeonato Nacional de Liga (CNL) la regulación de la emisión de los partidos de la Liga de forma semanal. Estos pactos continuaron hasta los años setenta, donde, como se verá más adelante, realmente surgió el auténtico conflicto entre los intereses por los derechos de retransmisiones del fútbol en España (principalmente por el cobro que demandaban los clubes). Era innegable los resultados positivos que generaba hacerse con estos derechos, ya que promovían la popularización del canal, incrementaban las audiencias, proporcionaban mayores ingresos económicos, etc.

Una nueva etapa comenzaba con el acuerdo suscrito, y, en 1966, la cadena pública se amplió con la aparición de un nuevo canal. En sus comienzos, este nuevo canal no retransmitiría muchos espacios dedicados al deporte y se centraría más en programación de cultura. Pero, con el paso de los años, el deporte representaría un gran papel en este medio, ocupando de esta forma gran parte de su programación.

En 1969, TVE ya se encontraba al mismo nivel que el resto de las cadenas de Europa. Su gran desarrollo en los últimos años, permitió que esta se igualara al resto. Su consolidación viene dada en gran parte a la aparición de un segundo canal, a su ampliación de ofertas televisivas, a una mayor emisión en directo (emisión de los partidos de Liga) y a la aparición de la televisión en color. Todos estos desarrollos que llevó a cabo la televisión, venían vinculados al deporte y, en especial, al fútbol. De esta forma, el fútbol actuó como medio para promocionar los nuevos avances que quería llevar la nueva televisión. Se podría decir que el fútbol en esta época confirmó la aprobación de las nuevas tecnologías televisivas.

Con el fallecimiento de Franco, comenzó la era democrática, que supondría un gran cambio en la historia de las telecomunicaciones, especialmente en la televisión. Durante este periodo, el fútbol, favoreció que la televisión española se modernizara de manera relevante. Una de las retransmisiones que demuestran la modernidad que adquirió la televisión en esa época, fue la retransmisión de la Copa Mundial de Fútbol disputada en 1982 en España. Esta fue retransmitida mediante el segundo canal. Gracias a esta retransmisión, hizo que este nuevo canal se diera más a conocer y llegara de esta manera a mayor parte del territorio español. El éxito que tuvieron las retransmisiones de estos partidos, dio lugar a un mayor reforzamiento de la televisión y esto producía una mayor seguridad, por lo que, a partir de ese momento, la televisión estaría dispuesta a afrontar retos más ambiciosos de cara a un futuro.

Mientras, durante todos estos años de relación entre TVE y el CNL, ambos se fueron beneficiando mutuamente. Por un lado, los clubes obtuvieron grandes cantidades de dinero por las retransmisiones de sus partidos. Estas cantidades se vieron reforzadas por los ingresos en publicidad que se llevaron a cabo dentro del campo. Por otro lado, la televisión obtuvo grandes audiencias e ingresos por la publicidad (patrocinio de los encuentros). El número de encuentros que retransmitió TVE varió dependiendo de los acuerdos que se hicieron entre los clubes de fútbol y la cadena pública. En estos acuerdos, actuó como mediador la Federación Española (organismo que se encargaba de agrupar los intereses de los conjuntos españoles). En cada jornada que se disputó, la televisión se encargó de negociar con el equipo local la posibilidad de retransmitir el partido a través de una oferta económica que podía variar dependiendo del interés del partido. Según Bonaut (2006), algunos partidos concretos de especial interés como Real Madrid y FC Barcelona, exigieron una mayor oferta económica. Estas retransmisiones fueron complementadas con resúmenes en programas futbolísticos como era, por aquel entonces, el famosos “Estudio, Estadio”.

De manera que la alta dependencia de la televisión con los clubes de fútbol y la crisis económica que estaba pasando nuestro país en aquel momento, generó una serie de conflictos de intereses. El primero fue cuando la Federación Española de Fútbol intervino en algunos de los contratos individuales que se realizaban entre los clubes y TVE, lo que supuso su prohibición televisiva. Pero este conflicto se solventó rápidamente, ya que la necesidad, tanto de los equipos, como de la cadena pública, por obtener beneficios mediante las retransmisiones futbolísticas era imprescindible. Cuando parecía que había finalizado el conflicto, poco después continuó. Los principales representantes de los clubes de Primera División acordaron con el máximo representante de la Federación Española de Fútbol, por entonces (Pablo Porta), la prohibición de los partidos de Liga en directo, ya que esto promovería la inasistencia a los terrenos de juego. Esta decisión, tomada por los clubes, no solo se debía a la falta de asistencia de personal en el campo, sino que también se debía a la oferta que habían exigido los clubes a TVE (se trataba de 15 millones de pesetas, o lo que es lo mismo (900.000 euros)), por sus retransmisiones. Este era el objetivo que querían alcanzar los clubes, ya que, en la temporada anterior, la 1978/79, estos cobraron por parte de TVE cinco millones de pesetas (30.000 euros). Los clubes consideraron que era poca la cantidad que habían obtenido por sus retransmisiones, pero esta nueva cantidad que demandaban ahora, TVE no estaba dispuesta a concederla. Otro de los motivos que motivaron esta decisión fue la deuda que poseía la cadena con los equipos de fútbol, que resultó ser más problemática de lo que se preveía. Equipos como el Betis, el Atlético de Madrid, el Real Madrid y el RCD Espanyol tenían contratos ya establecidos con TVE para emitir estos partidos durante toda la temporada siguiente, y, con la anulación de estos, los clubes se verían duramente afectados, puesto que esto les suponía la pérdida de múltiples contratos publicitarios ya concretados con anterioridad.

Por tanto, la Liga comenzó la temporada sin la presencia de las cámaras. Los clubes ofrecieron varias posibilidades para llegar a un acuerdo, pero este finalmente no se hizo y los acuerdos establecidos entre los clubes y la TVE se rompieron. Pero TVE decidió retransmitir el encuentro que se disputaría entre Sporting de Gijón y el Real Madrid el 15 de noviembre de 1979. El resto de clubes se opusieron, pues recordaron que ningún partido podía ser retransmitido los domingos por la tarde. TVE no cedió y retransmitió el encuentro. Esta se acogió al Decreto 1969/1959, de 4 de junio³, por el cual

³ Con este decreto lo que se quería evitar es que cualquier institución privada se aprovechara económicamente de un acontecimiento deportivo de interés general y a su vez obtener el monopolio de estas retransmisiones para TVE.

el Gobierno podía obligar a retransmitir en directo los partidos que se consideraran de interés general a través de TVE. A los equipos no les quedó otra solución que aceptar esa medida, pero el conflicto no acabó aquí, continuó de manera que durante los años ochenta siguió sin retransmitirse ningún encuentro. Un claro ejemplo del conflicto que se estaba atravesando fue que, durante la temporada 1978/79, se emitieron 8 encuentros correspondientes al CNL, mientras que en la temporada 1979/80 tan solo se emitieron 2 partidos, exceptuando el encuentro mencionado anteriormente entre Sporting de Gijón y Real Madrid.

A mediados de los ochenta se realizó una reunión con el fin de poner solución al conflicto. Esta reunión fue llevada a cabo por Porta y Domínguez (Presidente y Vicepresidente de la Federación Española de Fútbol), los representantes de los clubes y los máximos directivos de TVE. En esta reunión, la televisión propuso la emisión de dos partidos de Liga, los domingos de cada mes y un sábado, mientras que los equipos propusieron la emisión de dos partidos los sábados y un espacio con las mejores jugadas de los partidos no mayor a 15 minutos. Tras esta reunión, no se llegó a ningún acuerdo. Un ejemplo que encontramos, fueron las declaraciones que hizo el máximo portavoz de los clubes Montes Cabeza (1980), “Se ha evolucionado muy poco en las negociaciones. Se ha hablado mucho y se ha concretado poco. No veo fácil el futuro de la negociación. Los clubes no pueden permitir la televisión los domingos, por lo acordado en la asamblea, y porque realmente resulta perjudicial a efectos económicos, como se ha comprobado por estadística”.

Tras la prohibición de la emisión de los partidos los domingos, los clubes decidieron realizar una encuesta a través de Emopública para RTVE (Radio Televisión Española), donde el 75% de la población afirmó ver los partidos con frecuencia que se emitían los domingos y el 25% acudían al campo a ver los partidos semanales. La temporada 1980/81 finalizó sin la retransmisión de ningún partido pese a numerosos intentos. La mala relación entre los clubes y TVE ya era insostenible. Finalmente, negociaron la retransmisión de la temporada 1981/82. La televisión estaba dispuesta a pagar más y los clubes adoptaron una postura más flexible, ya que su principal desencuentro se encontraba en el tema económico. Finalmente, ya en 1981, se llegó a un acuerdo entre ambas partes, en las que se establecerían varias condiciones: los partidos serían retransmitidos los sábados por la noche, se emitirían dos partidos al mes y TVE pagaría la cantidad de 288 millones de pesetas (1.730.915 euros) a los clubes por la temporada 1981/82.

Ya en 1982, tras la celebración de la Copa Mundial de Fútbol, la mayoría de los clubes tenían graves problemas económicos, era necesario la intervención pública para sanear las cuentas de los clubes, ya que estos podían cubrir las deudas, pero el presupuesto no les permitía realizar ninguna operación más, por tanto, los bancos no les concedían préstamos para poder ir más desahogados. Estos problemas se debían principalmente al gasto en salarios y fichajes de jugadores, ya que eran superiores a los ingresos que obtenían, por lo que recurrían a terceros endeudándose y dando lugar a importantes retrasos en los pagos a Hacienda y a la Seguridad Social.

Por otro lado, el interés mutuo entre los clubes y la televisión por firmar contratos de corta duración, empujó a ambos a una nueva negociación en la que se acordaría la emisión de 18 partidos en la temporada 1982/83 a cambio de 541 millones de pesetas (3.251.475 euros). Dentro de este acuerdo, se establecería que 22 millones de pesetas (132.222 euros), se pagarían por cada partido de equipos que la temporada anterior

hubiesen ocupado los ocho primeros puestos y 19 millones de pesetas (114.192 euros) al resto. Además, estos ya ingresaban 10 millones de pesetas (60.000 euros) por la publicidad estática.

Debido a los continuos acuerdos que se realizaban entre los clubes y TVE, todas esas operaciones futbolísticas fueron gestionadas por la Real Federación Española de Fútbol (RFEF), que diferenciaba a cada equipo dependiendo de su categoría. De la RFEF surgió un Comité de Fútbol Profesional, que se creó con el fin de defender los intereses de los clubes de Primera División. El Comité de Fútbol Profesional se reunió con la Federación de Fútbol para subsanar las diferencias y de aquí surgió la Liga de Fútbol Profesional (organismo regulador de la Primera y Segunda División).

Un año después, en los primeros días de 1984, se aprobaron los primeros Estatutos de la Liga de Fútbol Profesional (LFP). Tras la creación de este nuevo organismo, se elaboraron las primeras medidas para subsanar los problemas económicos de los clubes. Se estableció un convenio en el cual se buscaba la reducción de la deuda de los clubes mediante los ingresos de las quinielas. Otros factores fueron la potenciación del fútbol y el control económico de los clubes por la LFP. Fue la base de la profesionalización del fútbol.

Mientras, en ese mismo año, en la temporada 1983/84, la televisión no estaba dispuesta a seguir pagando lo que pagaba por las retransmisiones de los partidos, que eran 541 millones de pesetas (3.251.475 euros). Por tanto, el peligro acechaba cada vez más a los contratos de corta duración que mantenían los clubes con la televisión. Finalmente, llegaron a un acuerdo por la emisión de 18 partidos en directo, por los que se pagarían 318 millones de pesetas (1.911.218 euros), y por los resúmenes de los domingos, que conllevarían 41 millones de pesetas (246.415 euros).

Y en 1988, la historia de la televisión sufría un gran cambio: se ponía fin al monopolio llevado hasta ahora por TVE desde sus orígenes. En esta nueva etapa, aparecieron las nuevas cadenas autonómicas. Estas nuevas cadenas marcaron la historia de la televisión, ya que romperían con el monopolio de más de 25 años de TVE (aunque continuó el modelo de televisión pública).

Se podría decir que el monopolio de TVE duró de 1956 hasta 1988. Este monopolio era la única empresa existente en el mercado, capaz de ofrecer un servicio único y carente de sustitutivos. Se trataba de una cadena que poseía suficientes avances tecnológicos para poder emitir mediante televisión. De la misma manera, era una cadena de carácter público perteneciente al Gobierno de la época. Esta llevaba acabado su actividad comercial a través de una concesión pública, lo que suponía un monopolio puro⁴. Por otro lado, mencionar que dentro de todo monopolio se encuentran fuertes barreras de entradas que limitan el acceso al mercado de nuevos competidores, pero, en este caso, el monopolio de TVE pronto llegaría a su fin. Con la entrada de las nuevas cadenas autonómicas y, posteriormente, de las cadenas privadas, daría lugar al fin del monopolio, y estas nuevas cadenas se posicionarían como nuevo servicio sustitutivo, haciendo de esta manera más flexible las barreras de entrada a futuros competidores y dando origen a un nuevo sistema de mercado que pasaría del monopolio al oligopolio.

⁴ Se considera que hay un monopolio puro cuando en el mercado existe una sola empresa, cuyo producto o servicio es homogéneo y carece de sustitutivos cercanos. Existen fuertes barreras de entradas que limitan el acceso a nuevos competidores y se maximiza el beneficio periodo a periodo.

2.2. PERÍODO (1988-2017): LOS DISTINTOS OLIGOPOLIOS GENERADOS EN EL MERCADO DE LAS RETRANSMISIONES FUTBOLÍSTICAS

Durante el periodo anterior, el mercado constaba de una única empresa, a la cual le pertenecían todos los derechos de retransmisiones futbolísticas. En este segundo periodo, la entrada de nuevas empresas en el mercado de las retransmisiones futbolísticas pone fin al monopolio que se llevaba a cabo hasta entonces. El nuevo sistema, basado en el oligopolio, conllevará numerosas disputas entre las diferentes operadoras, así como la creación de nuevas leyes y sistemas de emisión. Novedades que, en definitiva, supondrán un cambio drástico en el mercado de las retransmisiones futbolísticas en España.

2.2.1. Año 1988: entrada de las nuevas cadenas autonómicas, privadas y de pago en el mercado de las retransmisiones de fútbol

Hasta 1988, las luchas entre los clubes de la LFP y la cadena pública de televisión TVE, fueron constantes. Pero, con la entrada de las cadenas autonómicas, la cosa cambió; estas apostaron por emitir fútbol para darse a conocer (problemática que se verá plasmada más adelante en los años noventa).

El 3 de mayo de 1988, durante el gobierno de Felipe González, se aprobó la Ley de la Televisión Privada y, con ella, llegó el fin del monopolio de la televisión pública en España. Fue aquí, cuando aparecieron los nuevos canales comerciales. Hasta entonces sólo existían los canales de Televisión Española, ETB en Euskadi, TV3 en Cataluña y TVG en Galicia.

En un principio se hicieron tres propuestas, Antena 3, Telecinco y una tercera que iba a caer en manos de la Uno (canal de TVE), pero un grupo de empresarios catalanes hizo una nueva propuesta en la que se proponía un nuevo canal de pago: Canal +. La presentación de este nuevo canal de pago recayó en Jesús Polanco, al cual, en un principio, no se le iba a conceder la licencia, pero su gran amistad con Felipe González hizo que, definitivamente, se aprobasen las tres licencias que darían paso a las primeras cadenas privadas: Antena 3, Telecinco y Canal + (este último sería un canal de pago, mientras que los otros dos emitirían en abierto). Las dos primeras cadenas aparecieron en el año 1889, mientras que Canal + lo hizo un año más tarde, en 1990. Canal +, a pesar de ser aceptada por el gobierno, tenía que cumplir una condición a cambio, y era que seis horas de su programación debían de hacerse “en abierto”, es decir, sin coste alguno para el televidente.

Esta cadena tenía también un obstáculo, el cual era cómo ganarse al público que hasta entonces nunca había pagado por ver televisión. Y, entonces de esta manera llegaron las emisiones en exclusiva de fútbol. Estas suscitarían el interés de los telespectadores, lo que provocaría la suscripción de numerosos televidentes a esta nueva modalidad de canal. A partir de ahí, la aparición de estos nuevos canales abrió una nueva etapa para los derechos audiovisuales y, en especial, por hacerse con los derechos de las retransmisiones de la LFP.

Por ello, en 1990, el nuevo canal de pago llegó a un acuerdo con las televisiones autonómicas a través de FORTA, con el fin de poder compartir los derechos audiovisuales de la Liga con las cadenas autonómicas. El contrato que establecieron tenía una duración

de 8 años, en la que las cadenas autonómicas estaban dispuestas a pagar 54.000 millones de pesetas (324.546,83 euros) y Canal+, 12.000 millones de pesetas (72.121,51 euros). Con este acuerdo, las cadenas autonómicas retransmitirían un partido cada sábado, mientras que la cadena de pago lo haría los domingos mediante señal codificada. La consecuencia era que TVE se quedaba al margen de las retransmisiones, pues solo conseguiría retransmitir los partidos autonómicos para las comunidades que no poseyesen televisión propia y los resúmenes de los encuentros, que se llevaban a cabo a través del programa Estudio Estadio, los cuales serían emitidos los domingos por la tarde).

Por lo tanto, la aparición de estos nuevos canales dio pie a la transformación del mercado en un oligopolio, donde varias empresas producían el mismo bien o servicio, de manera que se fue creando una interdependencia entre las mismas. Es entonces cuando comenzó la competencia entre las cadenas de televisión pública y las privadas por conseguir una mayor audiencia y publicidad.

Hay que destacar que, dentro de las cadenas privadas, Antena 3 y Telecinco eran cadenas privadas que emitían en abierto, mientras que Canal +, al ser una cadena de pago, emita en codificado. De esta forma, Antena 3 y Telecinco compitieron con el resto de cadenas autonómicas y TVE.

La principal competición de estas cadenas fue por hacerse con los derechos de la LFP, lo que dio lugar al oligopolio. Mientras Canal +, al tratarse del primer canal de pago y al hacerse con la mayoría de los derechos de retransmisión de los partidos de fútbol, originó un monopolio en el sector de los mercados de televisión de pago (por aquel entonces era la única cadena de pago que existía). De esta forma, Canal + compró los derechos de retransmisión y los ofertó, de manera que solo TVE tenía acceso a ellos, impidiendo que el resto de las cadenas pudieran emitir dichos encuentros.

2.2.2. Año 1996: guerra del fútbol entre el Grupo PRISA y Antena 3

Ya en 1996, al comienzo de la primera legislatura del PP, se originó la primera guerra del fútbol. Se produjo una dura lucha entre las cadenas de televisión por hacerse con los contratos de imagen y derechos de retransmisión de los partidos de la LFP.

Este conflicto se originó cuando la LFP rompió el acuerdo de venta que había establecido con FORTA y Canal + (esta última perteneciente al Grupo de comunicación PRISA) para modificar ese contrato e incluir a Antena 3, permitiéndole la emisión de un partido de Primera División los lunes. Esta lucha se dio entre la cadena de pago Canal + (Grupo PRISA) de Jesús Polanco contra Antena 3 de Antonio Asensio.

Este desencuentro se originó cuando Antonio Asensio decidió entrar en el mercado futbolístico a través de su cadena privada Antena 3. A partir de ahí, comenzó a pactar acuerdos con los clubes con el fin de hacerse con las retransmisiones de estos, lo que provocó una inflación de los precios que revolucionó el mercado. Tras las negociaciones que llevó a cabo Antena 3, la cadena anunció, en abril del 1996, que se había hecho con los derechos de una veintena de clubes de Primera y Segunda División, que serían explotados a partir de 1998. La reacción del grupo de Polanco, del Grupo PRISA, fue llevar a los tribunales a Antena 3 por competencia desleal por las retransmisiones de los partidos. Según Polanco, Antena 3 carecía de avales para hacer frente a los acuerdos económicos que se habían establecido entre Antena 3 y los clubes, y sostenía que no respetaba los derechos de retransmisión de las cadenas autonómicas.

Mantenía que se trataba de una alianza entre Antonio Asensio, Pujol y Aznar (Presidente del Gobierno por aquel entonces) con el fin de ir suprimiendo el Grupo PRISA y, de esta manera, favorecer a Antena 3.

Al hilo de la polémica, varios medios de comunicación se hicieron eco de la noticia y durante un periodo de tiempo este conflicto abarcó numerosos titulares de prensa. Fue también tema principal de varios debates llevados a cabo en diferentes programas de radio, ya que no se trató sólo de un conflicto futbolístico, sino que se daba un paso más allá y entraba también en juego la política.

Cabe destacar que el Grupo PRISA englobaba varios medios de comunicación repartidos entre (prensa, emisoras de radio, canales de tv...). Dentro del sector de prensa deportiva e informativa destacan: El País, Cinco Días, As, MeriStation, etc. Mientras que en el sector radiofónico lo hacían emisoras como: Cadena SER, Los 40, M80 Radio, Cadena Dial, Máxima FM, Radiolé, entre otras.

Por otro lado, Antonio Asensio, presidente del Grupo ZETA, poseía varios diarios generalistas (Diario de Córdoba, El Periódico de Aragón, El Periódico de Catalunya, El Periódico de Extremadura, La Crónica de Badajoz, Mediterráneo), prensa deportiva (Sport, La Grada), múltiples revistas, algunas emisoras radiofónicas (Onda Cero, o Europa FM), así como canales de televisión.

Dependiendo del medio en el que se emitiese la noticia referente al conflicto que se estaba atravesando, se hacía con un enfoque u otro, favoreciendo de esta manera a su grupo de comunicación matriz. Varios ejemplos muestran la importancia que tuvo esta primera guerra del fútbol y las diferentes posturas adoptadas dependiendo del medio por el que se difundía la noticia.

Un primer ejemplo son las diversas opiniones que se dieron en las tertulias radiofónicas. A través de la emisora Onda Cero se hicieron varias declaraciones, como la que hizo D. Francesc Sanuary (1996): “Es una locura la grave situación en el fútbol y los compromisos adquiridos por Antonio Asensio, su GMA y ANTENA 3 TV”. O la de D. José María Calleja (Grupo PRISA, 1996): “Si sigue se va a producir un crac espectacular en esta operación que lidera Antonio Asensio con el beneplácito de Pujol”.

Por otro lado, la COPE, en su programa “La Mañana”, a través de algunos locutores como D. Antonio Herrero, D. José Luis Gutiérrez o D. Jesús Cacho, hicieron otras series de afirmaciones. D. Antonio Herrero (1996) decía: “La guerra del fútbol es la gran conflagración política provocada por el Grupo PRISA. Polanco está bajo los efectos de un ataque de cuernos del poder que no tiene por primera vez en muchos años. Nunca había visto una nota tan dura como la de ANTENA 3 TV replicando a las descalificaciones de EL PAÍS, en la que acusa de prostitución al Grupo PRISA”, mientras D. José Luis Gutiérrez (1996) exponía: “Se refiere a que prostituye a las instituciones democráticas...”. Por último, D. Jesús Cacho (1996) afirmaba que: “Si ZETA y PRISA no logran un acuerdo se producirán grandes calamidades para el sector, para Polanco, para Asenso, para el Gobierno, para Felipe González y para el resto de los mortales. O hay acuerdo o aquí va a arder Troya”.

Las opiniones emitidas, tanto de una emisora, como de la otra, dejaban ver con claridad las posturas tomadas por estos locutores, ya que cada uno defendía la postura del medio, y, por tanto, del grupo comunicador, al que pertenecía o apoyaba.

Esta guerra también tuvo eco en los medios de prensa generalista y deportivos. Podemos ver en la Figura 2.1 cómo el Grupo PRISA, a través de su periódico El País lanzo varios titulares que fueron replicados por El Periódico, perteneciente al Grupo ZETA.

Figura 2. 1: Ejemplo de posturas sobre la primera guerra del fútbol en los editoriales periodísticos: EL País y El Periódico



Fuentes: El País (1996a), El Periódico (1996a)

De esta forma, tanto PRISA como ZETA usaron sus respectivos periódicos, El País en el caso de PRISA y El Periódico en el de ZETA, para dar las noticias referentes al conflicto. En la Figura 2.2, se refleja como una misma noticia se recogía de manera diferente por un diario u otro.

Figura 2. 2: Misma noticia, diferentes titulares



Fuentes: El País (1996b), El Periódico (1996b)

Pero esto no acabo aquí; otros titulares de prensa continuaron durante el mes de octubre. El 21 de octubre de 1996, El País publicó un titular en el que decía: “Jordi Pujol,

el poder detrás de Asensio” (El País, 1996letra) o (Ceberio, 1996). Ese mismo día se emitió un comunicado por parte del Grupo ZETA en el que contratataba con otro titular: “El diario EL PAÍS vuelve a faltar a la verdad” (Grupo ZETA, 1996). Tan solo un día después, el 22 de octubre de 1996, se vuelve a lanzar otro comunicado por parte de Antonio Asensio, que titula “Confusión y Claridad” (Asensio, 1996). De la misma forma, el Grupo PRISA, el 23 de octubre de 1996, emitió otro comunicado con Jesús Polanco al frente, en el que decía “Miente, Confunde y Falsea” (Grupo PRISA, 1996).

Tras tanto revuelo mediático, finalmente, el 25 de diciembre de 1996, se pone fin a esta primera guerra del fútbol, y Antena 3, Canal + y la catalana TV3 deciden firmar un acuerdo, llamado “Pacto de Nochebuena”, por el cual las tres cadenas formarían una empresa que explotaría los derechos audiovisuales de Primera y Segunda División y de la Copa del Rey.

2.2.3. Años 1996-1997: origen de los canales digitales y de Audiovisual Sport

En otoño de 1996 se presentaron dos proyectos de televisión digital por satélite. Canal + se convertía en Canal Satélite Digital, mientras la empresa Telefónica pasaba a crear un canal digital llamado Vía Digital. Se especuló que ambas acabarían fusionándose, pero esa posible fusión se frustró.

Y el 27 de enero de 1997, se creó Audiovisual Sport S.L. (AVS)⁵. Esta se originó a raíz del “Pacto de Nochebuena”, que se había llevado a cabo el año anterior. Esta nueva sociedad pasaría a ser formada por TV3 (20%), Antena 3 junto a GMA (Gestora de Medios Audiovisuales) (40%) y Canal + (pertenecía a Sogecable y esta, a su vez, al Grupo PRISA) poseedora de un (40%).

Dos meses antes de ser oficial el lanzamiento de Vía Digital, Telefónica propuso a Audiovisual Sport una oferta para hacerse con los derechos de retransmisión de los partidos de la LFP, que, por aquel entonces, pertenecían a Canal Satélite Digital, la plataforma de pago de Sogecable.

Más adelante, el 23 de julio de 1997, Telefónica decide comprar el 25% de Antena3. De esta forma, Telefónica pasaba a formar parte de la Sociedad Audiovisual Sport. Información que se ve reflejada en la siguiente Figura 2.3., a través del periódico La Vanguardia.

⁵ Empresa encargada de gestionar la emisión de los encuentros de fútbol, a través del sistema de pago por visión (PPV).

Figura 2. 3: La introducción de Telefónica en AVS Fuente: La Vanguardia (1997)

14 LA VANGUARDIA POLÍTICA JUEVES, 24 JULIO 1997

■ El mapa audiovisual sufrió ayer un terremoto. Telefónica fabricaba a su presidente a adquirir el 25% de Antena 3 Televisión, de fraude fiscal a Berlusconi y a otros socios de Tele 5, y Bruselas igual porcentaje que comprarán los bancos BCH y Santander. emplazaba al Gobierno a cambiar en un mes la ley de TV digital.

Telefónica compra el 25% de Antena 3

Asensio deja la cadena de TV al vender también otro 25% al BCH y al Santander después de pactarlo con Villalonga



La entrada de Telefónica, BCH y Banco Santander en Antena 3 dará un vuelco a la composición accionarial del canal privado. Entre tres grupos, cuando se materialice la operación, controlarán el 75 por ciento del capital, ya que en la actualidad el BCH y Banco Santander, este último a través de Banesco, tienen algo más de un 12,50 por ciento cada uno en Antena 3. El resto del capital pertenece al Banco de Nueva York (13 por ciento), Endesa (4 por ciento), José Frade (5 por ciento) y el resto a pequeños accionistas. La participación del BCH y del grupo Santander-Banesco en la operación se explica porque las dos entidades bancarias son las grandes financiadoras de Antena 3, que tiene un endeudamiento global que se acerca a los 120.000 millones de pe-

Telefónica estará en las dos plataformas de televisión digital a la vez y ello abre un conflicto de intereses

Antonio Asensio, presidente de Antena 3 Televisión

Fuente: La Vanguardia (1997)

Llegado el 29 de julio de 1997, Vía Digital muestra su gran variedad de canales con el fin de poder hacer frente a la rivalidad constante que tenía con Canal Satélite Digital, ya que esta última era propietaria de numerosos derechos audiovisuales que Telefónica no había podido conseguir para su plataforma de televisión de pago.

De esta forma volvió la guerra. Ahora sería entre Telefónica y el Grupo PRISA. De este conflicto, surgió la denuncia de Canal Satélite Digital hacia Telefónica. En ella, se acusaba a Telefónica por un abuso de posición dominante. Debido a la denuncia interpuesta, en la primera junta directiva que celebró Audiovisual Sport, los dos representantes de Telefónica que participaban a través de GMA, fueron expulsados tras exigir mayores beneficios para Vía Digital.

Ya el 18 de agosto de 1997 se produce la segunda junta de Audiovisual Sport. En esta se acuerda que, tanto Audiovisual Sport, como Canal Satélite Digital, están dispuestos a compartir los derechos del fútbol con Telefónica a través de Vía Digital. Para ello, le impusieron una condición muy sencilla: que Vía Digital solicitase ese acuerdo. De la misma manera, en ese acuerdo, no se discutió la cantidad de dinero ni el nivel de exclusividad que la plataforma tendría con esos derechos cedidos.

El 29 de agosto de 1997 se tenía que aprobar un acuerdo con FORTA, para que se pudieran adjudicar los derechos del fútbol para las temporadas 1998/2003. GMA no permitió que se aprobara con la mayoría necesaria y, finalmente, dicho acuerdo se rompió, provocando, de esta manera, que Audiovisual Sport no tuviera ganancias con este contrato. Pero ahí no acababa la cosa. Ese mismo día comenzaba la temporada de fútbol y, en el partido entre el RCD Mallorca y el Valencia CF, no fue posible que Canal Satélite Digital lo retransmitiera, ya que, tanto los directivos del club mallorquín, como los guardias de seguridad, obligaban a cada operario procedente de la plataforma digital a apagar las cámaras, haciendo que el partido se retransmitiera con menos medios poco a poco.

Tras las numerosas querellas que le fueron impuestas al club por tomar tal actuación, este se defendió diciendo que tales acciones habían sido tomadas debido a las órdenes que habían sido emitidas por GMA (está controlada por Telefónica). Ese mismo día se celebraba otro partido, el (Compostela-Sporting) y el director de la televisión de Galicia, obligó a no ceder la señal del encuentro a FORTA, la cual debía dársela a Audiovisual Sport y está a Canal Satélite Digital. La plataforma Canal Satélite Digital acusaba a Telefónica de impedir las retransmisiones de los partidos y alterar el comportamiento de GMA así, que decidió dejar de emitir partidos mientras no se resolviera las denuncias y querellas que se habían impuesto.

El 17 de noviembre de 1997, Telefónica, TV3 y Sogecable emitían un comunicado en el que informaban de que al fin habían llegado a un acuerdo para retransmitir en igualdad de condiciones los partidos de Primera División en la temporada 1997/1998, aclarando que la explotación de dichas retransmisiones se haría a través de Audiovisual Sport. También se abrían posibilidades a un posible acuerdo entre Audiovisual Sport y FORTA para conseguir los derechos de retransmisión del fútbol para su emisión en abierto.

2.2.4. Normativa reguladora de los derechos audiovisuales entre el año 1997 y 2010

Debido a los continuos conflictos que se generaban por los derechos de televisión a raíz de la aparición de los diferentes canales y su lucha por hacerse con las retransmisiones futbolísticas, se aprobó la (Ley 21/1997, de 3 de julio, de Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos), conocida como Ley del Fútbol. Esta norma fue elaborada por el gobierno de José María Aznar, en concreto por su vicepresidente Francisco Álvarez Cascos.

Este gobierno decidió aprobar esta ley, en la que se creaba una comisión que debía decidir qué partidos debían ser considerados de interés general y, por lo tanto, tenían que ser emitidos en abierto. Fue creada especialmente por Audiovisual Sport, ya que tenía la mayor concentración de derechos televisivos. De esta forma, se evitaría la creación de un nuevo monopolio sobre las retransmisiones futbolísticas y un abuso sobre los mismos.

Para argumentarla, en la exposición de motivos de la Ley se hace mención a varios artículos constitucionales. En concreto, se alude al artículo 9.2 de la Constitución: el cual impone a los poderes públicos el deber de remover los obstáculos que impidan que se desarrollen plenamente los derechos y libertades constitucionalmente reconocidos. En esta línea, la importancia social de las retransmisiones audiovisuales de los acontecimientos deportivos de especial relevancia dota a los mismos de un indudable interés público, que exige garantizar, sobre apoyos constitucionales explícitos, los legítimos derechos de los consumidores a acceder a las citadas retransmisiones, así como la eficaz protección de los diversos intereses deportivos y mercantiles afectados

Artículo 20.1 d) de la Constitución; así como a los imperativos del artículo 38 de la misma, exige actuaciones de los poderes públicos dirigidas a defender la concurrencia entre empresas en el marco de la economía de mercado.

Desde otra perspectiva, la Ley, de acuerdo con los artículos 51.1 y 53.3 de la Constitución, otorga protección a los consumidores y usuarios en aquellos servicios de uno común, ordinario y generalizado, como así son calificados los de esparcimiento y

deportes por el Real Decreto 287/1991, de 8 de marzo, dictado en desarrollo de la Ley 29/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de Consumidores y Usuarios.

Esta ley, ya derogada, se encontraba compuesta por siete artículos, una disposición adicional, una transitoria y cinco finales. En su exposición de motivos encontramos una serie de conflictos, los cuales necesitaban una serie de regulaciones. Por un lado, se buscaba regular los intereses deportivos y mercantiles y, por otro lado, los derechos de los consumidores ante los espectáculos deportivos.

En su exposición de motivos hace especial mención al fútbol, ya que la importancia y el auge que tenía esta modalidad deportiva en aquella época era tal que también fue usada como instrumento político en aquellos años. De ahí el nacimiento de esta ley “ley del fútbol”. Sin embargo, con esta ley, lo que se pretendía era regular los conflictos que se generaban en el mundo deportivo, y no sólo en la modalidad futbolística.

De este modo, podemos decir que se basaba principalmente en el derecho a la información, proporcionando el acceso gratuito y libre de las emisiones de acontecimientos deportivos que poseyesen un interés general.

De todos modos, como en la mayoría de las veces a la hora de crear una ley, hubo oponentes a la elaboración de esta, más concretamente se trataban del grupo socialista. Estos presentaron un recurso de inconstitucionalidad demandando que se vulneraba el principio de exclusividad que existía entre la televisión y el deporte. Estos argumentaban que la base de esta ley se basa en la justificación de un interés general que, para ellos, era inexistente. A su vez, argumentaban que esta ley dañaba una serie de derechos, como la libertad de empresa.

Lo novedoso era la aportación del concepto de interés general, el cual se veía reflejado en su artículo 4. Dicho artículo cita varias circunstancias que deben darse en un evento deportivo para caracterizarlo de interés general. Estas circunstancias eran que se tratase de un acontecimiento relevante y con alta repercusión social, que se celebrase cada año de forma periódica, y que estuviese incluido en el catálogo de deportes que elaboraba cada año el Consejo para las Emisiones y Retransmisiones Deportivas. Como podemos deducir, todas estas características encajaban en el mundo del fútbol, tanto es así que, en su artículo 5, menciona los supuestos de la Liga o la Copa y las características que lo hacen ser de interés general: “un encuentro por cada jornada, que deberá ser retransmitido en directo, en abierto, y para todo el territorio del Estado”.

Más adelante, la Ley 21/1997 fue reemplazada por la Ley 7/2010, de 31 de Marzo, General de la Comunicación Audiovisual. Digamos que se ha mantenido los reglamentos de la Ley 21/1997, pero modificando ciertos matices. La exigencia de un partido en abierto cada jornada y la emisión de forma gratuita de los resúmenes de la jornada, seguirían manteniéndose igual. Por el contrario, lo que sí cambió por completo fue el artículo 5 de la Ley 21/1997: en él se consideraba de interés general un encuentro por jornada, en directo y en abierto, cuando algún operador estuviese interesado en emitirlo. Ahora, sin embargo, con la entrada de la nueva ley, encontramos una nueva regulación que podemos ver en su artículo 19, que dispone el derecho a contratar en exclusiva emisiones audiovisuales, el artículo 20, el cual posibilita la exclusión de cualquier emisión codificada mientras se trate de acontecimientos deportivos de interés general para no privar a parte de la población de ver tales acontecimientos por lo expuesto en el artículo 19. Tal era la creación de esta ley destinada a temas futbolísticos que cabe destacar el

artículo e), que compone parte de esta ley y que hace referencia de forma directa al fútbol: “un partido por jornada de la Liga Profesional de Fútbol de la Primera División, designado por esta con una antelación mínima de 10 días”.

2.2.5. Año 2003: nacimiento de Digital +

Así llegamos a 1998, cuando los máximos accionistas de Sogecable (Jesús Polanco) y Telefónica (Juan Villalonga) comienzan a tener contactos con el fin de realizar una fusión entre ambas plataformas. Para llevar a cabo tal fusión, deciden emitir un informe al comisario europeo de la competencia con la intención de fusionar ambas cadenas. Pero, finalmente, Telefónica se echa para atrás en la fusión y un año después, en 1999, los dos canales, tanto Canal Satélite Digital, como Vía Digital, llegan a un acuerdo por el que compartirían los derechos en PPV hasta la temporada 2008/09.

Ya en el año 2002, tras un amago de suspensión de la Liga, treinta clubes que componían la Primera y la Segunda División y que no habían realizado todavía ningún contrato, firmaron con Audiovisual Sport por tres temporadas y 264 millones de euros. El resto de los equipos ya habían llegado a un acuerdo a lo largo del año. Dentro de estos contratos caben destacar los celebrados con el Real Madrid y con el FC Barcelona, en el que el Real Madrid había firmado 35.000 millones de pesetas (210.354,237 euros) más retribuciones por partido por cinco temporadas, mientras que el FC Barcelona había firmado 60.000 millones de pesetas (360.607,263 euros) por cinco años. Ambos, habían firmado sus contratos en el año 1999. Por otro lado, las televisiones autonómicas siguieron retransmitiendo partidos en abierto los sábados, Canal + el partido los domingos en codificado y el resto se harían mediante PPV.

Fue ese mismo año un momento clave para la fusión digital, ya que Telefónica y el Grupo PRISA vuelven a solicitar la fusión ante las autoridades europeas. De esta forma, la Comisión Europea elabora un informe donde pone de manifiesto que dicha fusión puede vulnerar la libre competencia en el mercado de la televisión de pago y la adquisición de los derechos de emisión de los partidos de fútbol, de manera que esto podía provocar una posición dominante en el mercado. Por otro lado, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones decidió emitir otro comunicado en el que manifiesto que la fusión de ambas sociedades crearía un monopolio en el mercado de la televisión de pago, pero que, de todas formas, si no se llevaba a cabo la fusión, existirían muchas posibilidades de que el mercado acabase teniendo solo un único operador.

De modo que tras varias negociaciones, en el año 2003, al fin tuvo lugar la conocida “fusión digital”. Esta fusión se realizó entre las cadenas de pago Vía Digital y Canal Satélite Digital, dando lugar a una única cadena llamada Digital + (esta estaría compuesta por un 56% Grupo PRISA, un 22% Telefónica y un 22% Mediaset España). Esta fusión dejaba ver la posición dominante en el mercado de la televisión de pago y, en particular, la adquisición de los derechos de retransmisión de fútbol. Por tanto, la fusión reforzaría la posición dominante de Sogecable en el mercado de la televisión de pago y esto haría una entrada más difícil a las nuevas empresas que quisieran entrar.

Hay que Destacar también que esta fusión era necesaria tanto para Vía Digital, como para Canal Satélite Digital, puesto que la crisis que sufrió la televisión durante esta época hizo que tuvieran grandes pérdidas. De esta forma, la fusión conseguiría mantener ambas empresas en el mercado. Dentro de este acuerdo de fusión, el Tribunal de Defensa

de la Competencia (TDF) impuso para su aprobación un apartado especial de diez puntos dedicados exclusivamente a los derechos de retransmisión del fútbol.

Tenemos que tener en cuenta que este proyecto tenía que contar con la aprobación de las autoridades y que no existiese ninguna alteración en la ley de competencia para la concentración de la propiedad en el sector de los medios de comunicación. De esta forma, el Consejo de Ministros decidió aprobar y autorizar dicha fusión siempre y cuando esta estuviera controlada bajo una serie de condiciones tales como suprimir los derechos de tanteo y retracto que tenía Audiovisual Sport sobre los derechos de fútbol, garantizar el acceso a potenciales competidores a los derechos en unas condiciones no discriminatorias y equitativas, y que la fusión no dispusiese del uso exclusivo de los nuevos derechos de difusión.

Por otro lado, la intervención del (TDC) era necesaria, ya que nos encontrábamos en un sector donde los contratos que se establecían y las cifras que se negociaban eran desorbitados. Era necesaria la intervención del Tribunal y de un organismo de regulación como era la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.

Más adelante, Sogecable adquiere el control total de Audiovisual Sport. Este control fue concedido, ya que hubo un previo informe del TDC favorable y bajo la autorización del Consejo de Ministros. Tras esta adquisición, según el TDC, los mercados más relevantes eran la reventa de los derechos de retransmisión de los partidos de fútbol de la Liga y la Copa del Rey, y la explotación de las imágenes de retransmisiones futbolísticas en Internet y otros medios como los móviles. Con todo esto lo que se buscaba era un nivel de competencia efectivo en el mercado y un reforzamiento de la posición dominante.

Con el panorama que se encontraba en España en ese momento, el TDC decide proponer una serie de reformas en la regulación de la explotación de los derechos de retransmisión, así como en la duración de los contratos, proponiendo una menor duración de los contratos que se establecían hasta entonces. De esta forma, el Consejo de Ministros decide imponer una serie de normas con el fin de mantener una competencia saludable en el mercado de las televisiones de pago. Algunas de estas normas fueron permitir el acceso a otras empresas a poder negociar el acceso, hacerse con retransmisiones de la Liga y la Copa, que la comercialización y concesión de los derechos de retransmisión se hiciese de manera legal, objetiva y sin tratos discriminatorios, o que la duración de los contratos que hacía Sogecable no durase más de tres temporadas, incluyendo prórrogas, opciones y derechos de tanteo o retracto.

2.2.6. Año 2006: guerra del fútbol entre el Grupo PRISA y Mediapro

En esta segunda guerra del fútbol entra en juego la empresa Mediaproducción S.L (Mediapro), ya que, al poco tiempo de su creación, se introdujo en el mercado deportivo irrumpiendo en la adquisición de los derechos audiovisuales de fútbol. El grupo Mediapro, junto a Gala, controlaban la cadena La Sexta, la cual retransmitía en abierto.

A tenor de lo mencionado anteriormente en la fusión de las cadenas digitales, los contratos establecidos por Audiovisual Sport/Sogecable con los equipos de fútbol, finalizaban en la temporada 2005/06. Fue aquí cuando Mediapro aprovechó y se hizo con los derechos de retransmisión de varios equipos de Primera División, lo que haría romper el monopolio que hasta entonces poseía Audiovisual Sport. De este modo, en este mismo

año 2006, se llevó a cabo el acuerdo Audiovisual Sport III en julio de 2006, un mes antes de que comenzara la temporada. Este asunto, Sogecable/Audiovisual Sport (conocido como Audiovisual Sport III) estaba suscrito por Sogecable, Mediapro y TVC (Televisión de Cataluña).

En este acuerdo, Sogecable adquiriría el control de Audiovisual Sport, ya que pasaría a tener el 75% del accionariado, mientras que el 25% restante sería comprado por Mediapro (este 25% lo obtenía de comprar un 20% del accionariado a TVC, que salía del capital social de este modo, y un 5% a Sogecable). De esta forma se modificaron también los estatutos para que, con un 75% de las acciones, se pudiera obtener el control absoluto en la toma de decisiones y se perdería el derecho a veto en la toma de decisiones que poseía hasta entonces TVC.

Por otro lado, Mediapro cedió sus derechos de retransmisión de fútbol a Sogecable, derechos que acababa de obtener del Real Zaragoza, FC Barcelona, Racing de Santander, Athletic Club de Bilbao y Real Sociedad. Así, se aseguraba que los derechos de retransmisión de fútbol eran explotados mediante Audiovisual Sport.

Otra de las acciones fue ceder todos los derechos en exclusiva a Mediapro durante la temporada 2006/07 para su comercialización en abierto. De esta manera, los derechos de retransmisión en cada jornada quedarían de forma que se retransmitiría un partido en abierto, otro mediante pago (emitido por Sogecable) y el resto de partidos pasarían a emitirse mediante la modalidad de PPV. Así, Mediapro solo podría retransmitir un encuentro en abierto de Primera División y los resúmenes de cada partido. Esta tampoco tendría derecho a comercializar con las retransmisiones de los partidos a través de Internet ni móviles.

Todos estos derechos quedarían regulados por la Ley 21/1997, de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos, y los horarios establecidos entre Audiovisual Sport y FORTA. La última acción que se realizó fue el pacto de no competencia por la adquisición de los derechos de retransmisión de la Liga entre Sogecable, Mediapro y Audiovisual Sport.

Por tanto, Mediapro adquirió más derechos de retransmisión al margen de Audiovisual Sport. Una vez firmado el acuerdo de julio del 2006, se realizaron una serie de incidencias que saltaban por alto el acuerdo que se acababa de firmar. Mediapro ya poseía los derechos de cinco clubes y se hacía con el derecho de otros cinco al margen de Audiovisual Sport. De esta forma se incumplía el contrato firmado y Mediapro contaba con el derecho de diez clubes de fútbol, alterando de esta manera el acuerdo de no competencia establecido.

Tras la obtención de estos diez contratos, Sogecable pensó que Mediapro cedería todos estos derechos a Audiovisual Sport, ya que era lo que se había establecido en el contrato de Audiovisual Sport III, pero esto no fue así y Mediapro continuó estableciendo contratos al margen de Audiovisual Sport, de modo que, en la temporada 2009/10, ya contaba con los derechos de 37 equipos de Primera y Segunda División. Se trataba de un dato bastante significativo, ya que todos los equipos de Primera y Segunda División sumaban un total de 42 equipos y este ya se había hecho con un total de 37.

Mediapro comenzó a negociar estos derechos con el fin de emitirlos en abierto mediante diversos operadores. Estas emisiones se basarían en un partido de Primera más

un resumen del partido para La Sexta. Este mismo partido que emitiría La Sexta sería también concedido a las televisiones valenciana y catalana, y varios partidos de Segunda División a FORTA.

Por otro lado, había otro motivo por el cual se ponía en duda que el pacto Audiovisual Sport III se pudiese llevar a cabo, ya que a pesar de las acciones que estaba llevando a cabo Mediapro, el TDC puso en duda también que se pudiese realizar dicho acuerdo. De esta forma, Sogecable alegó al TDC que los derechos con los que se había hecho Mediapro acabarían siendo cedidos a Audiovisual Sport.

A pesar de todo lo mencionado anteriormente, el TDC acabó emitiendo un informe, en el que se aprobaría el Acuerdo en el Consejo de Ministros el 23 de marzo de 2007. Todos estos acuerdos estaban establecidos para la temporada 2008/09, aunque se podría prolongar si estos eran realizados de forma correcta y el control de la mayoría de estos derechos perteneciese a Sogecable y Audiovisual Sport.

Así se originó el conflicto entre Sogecable y Mediapro, ya que el acuerdo establecido en julio del 2006 se basaba principalmente en la emisión de los derechos futbolísticos en la temporada correspondiente a ese año hasta la temporada 2008/09, con independencia de quien fuera el titular de esos derechos. Indistintamente de que los derechos pertenecieran a Mediapro o Audiovisual Sport. Audiovisual Sport se comprometía a comprar los derechos de los equipos que faltasen y a la renovación de los acuerdos. Pero Mediapro se adelantó y negoció los derechos de 39 clubes a espaldas de Audiovisual Sport, de forma que Mediapro no cedería ningún derecho a Audiovisual Sport. Como consecuencia, Sogecable perdería su posición dominante y pasaría a ocuparla Mediapro.

Debido a este cambio, Mediapro y Sogecable comenzaron a tener varios juicios. Mediapro planteó renunciar a entrar a formar parte de Audiovisual Sport. Esto daría lugar a que Audiovisual Sport ya no sería una plataforma en la cual se concentraran todos los derechos audiovisuales, ya que ahora existía otro operador en el mercado independiente que comercializaría con los derechos de retransmisión de los clubes externo a Audiovisual Sport. Además, Mediapro contaba con la mayoría de los derechos de los clubes. Se consideraba también que el acuerdo establecido en julio del 2006 no había entrado en vigor, por lo que los derechos que poseía Mediapro no tenían que ser cedidos a Audiovisual Sport.

Por todo ello, Audiovisual Sport demandó a Mediapro por no cumplir con lo establecido en el contrato de Audiovisual Sport III, en el que este se encargaría de explotar los derechos desde la temporada 2006 hasta la temporada 2008/09 como se llevaba haciendo hasta entonces. Además, Mediapro estaba realizando varios acuerdos con los clubes usando el nombre de Audiovisual Sport, produciéndose una vulneración e imponiendo cuantías económicas desorbitadas que no correspondían con la realidad del mercado.

Así, se condenó a Mediapro a entregar a Audiovisual Sport los derechos de retransmisión que había pactado con los diversos clubes de Primera y Segunda División. También se le condenó a pagar a Audiovisual Sport 97,2 millones de euros (62,1 millones en concepto de facturas atrasadas o pendientes de pago y 35,1 en daños y perjuicios provocados por el incumplimiento del contrato firmado). Al final, la cifra se elevó a los 100 millones de euros, ya que se le sumó los intereses.

Tras la sentencia establecida, Mediapro dictaminó que no podía hacer frente a tal pago, lo que pondría fin a la segunda guerra del fútbol.

Por tanto, dos años más tarde, tras varios encontronazos, se llegó a un acuerdo entre ambas partes. Para llegar a este acuerdo, el Grupo PRISA debería retirar la demanda interpuesta a Mediapro y esta, entregar la posesión de los derechos de los clubes a Audiovisual Sport, para que Audiovisual Sport volviera a tener de nuevo la exclusividad de los derechos y volver a tener en exclusiva los partidos de los domingos. Se mantendría el partido de los sábados en abierto, mientras que el reto sería retransmitido en PPV.

Al igual que en la primera guerra del fútbol, los numerosos medios de comunicación se hicieron eco del conflicto que estaba atravesando el fútbol en ese momento y la repercusión que estaba teniendo a nivel social. Por ello, existen varios ejemplos a los que se harán alusión a continuación.

Dentro del mundo televisivo, los programas de La Sexta, en especial “Minuto y Resultado”, presentado por D. Patxi Álvarez, no se cansaron de repetir el eslogan “¡Fútbol gratis, en La Sexta!”, prometiendo que emitirían partidos de fútbol en abierto, al contrario que Digital +, que era un canal de pago. El canal La Sexta estaba gestionado por Mediapro, por lo que no paró de defender los intereses de este grupo desde sus programas.

Los informativos del canal de televisión del Grupo PRISA (canal Cuatro), encabezados por D. Iñaki Gabilondo y D. Manuel Carreño, aseguraron que la justicia estaba del lado de Sogecable y no del de Mediapro. Además, consideraron un engaño el lema del “Fútbol gratis”. En palabras del Sr. Carreño (2007, canal CUATRO), “el fútbol no es, ni será gratis, sean de quien sean los derechos”.

Dentro de los medios de prensa, el Marca se posicionó al lado de Mediapro y se declaró en contra del Grupo PRISA. De esta forma, el diario más leído de España, que era dirigido por D. Eduardo Inda (2007, el Marca), a pesar de pertenecer a una empresa que se encontraba al margen del conflicto, publicó el titular “iba a ser gratis y nos lo quieren cobrar”. Esto podía ser influido por las buenas relaciones que el Sr. Inda tenía con directivos de La Sexta, como el Sr. García Ferreras. Relaciones que quedaron constatadas cuando Mediapro, más adelante, puso en marcha la cadena de televisión Marca TV.

2.2.7. Año 2008-2012: Gol TV y el acuerdo entre el Grupo PRISA y Mediapro

Debido a este panorama, surge en el año 2008 el canal Gol Televisión (Gol TV)⁶. Se trata del primer canal de la Televisión Digital Terrestre (TDT)⁷ que comenzó a funcionar en la modalidad de pago, propiedad de Mediapro. Este canal se creó cuando comenzó a hacerse con los derechos de retransmisión de los diversos clubes de La Liga. Al final, consiguió emitir por primera vez en septiembre del 2008, y tan solo un año más tarde, Sogecable ya se lanzaba como competencia directa a través del Canal + Liga, emitiendo los mismos partidos que Gol TV.

⁶ Canal dedicado única y exclusivamente al deporte y en especial a la modalidad futbolística.

⁷ TDT (Televisión Digital Terrestre), surgió en el año 1999, con la finalidad de obtener más canales con una mejor calidad de imagen y sonido. Este nuevo modelo de televisión, se basaría en aplicar la tecnología digital a la señal de televisión, de esta forma poder retransmitir sin necesidad de cables o satélite.

Finalmente, en 2012, el Grupo PRISA y Mediapro llegaban a un acuerdo con el fin de crear una alianza entre ambos grupos, ya que se encontraban ante la posibilidad de no poder emitir ningún partido en la temporada siguiente. Tras varias reuniones, se acabó firmando un acuerdo para las tres próximas temporadas, que acabarían en la temporada 2014/2015, de modo que ambos grupos explotarían los derechos de Primera y Segunda División de manera conjunta. Los canales encargados de retransmitir estos encuentros serían, Gol TV, canal de Mediapro y, por otro lado, Canal+, perteneciente al Grupo PRISA, mediante el Canal +1 y Canal + Liga.

Como consecuencia de este acuerdo, el partido que tenía que ser retransmitido en abierto pasaba a ser emitido los lunes por La Sexta (Mediapro). De esta forma, no se alteraría ningún reglamento de la Ley 7/2010 creada anteriormente, en la que se establecía la obligación de emitir un partido en abierto cada jornada.

Ya en la temporada 2013/14 el canal Cuatro de Mediaset (que surge de la fusión de Cuatro y Telecinco), fue quien se hizo con la retransmisión de los partidos en abierto los lunes y, en alguna ocasión, los viernes. Tanto Mediaset, como Mediapro, ambos propietarios de los derechos de retransmisión en abierto de la Liga española, alcanzaron un acuerdo tras buscar varios operadores que quisieran hacerse con estos derechos para emitir los encuentros en abierto. Además, La Sexta dejó de emitir los partidos en abierto, ya que se salió del grupo Mediapro para integrarse en el grupo Atresmedia.

Por otro lado, cabe destacar que los partidos en abierto cada vez iban perdiendo más interés. De esta manera, los operadores y los clubes querían acabar con esta medida de retransmitir un partido de cada jornada, ya que estos creían perder dinero con estos encuentros. Se trataba de partidos poco atractivos y su audiencia era cada vez más escasa al haber sido desplazada su emisión a los lunes o viernes.

2.2.8. Año 2015-Actualidad: los cambios que han sufrido las retransmisiones futbolísticas en esta última etapa

Desde el año 2015 hasta la actualidad, las retransmisiones se encuentran marcadas por varios acontecimientos.

En primer lugar, el viernes 1 de mayo de 2015, se publicó en el BOE, el Real Decreto 5/2015 de abril, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional, de manera que el Gobierno cambia la regulación que existía desde 1997 sobre el sistema de comercialización de los derechos de retransmisión televisiva del fútbol en España.

Desde 1997, cada club perteneciente a La Liga comercializaba sus derechos de forma individual entre los varios operarios que existían en el mercado. Sin embargo, el Gobierno consideró que este modelo no había dado su fruto, puesto que no había erradicado la crisis financiera que arrastraba el fútbol profesional. Además, se trataba de un modelo que había tenido bastantes problemas de gestión y que no había permitido acuerdos conjuntos entre clubes y los operadores en la comercialización de sus derechos. Por lo tanto, dada la situación que existía, los propios clubes de fútbol decidieron ponerse de acuerdo para elaborar un modelo de negociación conjunta en la venta de los derechos de retransmisión y la LFP. De esta forma, decidieron solicitar al Gobierno que regulase

la comercialización única de los derechos audiovisuales y su reparto en el fútbol profesional.

Y, en segundo lugar, y en paralelo a esta nueva regulación, el 23 de abril de 2015, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) aprobó la absorción de Canal+ por parte de Telefónica, a través de la compra del 56% del capital de la Sociedad Distribuidora de Televisión Digital, S.A., canal que pertenecía al Grupo PRISA. Esto se aprobó con varias condiciones, entre ellas se encuentra que Telefónica tenía que ofrecer acceso a sus competidores en condiciones que garantice la competencia. Por lo tanto, desde que Telefónica compró Canal+, los derechos de retransmisiones pertenecientes a cada club pasaron a encontrarse en manos de Mediapro y Telefónica hasta el vencimiento de estos.

De esta forma, en esta temporada 2015/16, ya se aplicarían los criterios establecidos por el RDL 5/2015. Posteriormente, el 10 de noviembre de 2015, se sacó a concurso la comercialización de los derechos de Primera y Segunda División y de la Copa del Rey para las temporadas desde la 2016/17 hasta la 2018/19. Y el 31 de diciembre de 2015 estaban adjudicados los derechos para su emisión para tres temporadas desde 2016/17 a 2018/19 por 2.650 millones de euros.

Así, desde el año 2015 hasta ahora, se han asentado las bases del nuevo modelo de comercialización de los derechos de retransmisión audiovisuales del fútbol en España. La oferta centraliza la negociación a través de lo establecido por el RDL 5/2015 en la LFP y la demanda se concentra en los diversos operadores de telecomunicaciones existentes en el mercado. Fundamentalmente en Telefónica a través de Movistar +, que concentra la oferta de canales Premium (Movistar TV y el anterior Canal+), y Mediapro.

De esta forma, Vodafone, Orange y Telecable⁸ han alcanzado varios acuerdos con Mediapro, en los cuales las tres temporadas se distribuirán dentro de los servicios de estas tres operadoras de televisión, mediante el canal beIN Sports LaLiga durante la temporada 2016/2017 hasta la temporada 2018/19. Así, Vodafone, Orange y Telecable ofrecerán a sus clientes un canal que dispondrá de ocho partidos de Liga de Primera y Segunda División cada jornada, incluyendo 18 partidos del Real Madrid y otros del FC Barcelona, además de un clásico entre ambos clubes y todos los partidos que se disputen en la Copa del Rey excluyendo la semifinal y la final de esta. Mientras, Mediapro emitirá a través de Gol TV y Telefónica a través de Movistar +.

De manera que, durante este segundo periodo, se ha podido dejar claro como el fin del monopolio y la entrada de un nuevo sistema oligopolista era cuestión de tiempo.

El fútbol ha suscitado un gran interés desde sus orígenes hasta la actualidad, interés que se ha ido incrementando de forma paulatina a lo largo de todo estos años, como se ha podido ver reflejado tanto a nivel económico (con movimientos de cifras desorbitadas), como en las decisiones tomadas por las diferentes operadoras que han ido integrándose en el mundo televisivo, puesto que la mayoría de ellas han decidido apostar por las retransmisiones futbolísticas, ya que hacerse con los derechos televisivos de los encuentros de La Liga generan un gran dominio en el mercado.

⁸ Es una operadora de cable con sede en el parque tecnológico de Gijón, Principado de Asturias. Es la marca utilizada por Telecable de Asturias, S.A.U., empresa principada integrante por la Sociedad Promotora de las Telecomunicaciones en Asturias.

Por ello, desde los comienzos de estas retransmisiones, estas empresas han poseído de una forma u otra una interdependencia entre ellas. Las distintas empresas que componen este mercado han mantenido un comportamiento colusivo, ya que, en varias ocasiones, han llegado a un acuerdo para actuar de forma conjunta, como ha sido en el pacto de Audiovisual Sport III o en la fusión digital, llegando a comportarse como un monopolio. Pero, por otro lado, también han adquirido comportamientos no colusivos, en el que las diferentes operadoras han competido entre sí, como se ha visto reflejado en las dos guerras del fútbol. De manera que a lo largo de todo este tiempo, las empresas han ido adoptando diferentes posiciones estratégicas. Según Corchuelo (2010), esto se deduce a una interdependencia estratégica, ya que la conducta de cada empresa va a depender de la conducta de sus rivales.

Así pues, aun habiéndose reducido las barreras de entrada que poseía el sistema de mercado monopolístico y convirtiéndose estas en barreras más flexibles, hay que destacar que las diferentes operadoras actuales siguen poseyendo dificultades a la hora de entrar a este mercado. Esto se debe a que una empresa que abastece gran parte del mercado, como puede ser Telefónica en la actualidad, posee el dominio de este a diferencia de una empresa pequeña. De esta forma, las empresas pequeñas no pueden competir. Es cierto que, pese a la competitividad existente dentro de ellas por hacerse con este tipo de retransmisiones, en determinadas situaciones se han llegado a unir para estabilizar el mercado, con el fin de reducir riesgos, así como para lograr una mejora en la inversión.

CAPÍTULO III:

ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DE LA INFLUENCIA DE LAS RETRANSMISIONES SOBRE EL FÚTBOL PROFESIONAL

Una vez concluida la primera parte del trabajo, gracias a las referencias históricas sobre la evolución de las retransmisiones televisivas del fútbol profesional español, y tras el estudio de este deporte no sólo como un fenómeno deportivo, se hará un análisis detallado sobre la continua evolución económica-financiera de los clubes y de cómo han influido estas retransmisiones en ellos.

Dentro de este análisis económico-financiero se examinarán tanto los ingresos que componen el fútbol profesional como sus gastos. Una vez investigado sobre estas dos modalidades, se concluirá este capítulo con un análisis sobre los beneficios obtenidos a lo largo de las cinco temporadas de estudio, de forma que se podrá ver las variaciones que han surgido en estas debido al comportamiento de los diversos ingresos y gastos que han compuesto los clubes y las sociedades anónimas desde la temporada 2011/12 hasta la temporada 2015/16 y cómo las retransmisiones han interferido en dichas variaciones.

3.1. CRECIMIENTO DEL NEGOCIO EN EL FÚTBOL PROFESIONAL

En este primer apartado se analizará cómo y de dónde se obtienen los ingresos de los clubes y su evolución, ya que conocemos que sus principales fuentes de financiación no se obtienen únicamente de los ingresos derivados del fútbol como deporte, sino que, muchos de estos ingresos, también provienen de otras fuentes.

En la primera parte se estudiará la evolución de los ingresos durante cinco temporadas. Se analizará la evolución de los ingresos totales que ha obtenido La Liga durante cada temporada, de la misma forma que se hará de las dos categorías que la forman (Primera y Segunda División).

En la segunda parte se pasará a conocer las diferentes fuentes que componen los ingresos, así como la influencia que ocupa cada una de ellas tanto en La Liga como en sus respectivas categorías. Dentro de ese apartado, destacaremos las cuatro fuentes principales de financiación que componen La Liga.

Una vez realizado el estudio sobre la influencia que han ejercido estas últimas fuentes, se concluirá este capítulo con una comparativa entre todas las fuentes de ingresos que componen ambas categorías en la última temporada de estudio, con el fin de obtener cuáles de ellas son más relevantes dependiendo de la categoría en la que se encuentren y por qué.

Por tanto, el principal objetivo de este primer bloque se centrará en realzar la importancia que tienen algunas fuentes de financiación, como es el caso de las retransmisiones, y cómo estas han influido en la evolución de los ingresos en estos cinco campeonatos de Liga.

Los datos utilizados a lo largo de este estudio se relacionan con las temporadas entre la 2011/12 y la 2015/16. No será objeto de estudio ningún dato económico de la última temporada (2016/17), ya que los datos de esta última fueron publicados en febrero de 2018 (momento en el que estaba elaborando este apartado) de manera que, por entonces, carecía de información suficiente para poder obtener los objetivos replanteados en este análisis.

3.1.1. Evolución de los ingresos totales que componen La Liga (Primera y Segunda División)

A lo largo de este análisis económico-financiero utilizaremos como referencia comparativa dos tipos de fórmulas, las cuales serán empleadas durante los tres bloques que componen este tercer capítulo.

La primera fórmula, denominada variación porcentual (VP) será utilizada para describir la relación entre un valor pasado y uno presente. De manera más específica, la variación porcentual representa la diferencia entre un valor pasado y uno presente en términos de un porcentaje del valor pasado. La fórmula que se ha utilizado ha sido:

$$VP = \left[\left(\frac{\text{Valor } n}{\text{Valor } o} \right) - 1 \right] \times 100$$

donde Valor o es el valor pasado o inicial y Valor n es el valor presente o final.

La otra fuente de medida que se ha empleado dentro de este análisis económico ha sido la tasa anual de crecimiento compuesto (TACC), que se expresa en porcentaje al igual que la anterior. Esta es utilizada principalmente para comparar el crecimiento de varias inversiones, especialmente para describir el crecimiento sobre un periodo de tiempo en algunos elementos de negocio. Se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$TACC(\%) = \left[\left(\frac{\text{Valor } n}{\text{Valor } o} \right)^{\frac{1}{N}} - 1 \right] \times 100$$

donde Valor o es el valor pasado o inicial, Valor n es el valor presente o final y N es el número de años transcurridos desde el valor inicial hasta el valor final.

Una vez hecha referencia a las dos fuentes de medidas que serán utilizadas a lo largo del estudio con el fin de lograr una mejor comparación y, por tanto, un mayor entendimiento entre los diferentes datos obtenidos, pasaremos a analizar la evolución del conjunto de ingresos obtenidos en La Liga.

Este estudio comienza en la temporada 2011/2012 con unos ingresos de 1.968,2 y 128,8 millones de euros para La Liga Santander (Primera División) y La Liga 1/2/3 (Segunda División) respectivamente, lo que hace un total de 2.097 millones de euros. Como veremos, estas cifras se incrementarán paulatinamente conforme avancen las siguientes temporadas. En la segunda temporada de estudio (temporada 2012/2013), los ingresos correspondientes a La Liga Santander son de 2.083,2 millones de euros y para La Liga 1/2/3 de 152,6 millones de euros, que supone un total de ingresos para La Liga de 2.235,8 millones de euros. Se aprecia que, en esta temporada, se produce un aumento en la variación anual del 6,60% respecto a la anterior temporada. En la temporada siguiente (temporada 2013/2014), los ingresos siguen aumentando hasta llegar a los 2.185,8 millones de euros para La Liga Santander y 157,9 millones de euros para La Liga 1/2/3, con un total de 2.343,7 millones de euros que supone un incremento en la variación anual del 4,80%, algo menor que la temporada pasada. Para la temporada 2014/2015 los datos de ingresos totales de La Liga son de 2.617,3 millones de euros, desglosando 2.418,9 millones de euros en La Liga Santander y 198,4 millones de euros para La Liga 1/2/3. En esta temporada se produce una gran evolución en el incremento de la variación anual, que es de un 11,70%, debido en gran parte a la comercialización de camisetas y ropa deportiva. En la última temporada de estudio (temporada 2015/2016), los ingresos totales que obtiene La Liga son de 3.034 millones de euros, repartidos en 2.806,3 millones de euros en La Liga Santander y 227,7 millones de euros en La Liga 1/2/3. En esta temporada la cantidad ingresada supera todas las expectativas previstas, rebasando la cifra de los 3.000 millones de euros en comparación con las anteriores temporadas en estudio. Todo esto produce una fuerte subida en la variación anual de un 15,90%, a consecuencia de los ingresos provenientes de las retransmisiones de La Liga, ya que, dentro de los ingresos, en esta temporada la partida más significativa es esta, la de las retransmisiones.

Haciendo una visión más global sobre los datos obtenidos, los ingresos de La Liga han aumentado en 937 millones de euros entre las temporadas 2011/12 y 2015/16. Este incremento de ingresos tras cinco temporadas supone un TACC de 9,70% y una variación porcentual de 44,7%, lo que muestra un fuerte crecimiento de ingresos. La Liga Santander, a su vez, mantiene unas cifras similares a las de La Liga. Tras cuatro años, sus ingresos han aumentado 838,1 millones de euros, lo que ha supuesto un TACC de 9,30% y una variación porcentual de 42,60%. Esto muestra el buen ritmo que están llevando hasta ahora los clubes y sociedades anónimas que componen la Primera División. Mientras que La Liga 1/2/3 ha logrado aumentar sus ingresos en 98,9 millones de euros con respecto a la temporada 2011/12, lo que ha dado lugar a un TACC de 15,30% y una variación porcentual de 76,80%. Esta última categoría ha sufrido un incremento bastante más notable con respecto a La Liga Santander, de manera que La Liga 1/2/3 ha

evolucionado de forma más visible. Es cierto que, en esta Segunda División, las cifras son más moderadas que las de la Primera División, pero el incremento producido en estos últimos cuatro años demuestra el éxito que está soportando, lo que puede originar de cara a un futuro un cambio de tendencias y provocar de esta forma dos categorías más competitivas y, por tanto, más atractivas de cara a la sociedad, permitiendo de esta manera una mayor estabilidad financiera para los clubes y sociedades anónimas que componen cada una de las categorías.

Tabla 3. 1: La Liga, La Liga Santander y La Liga 1/2/3 · Evolución de los ingresos totales (en millones de euros)

	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	TACC % (4 años)	VP % (4 años)
La Liga Santander	1.968,2	2.083,2	2.185,8	2.418,9	2.806,3	9,30%	42,60%
La Liga 1/2/3	128,8	152,6	157,9	198,4	227,7	15,30%	76,80%
La Liga	2.097	2.235,8	2.343,7	2.617,3	3.034	9,70%	44,70%
V. Anual %		6,60%	4,80%	11,70%	15,90%		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de La Liga (2016)

En definitiva, la obtención de unos mayores ingresos por parte de ambas categorías (La Liga Santander y La Liga 1/2/3) ha sido excelente, no solo por el evidente crecimiento que se ha dado en esta última temporada respecto a la anterior, sino, por el aumento producido desde hace cinco temporadas.

Estos resultados evidencian el favorable momento por el que está pasando el fútbol profesional español y, por tanto, la creciente importancia que el mismo está adquiriendo de cara a la sociedad.

3.1.2. Las principales fuentes de ingresos que componen el fútbol profesional y sus evoluciones en La Liga (Primera y Segunda División)

Según La Liga (2016), las principales fuentes que componen los ingresos en el fútbol profesional español son: las retransmisiones, el *match day*, los derechos de comercialización, la publicidad, los traspasos de jugadores y otros ingresos. Para ello, se comenzará haciendo una breve explicación de lo que son cada una de ellos y de qué manera estas generan ingresos a La Liga.

- **Retransmisiones:** se trata de la principal fuente de ingresos. Desde el año 1956, los partidos de fútbol han sido retransmitidos mediante televisión⁹. Desde entonces, el fútbol ha ido adquiriendo cada vez un papel más importante en el mundo televisivo. La lucha por hacerse con los derechos de retransmisión de estos encuentros ha ido incrementando la competitividad entre las diversas plataformas existentes, lo que ha producido también un

⁹ Los encuentros futbolísticos también han sido retransmitidos a través de la radio, incluso antes de que lo hiciese la televisión, pero, en este caso, nos centraremos solo en las retransmisiones televisivas, ya que se trata del principal objeto de estudio.

incremento desorbitado de ingresos, tanto para las operadoras que se hacen con estas retransmisiones, como para los clubes que los ceden.

- **Match day¹⁰**: constituye uno de principales fuente de ingresos para los clubes de fútbol, se trata de una de las mejores formas de conseguir financiación para el club. Estos ingresos son obtenidos mediante la venta de entradas para ver los partidos en el campo, en especial los del campeonato de Liga, a pesar de que el precio de estas entradas sea más moderado que en otras competiciones futbolísticas, como puede ser la Copa del Rey o la Copa de Europa. Los equipos con mayores ingresos obtenidos, de esta manera son el Real Madrid, el FC Barcelona y el Atlético de Madrid. El resto de equipos, que obtienen menores ingresos por este concepto, buscan otras iniciativas de incentivación a través del mundo media o mediante mecanismos de reducción de precios de las localidades o abonos.
- **Derechos de comercialización**: también conocido como “merchandising”. Este negocio engloba todos los elementos publicitarios y comercializables de un equipo. La principal fuente de ingresos que obtiene un equipo con este negocio proviene de la venta de camisetas y ropa deportiva. En gran parte este negocio depende de la magnitud del club o de la sociedad deportiva. Dependiendo de su magnitud, podrá disponer de más tiendas oficiales y, sobre todo, optar a poder ubicarlas en zonas con mayor afluencia turísticas. Cabe destacar que los equipos que más camisetas venden son el R. Madrid y el FC Barcelona. En estas últimas temporadas, son los dos equipos con mayores ingresos obtenidos a través de este negocio, puesto que, los jugadores que pertenecen a estos equipos son los jugadores que más camisetas venden del mundo en el panorama futbolístico.
- **Publicidad**: este término hace referencia a la publicidad que se encuentra en los estadios, entre la que se incluye la publicidad en las camisetas, la publicidad estática en el campo y la publicidad emitida por el speaker oficial del club. Se trata, pues, de aquella publicidad que se puede ver o escuchar en el transcurso de un partido, si bien es la parte que menos ingresos generan los clubes dentro de las cuatro partidas más estables que mantiene La Liga.
- **Traspaso de jugadores**: se hace referencia al paso de un jugador de un club a otro club de manera que este último se hace con todos los derechos para jugar del deportista. En esta operación de cambio de club, se suele indemnizar al club de procedencia del jugador. En estos últimos cuatro años, se ha producido un incremento progresivo de los ingresos en este negocio, aunque cabe mencionar que, en esta última temporada, el porcentaje de traspasos ha disminuido en la Primera División, mientras que, en Segunda División, el porcentaje de ingresos por traspaso ha continuado creciendo.
- **Otros ingresos**: esta fuente de ingresos incluye el resto de importes. Se trata de actividades no incluidas en las fuentes de negocios mencionadas anteriormente, las cuales, son agrupadas en esta partida. Se trata de diversas actividades como: museos de algunos clubes, visitas a los estadios, actividades de restauración, subvenciones y otros cobros.

¹⁰ O lo que es lo mismo en español “día del partido”. En España esta partida es conocida como los ingresos obtenidos por ventas de entradas. A partir de aquí en adelante a la hora de referirse a este tipo de ingresos será utilizada esta terminología (*Match day*), ya que este término se ha acuñado a nivel internacional desde hace ya un tiempo sustituyendo de esta forma a lo ya mencionado anteriormente por “venta de entradas”.

Una vez definidas todas las partidas que componen los ingresos de La Liga, se pasará a analizar de manera cuantitativa cómo estas han repercutido en La Liga y en sus dos categorías. Para ello, se comenzará analizando las dos partidas menos significativas en el panorama económico-financiero del fútbol (traspasos y otros ingresos), pasando posteriormente a analizar el resto de partidas que componen el INCN (importe neto de la cifra de negocios) del fútbol profesional.

La fuente de ingresos por traspasos recoge el resultado logrado por los clubes en las operaciones realizadas con derechos federativos de los jugadores y los derechos económicos derivados de estos. De manera que, en la primera temporada de estudio, la 2011/12, esta partida mantiene unos ingresos de 125 y 14,5 millones de euros para La Liga Santander y La Liga 1/2/3 respectivamente, lo que hace un total de 139,5 millones de euros. Se verá cómo estas cifras van aumentando paulatinamente hasta la última temporada de estudio, en la que se producirá un cambio de tendencia. En la segunda temporada de estudio, temporada 2012/13, los ingresos correspondientes a La Liga Santander son de 197,3 millones de euros y para La Liga 1/2/3 de 26 millones de euros, que supone un total de ingresos para La Liga de 223,4 millones de euros. En esta temporada se produce un gran aumento de los ingresos de manera que queda reflejado en la variación anual con un 60,14%. Se trata de la variación anual más alta producida en esta partida a lo largo de este estudio, lo que quiere decir que, en esta temporada, esta rúbrica poseía una gran importancia como fuente de ingresos para La Liga. En la siguiente temporada 2013/14, los ingresos siguen aumentando en La Liga Santander anotando un total de 244,7 millones de euros, mientras que La Liga 1/2/3 sufre un pequeño descenso ingresando en esta temporada 23,6 millones de euros, dando un total a La Liga de 268,3 millones de euros, lo que produce una disminución en la variación anual situando a esta en un 20,09%. Se ha destacar que, aun habiendo incrementado el volumen de sus ingresos totales, la variación anual disminuya respecto al año anterior. Esto quiere decir que, en esta temporada, los ingresos por traspasos aumentaron, pero de manera más débil. Para la temporada 2014/15, los datos de los ingresos siguen la misma tendencia que en la temporada anterior, incrementando los ingresos en La Liga Santander hasta los 337,4 millones de euros y disminuyendo, por el contrario, los ingresos en La Liga 1/2/3 con un total de 11,4 millones de euros, dando lugar a 348,8 millones de euros para La Liga. Temporada en la que se vuelve a producir un aumento en la variación anual con un 30,00%. En la última temporada de estudio, la 2015/16, los ingresos totales que obtiene La Liga disminuyen y se sitúan en los 278,3 millones de euros, produciéndose un cambio en la línea que se llevaba hasta ahora. Se reducen los ingresos totales obtenidos en La Liga Santander registrando un total de 261,9 millones de euros, a diferencia de La Liga 1/2/3, que aumenta sus ingresos hasta alcanzar los 16,5 millones de euros. Estas variaciones producidas en la última temporada han ocasionado una disminución en la variación anual (-20,21%). Varios estudios estiman que, con el tiempo, esta partida perderá cada vez más importancia en cuanto al peso relativo que ocupa en los ingresos totales de La Liga (dato que ya se ha visto reflejado en la última temporada de estudio).

De manera que, haciendo un análisis global de los traspasos, el aumento de ingresos desde la primera temporada de estudio hasta la última es de 138,8 millones de euros, crecimiento que ha producido un TACC de 18,80% y una variación porcentual de 99,50%. Hay que Destacar que, dentro del total de ingresos obtenidos por traspasos en La Liga, el 94,1% son conseguidos por la Primera División, lo que le proporciona unos valores de 20,30% en el TACC y de 109,40% en la variación porcentual, a diferencia de La Liga 1/2/3 con una evolución en el TACC de 3,30% y en la variación porcentual de 13,70%. De esta forma, se puede deducir que el importe de las operaciones por traspasos

de jugadores es mucho mayor en La Liga Santander, mientras que La Liga 1/2/3, lo que está haciendo es un mayor esfuerzo por generar otro tipo de ingresos. Se espera que, una vez que se realice el saneamiento financiero de los clubes, como ya ha pasado en esta última temporada de estudio, esta partida acabe disminuyendo de forma gradual dentro de los ingresos permanentes de La Liga, pudiendo llegar a ocupar una parte ínfima dentro de estos.

Tabla 3. 2: La Liga, La Liga Santander y La Liga 1/2/3 · Evolución de los ingresos totales (en millones de euros)

INGRESOS TRASPASOS	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	TACC % (4 años)	VP % (4 años)
La Liga Santander	125	197,3	244,7	337,4	261,9	20,30%	109,40%
La Liga 1/2/3	14,5	26	23,6	11,4	16,5	3,30%	13,70%
La Liga	139,5	223,4	268,3	348,8	278,3	18,80%	99,50%
V. Anual %		60,14%	20,09%	30%	-20,21%		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de La Liga (2016)

La partida otros ingresos supone, para la temporada 2011/12, unos ingresos totales en La Liga de 137,9 millones de euros, segregados en 118,8 millones de euros en La Liga Santander y 19,1 millones de euros en La Liga 1/2/3. En la temporada 2012/13, La Liga Santander sufre una disminución respecto a la temporada anterior, ingresando 92,2 millones de euros, a diferencia de La Liga 1/2/3, que aumenta generando unos ingresos de 28,1 millones de euros, dando un total a La Liga de 120,3 millones de euros. En esta temporada se produce una considerable bajada en los ingresos totales respecto al año anterior, dato que se encuentra reflejado en la variación anual con un -12.76%. El motivo de este resultado negativo se debe principalmente a una mala gestión realizada por los clubes en relación con sus actividades extradeportivas (visitas al campo, museos del equipo...) y a una menor concesión de subvenciones. En la siguiente temporada, la (2013/14), los ingresos correspondientes a La Liga Santander son de 119,9 millones de euros y para La Liga 1/2/3 de 20,2 millones de euros, que suponen un total de ingresos para La Liga de 132 millones de euros. En esta temporada se produce un incremento de los ingresos en ambas categorías, subidas que producen que la variación anual incremente hasta registrar un 9,72%. Para la temporada 2014/15, los ingresos totales son de 198,4 millones de euros, desglosados en 143,3 millones de euros en La Liga Santander y 55,1 millones de euros en La Liga 1/2/3. En esta temporada, la variación anual es de 50,30%, lo que significa que se ha producido un considerable incremento respecto al año anterior debido principalmente a las subvenciones que reciben los clubes en esta temporada. En la última temporada de estudio, los ingresos totales que obtiene La Liga son de 199,1 millones de euros, repartidos en 150,9 millones de euros en La Liga Santander y 48,2 millones de euros en La Liga 1/2/3. En esta temporada la cantidad ingresada es casi la misma que la ingresada en la temporada anterior, información que evidencia la variación anual con un 0,35%. Pese a que el crecimiento de la variación anual en La Liga 1/2/3 en esta temporada respecto al año anterior sea menor, cabe resaltar el continuo aumento de ingresos que ha mantenido esta categoría en las temporadas anteriores.

En cuanto a los TACC y las variaciones porcentuales experimentadas durante estos cuatro años, La Liga presenta un TACC de 9,60% y una variación porcentual de 44,40%, lo que muestra un continuo crecimiento en los ingresos de esta partida. La Liga Santander, al contrario de lo que sucedía en la partida anterior (Traspasos), muestra un TACC de 6,20% y una variación porcentual de 27% frente a un TACC de 26,10% y una variación porcentual de 152,80% en La Liga 1/2/3. Esto quiere decir que La Liga 1/2/3 apuesta con más fuerza sobre esta partida a diferencia de lo que sucedía en el caso anterior, puesto que, los porcentajes de su evolución son notablemente superiores a los obtenidos en la Primera División. Esto denota el esfuerzo realizado por los clubes que componen esta Segunda División en busca de otras fuentes de ingresos. Se debe destacar también que los ingresos obtenidos por La Liga Santander son mayores a los obtenidos por La Liga 1/2/3, pese a sus porcentajes evolutivos, la evolución de los ingresos es cada vez menor ya que, el incremento de ingresos año tras año es cada vez menor, lo que está ocasionando una pérdida de valor de la partida dentro de los ingresos totales que mantiene La Liga.

Tabla 3. 3: La Liga, La Liga Santander y La Liga 1/2/3 · Evolución de otros ingresos (en millones de euros)

OTROS INGRESOS	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	TACC % (4 años)	VP % (4 años)
La Liga Santander	118,8	92,2	119,9	143,3	150,9	6,20%	27%
La Liga 1/2/3	19,1	28,1	20,2	55,1	48,2	26,10%	152,80%
La Liga	137,9	120,3	132	198,4	199,1	9,60%	44,40%
V. Anual %		-12,76%	9,72%	50,30%	0,35%		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de La Liga (2016)

Por consiguiente, la evolución de estas partidas, pese a un continuo incremento de sus ingresos cada año, están perdiendo importancia en cuanto al peso relativo que estas ocupan en el total de ingresos que obtiene La Liga. El cambio económico-financiero que presenta La Liga en estos últimos años y, sobre todo, en la última temporada de estudio, pone de manifiesto cómo ambas partidas al comienzo del análisis ocupaban el 21% de la totalidad de ingresos de La Liga, disminuyendo esta cifra progresivamente hasta alcanzar en la última temporada de estudio un 16%, lo que demuestra una pérdida de importancia y dentro de La Liga y, por tanto, un mayor reforzamiento en las otras cuatro fuentes de ingresos.

Mientras, las partidas que componen el INCN (retransmisiones, *match day*, derechos de comercialización y publicidad), generan los ingresos más estables de los clubes. Se analizará de esta forma la influencia y evolución que tienen cada de ellas en La Liga y en sus dos categorías.

Las retransmisiones son la principal fuente del INCN. Desde la temporada 2011/12 hasta la temporada 2015/16, los ingresos obtenidos en esta partida han ido creciendo de forma paulatina, obteniendo en la primera temporada de este análisis 728,7 millones de euros, en la temporada 2012/13, 826,7 millones de euros, continuando con la temporada 2013/14 con 844,2 millones de euros, seguido de 854,5 millones de euros en

la temporada 2014/15 y, por último, 1.125,2 millones de euros en la temporada 2015/16. Si nos fijamos en el aumento de los ingresos que se produce en cada temporada se observa que, en esta última, se experimenta un mayor crecimiento. Es tal el crecimiento que, si se calcula la diferencia de ingresos que se crea desde la primera temporada de este análisis hasta la última, el resultado es de 396,5 millones de euros, de los cuales, 270,7 millones de euros son obtenidos en esta última temporada. Este incremento de ingresos tan notorio puede derivar de la recompra realizada por parte de La Liga a los clubes de fútbol para hacer posible la suscripción del nuevo acuerdo establecido de la venta conjunta de los derechos de retransmisión audiovisuales. De manera que la continua evolución de los ingresos a lo largo de estos cuatro años ha supuesto un TACC de 11,55 y una variación porcentual de 54,4%. Ambos representan los porcentajes más altos en cuanto al TACC y a la variación porcentual que se encuentran dentro de las partidas que componen el INCN. Sin duda, este negocio puede considerarse como el principal factor de crecimiento en el fútbol profesional español. Se estima que, gracias a la negociación llevada a cabo en el año 2015 sobre los derechos de retransmisión, se generaron de cara a la temporada 2016/2017 unos ingresos adicionales de 700 millones de euros más respecto a la temporada anterior. De la misma manera, varios estudios estiman que, dentro de seis temporadas, los ingresos provenientes de las retransmisiones habrán doblado sus importes. Cifras que deberían contribuir en un futuro a la obtención de una mejora de resultados en los ingresos de los clubes y, con ello, una mejora en el saneamiento patrimonial y financiero que llevaban hasta ahora.

Match day es la segunda fuente más importante dentro del INCN. Los ingresos generados en esta partida derivan del crecimiento y del éxito que promueve el fútbol cada año que pasa. Durante estos últimos años, el fútbol ha ido cambiando la gestión de sus negocios con la finalidad de promover una competición compuesta de equipos con economías más equitativas y provocar así una mayor competitividad entre ellos. Este cambio cada vez se está afianzando más, suscitando de esta manera un mayor interés en los aficionados y con él una mayor asistencia a los campos. Hay que destacar también que el continuo crecimiento del interés que experimenta este deporte en nuestro país, ha provocado una mayor asistencia de público al campo debido al aumento y creación de peñas de clubes, asociaciones deportivas... que consiguen reunir a un gran número de aficionados de un mismo club. De forma que el aumento de estos ingresos se ha visto incrementado con datos que consolidan los ingresos de La Liga, obteniendo para la temporada 2011/12, 599,3 millones de euros, 594,2 millones de euros para la temporada 2012/13, seguido de 623,3 millones de euros en la temporada 2013/14, continuando con la temporada 2014/15 con 625,7 millones de euros y, por último, en la temporada 2015/16 un total de ingresos de 769,7 millones de euros. Este continuo aumento en la recaudación de las taquillas ha generado unos resultados en el TACC y en la variación porcentual de 6,50% y 28,40% respectivamente.

La comercialización es la tercera partida más significativa dentro del INCN. En esta partida, a diferencia de lo que ocurría en las dos anteriores, los ingresos varían en cuanto a su evolución. En la temporada 2011/12 obtuvo un total de 407,1 millones de euros, mientras que en la temporada 2012/13 estos ingresos disminuyeron 19,2 millones de euros, dando un total de ingresos para este año de 387,9 millones de euros. Ya en la siguiente temporada los ingresos volvieron a incrementarse a 392 millones de euros, llegando en la temporada 2014/15 a un total de 506,3 millones de euros. Es en esta temporada donde se registra el incremento más grande en cuanto a las cinco temporadas que abarca el estudio. Este crecimiento tan notorio se produjo tras la aprobación del Real

Decreto de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales, lo que trajo consigo un incremento en las audiencias de La Liga y, como consecuencia de ello, una mayor repercusión en los patrocinios, lo que hizo que las cifras de ingresos en comercialización se disparasen a finales de esta temporada. Y así llegamos a la última temporada, la 2015/16, con unos ingresos de 561,2 millones de euros. El continuo aumento que han experimentado estos ingresos se encuentra plasmado en el TACC y en la variación porcentual anual con un 8,40% y un 37,90%, datos que muestran que, pese a tratarse de una partida que ingresa cifras menores al *match day*, su crecimiento está siendo más fuerte. Se espera de cara al futuro que esta partida vaya adquiriendo cada vez una mayor importancia, pudiendo llegar a superar de esta manera al *match day*.

Finalmente, la publicidad es la partida con menor importancia dentro del INCN. Esta partida posee los niveles más bajos de ingresos y su evolución a lo largo del estudio ha sido poco significativa, ya que sufre continuas variaciones. En la primera temporada de estudio muestra un total de ingresos de 84,5 millones de euros. En la siguiente temporada se produce un descenso en estos ingresos obteniendo un total de 83,2 millones de euros. Le sigue la temporada 2013/14 con un total de 83,9 millones de euros, cifra que destaca por no variar casi respecto al año anterior. En la temporada 2014/15 vuelven a descender estos ingresos registrándose un total de 83,5 millones de euros. En la última temporada de estudio 2015/16 es donde se produce el mayor aumento en los ingresos de esta partida, anotándose 100,4 millones de euros. El TACC obtenido en estos últimos 4 años ha sido de 4,40% y la variación porcentual de 18,80%. Se trata de los porcentajes más bajos en comparación con el resto de partidas que componen el INCN, pero es de esperar que, de cara a próximos ejercicios, los ingresos en publicidad incrementen de forma más considerable teniendo en cuenta que la proyección del fútbol tanto a nivel nacional como internacional cada vez es mayor y que la recuperación económica del país provocará una reacción positiva sobre todo en el ámbito publicitario.

En cuanto al total de INCN obtenidos en La Liga en estas últimas cinco temporadas de estudio, se ha registrado una subida en el TACC de +8,87% y un +40,40% en la variación porcentual, de manera que, si se analiza esta evolución respecto a cada una de las temporadas que abarca este análisis, se ve como en la primera temporada 2011/12 se registró un total de 1.819,6 millones de euros, seguidos de 1.892,1 millones de euros en la temporada 2012/13, con una subida en la variación anual de +3,90%. En la temporada 2013/14 se obtuvo un total de 1.934,4 millones de euros, produciéndose una disminución en la variación anual, que registra un +2,20%. Ya en la temporada 2014/15 la variación anual asciende a un +7,00% y sus ingresos son de 2.070,1 millones de euros. Ya en la última temporada de estudio (2015/16) se refleja la subida más fuerte con unos ingresos de 2.556,6 millones de euros y una variación porcentual de +23,50%. El notable crecimiento de ingresos producido en la temporada 2015/16 con respecto a la anterior, se ha generado principalmente en las retransmisiones y en el *match day*. Se trata de las partidas que actualmente más peso tienen a la hora de obtener ingresos en el fútbol profesional español. El peso que tiene estas dos fuentes de ingresos en el conjunto del INCN son el 42,63%, las retransmisiones, y el 31,26%, el *match day*, de forma que estos dos negocios han sustituido gran parte de los ingresos que proporcionaba la comercialización y los traspasos, ya que ambos fueron el motor de ingresos en otras temporadas anteriores, como afirma La Liga (2016).

Tabla 3. 4: La Liga · Evolución del INCN (en millones de euros)

INGRESOS	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	TACC % (4 años)	VP % (4 años)
Retransmisión	728,7	826,7	844,2	854,5	1.125,2	11,50%	54,40%
Match day	599,3	594,2	623,3	625,7	769,7	6,50%	28,40%
Comercialización	407,1	387,9	392	506,3	561,2	8,40%	37,90%
Publicidad	84,5	83,2	83,9	83,5	100,4	4,40%	18,80%
Total. INCN	1.819,6	1.892,1	1.934,4	2.070,1	2.556,6	8,87%	40,40%
V. Anual %		3,90%	2,20%	7%	23,50%		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de La Liga (2016)

A la hora de analizar los principales ingresos que componen la Primera División, las retransmisiones (principal fuente de ingresos dentro del INCN) reflejan en la primera temporada de estudio (2011/12) unos ingresos de 587,4 millones de euros. En la temporada 2012/13 obtuvo 775,4 millones de euros, aumento bastante considerable respecto a la temporada anterior. En la siguiente temporada, el resultado fue de un total de 784,1 millones de euros, continuando la evolución de estos ingresos con un total de 785 millones de euros en la temporada 2014/15. Así, llegamos a la última temporada del análisis (2015/16) con 1.021,9 millones de euros. Es en esta temporada donde esta partida sufre el aumento más notorio. Como se ha mencionado anteriormente, el aumento producido en esta última temporada puede deberse a la publicación del Real Decreto 5/2015 de venta conjunta, lo que ha producido unas mayores audiencias y, por tanto, unos mayores ingresos. De manera que la continua evolución de esta partida y, en especial, en la última temporada, se encuentra plasmada en los porcentajes que nos dejan el TACC y la variación porcentual, con un 10,40% y un 48,70% respectivamente, datos que, a su vez, indican que se trata de la partida con mayor crecimiento dentro de esta Primera División.

El *match day*, que es la segunda fuente de ingresos más significativa del INCN, presenta una continua variación en cuanto a la evolución de sus ingresos. En la temporada 2011/12 sus ingresos fueron de 570,2 millones de euros, ingresos que disminuyeron en la siguiente temporada en la que se obtuvo un total de 566,7 millones de euros. Ya en la temporada 2013/14 los ingresos vuelven a sufrir un cambio de tendencia, ingresando en este año un total de 591 millones de euros, importe que rápido se vería disminuido otra vez en la siguiente temporada, en la que se alcanzó un total de 587,3 millones de euros. Cabe resaltar que, durante estas temporadas, las variaciones que sufrían estos ingresos eran poco significativas. Y así, llegamos a la última temporada, donde los ingresos de esta partida sufren un destacado aumento respecto a las temporadas anteriores al ingresarse 739 millones de euros. Estos continuos cambios que se han originado durante estos cuatro años se han producido en función de los éxitos que han tenido los veinte equipos que componen esta categoría, ya que no todos los partidos suscitan el mismo interés. Pero, desde la entrada de la nueva ley 05/2015, se está creando una competición más competitiva, provocando cada vez más interés en los partidos y, de ahí, el notable aumento de asistencia al campo producido en esta última temporada (2015/16). Resultados que han dado lugar a un TACC de 6,70% y una variación porcentual de 29,60%, cifras que muestran un continuo crecimiento, pero, por el contrario, su crecimiento está siendo mucho menor al que está experimentando las retransmisiones.

La comercialización sigue la misma tónica que los ingresos obtenidos por esta misma partida en La Liga. En la temporada 2011/12 se obtienen unos ingresos de 396,4 millones de euros. En la segunda temporada de estudio estos ingresos disminuyen y llegan a 380,7 millones de euros. A partir de ahí, sufre una continua evolución. En la temporada 2013/14, los ingresos son de 381,9 millones de euros, alcanzado los 492,8 millones de euros en la temporada 2014/15. En la última temporada de estudio se produce el aumento más notorio, por cuanto se consigue un total de 548,8 millones de euros. Este crecimiento tan significativo se ha producido como consecuencia del Real Decreto, lo que ha traído consigo unas mayores audiencias y, por tanto, una mayor repercusión en los patrocinios, especialmente en esta categoría, debido a que los encuentros que se disputan entre estos equipos tienen un mayor interés para la sociedad. El TACC y la variación porcentual que registran son de 8,50% y 38,40% respectivamente, porcentajes que se encuentran por encima de los obtenidos en la partida *match day*, lo que quiere decir que, aunque las cifras obtenidas en los ingresos son menores que las registradas en el *match day*, su evolución está siendo mayor lo que puede dar lugar, de cara a un futuro, a que esta partida se acabe posicionando por encima del *match day*.

La publicidad es la partida que, dentro del INCN, menos ingresos aporta. Se trata de cifras bastante reducidas en comparación con el resto de partidas que componen el INCN de la Primera División. Si analizamos esta, la primera temporada de estudio presenta un total de 70,3 millones de euros, cifra que aumenta en la siguiente temporada (2012/13) a 70,7 millones de euros. Este aumento es tan leve que casi no se puede apreciar la diferencia entre ambas, mientras que las temporadas 2013/14 y 2014/15 obtuvieron el mismo nivel de ingresos con un total de 72,3 millones de euros. Así llegamos a la última temporada de nuestro análisis, donde se produce el mayor aumento respecto a las temporadas anteriores con unos ingresos de 83,7 millones de euros. Pese a ser la partida menos significativa dentro de los ingresos que componen el INCN, ha aumentado sus ingresos en la última temporada gracias a que la proyección del fútbol es cada vez mayor. Esta evolución ha ocasionado un TACC de 4,50% y una variación porcentual de 19,10%. Lo que significa que, aunque el crecimiento de esta se ha considerado leve, se espera una notable mejora gracias a la recuperación económica que está afrontando el país, lo que provocará una mayor inversión en publicidad.

Una vez analizado las fuentes que componen el total del INCN que forman la Primera División (La Liga Santander), al igual que en la Liga, se ha mantenido un crecimiento constante en el conjunto de sus partidas obteniendo un TACC de 10,17% y una variación porcentual de 47,34%, de manera que, en la temporada 2011/12 el total de ingresos ascendió a 1.624,3 millones de euros, aumentando a 1.793,5 millones de euros en la siguiente temporada (2012/13), ocasionando una variación anual de 10,41%, variación que disminuye en la siguiente temporada (1,99%) pese al aumento de sus ingresos (1.829,3 millones de euros). En la temporada 2014/15, los ingresos siguen la misma línea, registrándose este año un total de 1.938,3 millones de euros, obteniendo una variación anual más favorable con un 5,95%. En la última temporada de nuestro análisis, se produce el mayor crecimiento con un total de 2.393,4 millones de euros y una variación anual de 23,47%. Este aumento tan significativo en esta última temporada, al igual que sucedía en La Liga, es debido a principalmente a las dos fuentes que más pesos tienen a la hora de obtener ingresos en esta categoría que no son otras que las Retransmisiones y el *match day*.

Tabla 3. 5: La Liga Santander · Evolución del INCN (en millones de euros)

INGRESOS	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	TACC % (4 años)	VP % (4 años)
Retransmisión	587,4	775,4	784,1	785,9	1.021,9	10,40%	48,70%
Match day	570,2	566,7	591	587,3	739	6,70%	29,60%
Comercialización	396,4	380,7	381,9	492,8	548,8	8,50%	38,40%
Publicidad	70,3	70,7	72,3	72,3	83,7	4,50%	19,10%
T. INCN	1.624,3	1.793,5	1.829,3	1.938,3	2.393,4	10,17%	47,34%
V. Anual %		10,41%	1,99%	5,95%	23,47%		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de La Liga (2016)

Mientras, los ingresos obtenidos en la Segunda División (La Liga 1/2/3), han evolucionado de manera distinta a la ya analizada Primera División (La Liga Santander).

Las Retransmisiones, al igual que en La Liga y en La Liga Santander, componen la principal fuente de ingresos en esta categoría. Los ingresos obtenidos por esta partida son mucho menores a los que obtiene La Liga Santander, se puede ver como en la primera temporada de estudio (2011/12) los ingresos fueron de 41,2 millones de euros, estos han ido elevándose, registrando 51,3 millones de euros para la temporada 2012/13, 60,1 millones de euros para le temporada 2013/14, continuando con 68,6 millones de euros en la temporada 2014/15 y finalizando con la última temporada de nuestro estudio (2015/16) con 103,3 millones de euros. Este continuo aumento ha generado un TACC de 25,80% y una variación porcentual de 150,00%, lo que quiere decir que su evolución ha sido muy favorable, tanto es así, que supera a los porcentajes obtenidos en La Liga Santander, lo que está dando pie a un mayor acercamiento entre las dos categorías.

El *match day*, es la segunda partida más importante dentro de la Segunda División. En la primera temporada (2011/12), obtuvo un total de 29,1 millones de euros, cifra que descendería en la temporada siguiente (2012/13) alcanzando 27,5 millones de euros, ya en la temporada 2013/14 los ingresos vuelven ascender colocándose en 32,3 millones de euros, seguido de 38,4 millones de euros para la temporada 2014/15, llegando a la última temporada (2015/16) con 30,7 millones de euros. A diferencia de lo que surgía en los casos anteriores, esta partida pierde fuerza disminuyendo sus ingresos en este último año. De manera que, el total de estas continuas variaciones en los ingresos, ha supuesto un TACC de 1,30% y una variación porcentual de 5,40%. Cabe destacar que se trata de los porcentajes más pequeños registrados dentro de La Liga 1/2/3 en cuanto a sus INCN, lo que quiere decir que, es una partida que pese a los niveles de ingresos que registra, está creciendo a un menor ritmo que el resto de partidas. La consecuencia de que esta partida este sufriendo un menor crecimiento se debe a una menor recaudación en los ingresos por taquilla, pues los encuentros disputados entre los equipos que componen esta Segunda División suscitan un menor interés a los aficionados que los disputados en la Primera División.

La comercialización, a diferencia de lo que sucedía en La Liga Santander y en el conjunto del INCN que componen La Liga, pierde importancia. Sus valores registrados durante las temporadas de estudio son de 10,7 millones de euros para la temporada 2011/12, disminuyendo estos a 7,2 millones de euros en la temporada 2012/13, volviendo a sufrir un ligero ascenso en la temporada siguiente (2013/14) con 10,1 millones de euros,

seguidos de 13,5 millones de euros para la temporada 2014/15. Así, llegamos a la última temporada de este estudio (2015/16), donde estos ingresos vuelven a disminuir al igual que sucedía en partida *match day*. Estas continuas variaciones registradas durante estos cuatro años han dado lugar a un total en el TACC de 3,70% y un 15,80% en la variación porcentual. Estos datos muestran una evolución de la partida, pero, por el contrario, si comparamos estos porcentajes con el resto de porcentajes de las partidas que constituyen el resto de INCN de esta categoría, esta ocupa el último lugar, superándole la publicidad. Hasta ahora, el principal foco de interés para los aficionados al fútbol ha sido los grandes equipos pertenecientes a la Primera División, así, como los jugadores que componen estos equipos, lo que ha conllevado a una menor demanda en patrocinios, provocando menores ingresos y por tanto llegando a ocupar la última posición en cuanto a crecimiento dentro de La Liga 1/2/3.

La publicidad, es la tercera partida dentro del INCN más importante dentro de La Liga 1/2/3. Durante el periodo de estudio, los ingresos que componen esta partida muestran una evolución variable. En la primera temporada de análisis (2011/12) los ingresos fueron de 14,2 millones de euros, en la temporada siguiente (2012/13) estos ingresos padecieron un descenso registrando 12,5 millones de euros, pero este descenso no acaba aquí, el año siguiente (temporada 2013/14) se anotaron 11,6 millones de euros seguidos de 11,2 millones de euros en la temporada 2014/15. Ya en la última temporada de estudio 2015/16, los ingresos registraron un cambio de tendencia aumentando estos a un total de 16,7 millones de euros. Los continuos cambios a lo largo de estos cuatro años, provocaron un TACC de 4,10% y una variación porcentual de 17,30%, estas cifras reflejan la fuerte crecimiento que han experimentado estos ingresos especialmente en la última temporada (2015/16), recalcar que se tratan de los porcentajes más altos después de las Retransmisiones, de manera que, esta partida está consolidando una recuperación en las inversiones por parte de los anunciantes a la hora de invertir en publicidad, lo que permite compensar el decrecimiento en temporadas anteriores.

En cuanto al total de los ingresos obtenidos por estas cuatro partidas en La Liga 1/2/3, su evolución no ha cesado anotando un TACC de +14,40% y una variación porcentual de 71,32%, de manera que, en la temporada 2011/12 el resultado fue de 95,2 millones de euros, seguido de 98,5 millones de euros para la temporada 2012/13 con una variación anual de 3,40%, en la temporada 2013/14 los ingresos siguen aumentando registrándose 114,1 millones de euros, obteniendo una variación anual de 15,83%, de la misma manera sucede en la temporada siguiente (2014/15), anotando un total de 131,7 millones de euros, por el contrario a lo que sucedía en la temporada anterior, en esta temporada los ingresos crecen de forma más moderada, reflejando un descenso en la variación anual (15,42%), así, llegamos a la última temporada del análisis (2015/16), donde los ingresos obtenidos fueron de 163,1 millones de euros con una subida en la variación anual (23,84%). Se podría decir, que se trata de una categoría, donde las Retransmisiones predominan tanto en sus ingresos como en sus porcentajes de crecimiento frente a las demás, mientras el *match day*, se coloca como la segunda partida que mayores ingresos genera en esta División, pese a ello, es la partida que menor crecimiento está experimentando en estos últimos cinco años, superándole de esta forma, la Publicidad y la Comercialización. La pérdida de valor que está sufriendo esta partida “*match day*”, se debe principalmente a la falta de interés por parte de los aficionados en los encuentros disputados entre los equipos que componen esta Segunda División, dando paso a un mayor fortalecimiento en publicidad (partida que pasará a ocupar una segunda posición), seguida de la comercialización y dejando en último lugar a esta (Match Day). Este giro de importancia en las partidas que componen el INCN con respecto a la Primera

División, también deriva de los equipos ascendidos a Primera, ya que muchas de las aportaciones que estos generan no equivalen a las aportaciones obtenidas a cambio por los equipos que desciende a Segunda, por tanto, si comparamos los porcentajes obtenido (TACC y variación porcentual) en esta Segunda División con respecto a la Primera, su evolución está siendo más notoria, aunque cuenta con cifras más modestas, pese a ello, este continuo aumento de ingresos que se está produciendo en la Segunda División, está originando una disminución en la diferencia económica entre las dos Divisiones, generando una liga cada vez más equitativa y competitiva.

Tabla 3. 6: La Liga 1/2/3 · Evolución del INCN (en millones de euros)

INGRESOS	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	TACC % (4 años)	VP % (4 años)
Retransmisión	41,2	51,3	60,1	68,6	103,3	25,80%	150,50%
Match day	29,1	27,5	32,3	38,4	30,7	1,30%	5,40%
Comercialización	10,7	7,2	10,1	13,5	12,4	3,70%	15,80%
Publicidad	14,2	12,5	11,6	11,2	16,7	4,10%	17,30%
T. INCN	95,2	98,5	114,1	131,7	163,1	14,40%	71,32%
V. Anual %		3,46%	15,83%	15,42%	23,84%		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de La Liga (2016)

Finalmente, si se analiza más pormenorizadamente, mediante la observación de la distribución porcentual de los distintos componen que forman el INCN, se puede observar cómo tanto en La Liga, como en La Liga Santander y La Liga 1/2/3, los ingresos por retransmisiones representan los mayores porcentajes de evolución, de manera que, la relevancia que presentan estos ingresos entre los distintas fuentes que componen el resto de INCN, permite generar una garantía importante de estabilidad dentro de los ingresos totales de La Liga. Destacar también, que gracias a la evolución que está adquiriendo esta rúbrica dentro de la Segunda División, esto está ocasionando una mayor evolución de su INCN frente a la Primera División dando lugar a una reducción económica-financiera entre ambas, generando una competición cada vez más equitativa y competitiva.

3.1.3. Comparativa entre los ingresos que integran la Primera y Segunda División en la temporada 2015/16

A la hora de hacer una comparativa entre las diferentes fuentes de ingresos que componen las categorías que forman La Liga (La Liga Santander y La Liga 1/2/3), se tomará como punto de referencia la última temporada de estudio (2015/16), dejando al margen el resto, con el fin de resaltar las partidas más importantes y por qué.

Se comenzará por las retransmisiones, principal partida de sustento económico tanto en la Primera como en la Segunda División, ocupando en el total de ingresos obtenidos un 36,40% y un 45,30% para la Primera y Segunda División respectivamente, datos que muestran la dependencia que se está generando entre esa partida y los clubes, ya que se tratan de las cifras más altas en comparación con las que representan el resto de partidas que componen los ingresos totales. Tal es la importancia que esta está adquiriendo que, tras la aprobación e implantación de la ley 05/2015, ya se ha podido ver

como sus cifras (en cuanto a ingresos en La Liga) se han disparado en esta temporada (2015/16). Varios estudios revelan que los ingresos obtenidos mediante las retransmisiones acabarán alcanzando cifras que reflejen casi la totalidad de los ingresos obtenidos por La Liga, por tanto, a día de hoy y de cara a al futuro, se espera que siga siendo el motor principal en ambas categorías, por ello, la diferencia porcentual existente entre estas dos Divisiones respecto a esta partida, se debe principalmente a la importancia que adquieren el resto de rubricas que componen los ingresos totales, lo que provoca que esta refleje una mayor importancia en la Segunda División.

En cuanto al *match day*, se trata de la segunda partida más significativa dentro de la Primera División con un 26,30%, mientras, en la Segunda División pierde valor ocupando el tercer lugar con un 13,40%. Esto se debe a que los partidos disputados en la Primera División gozan de mayor interés por parte de los aficionados, de ahí, que los ingresos recaudados en taquilla por la venta de entradas sean mayores de una categoría a otra.

Siguiendo con la comercialización, esta refleja una mayor notoriedad en la Primera División con respecto a la Segunda. Dentro de esta Primera División encontramos los dos clubes con mayor prestigio dentro del fútbol español (R. Madrid y FC Barcelona), que, a su vez, están compuestos por los jugadores más conocidos tanto a nivel nacional como internacional, lo que genera un mayor número de patrocinios, así como venta de ropa deportiva. De ahí, que esta rúbrica ocupe el tercer lugar dentro de la Primera División con un 19,50%, mientras que, en la Segunda División, se coloca como la partida que menos ingresos genera representando un 5,40% del total.

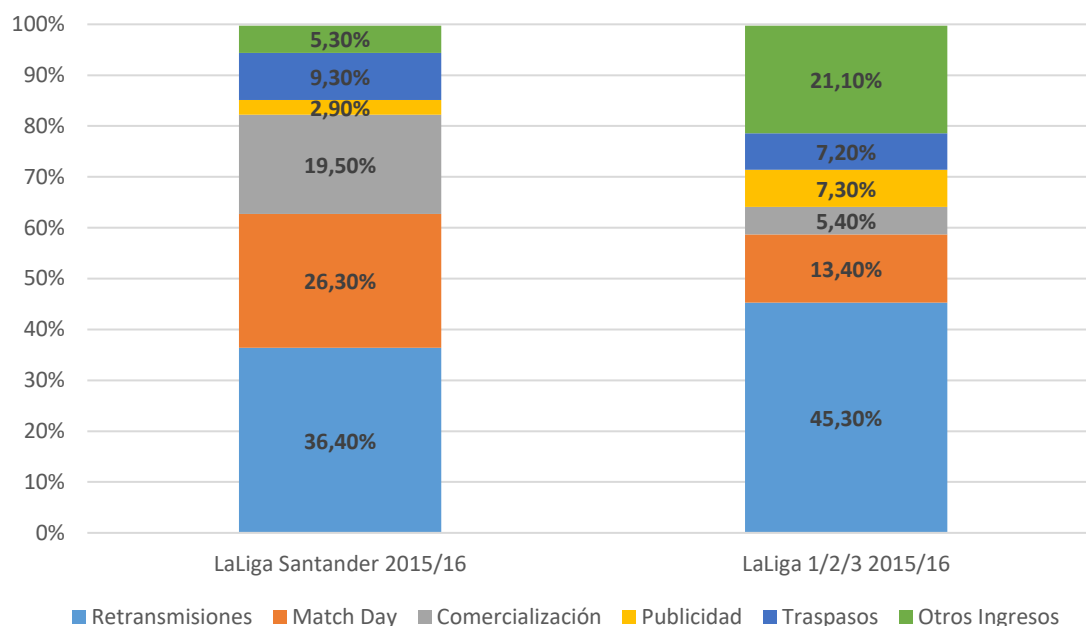
En cuanto a la publicidad, se trata de una fuente con futuro de expansión tanto en la Primera como en la Segunda División, es cierto que, dentro de La Liga Santander es la que menos ingresos genera con un 2,90%, mientras que, en La Liga 1/2/3 su grado de importancia es algo más significativa representando de esta forma un 7,30% del total. Se espera que, de cara a un futuro, esta partida incremente sus cuotas de ingresos gracias al progresivo fortalecimiento económico que está sufriendo el país, lo que proporcionará un mayor empuje al ámbito publicitario.

Los traspasos, es una de las partidas menos significativas tanto en la Primera como en la Segunda División, en esta última no se encuentra en último lugar, pero sí en penúltimo, ocupando de esta manera una posición casi parecida a la Publicidad con un 7,20%, mientras que en a Primera División ocupa el cuarto lugar con un 9,30%. Esta diferencia entre ambas categorías se debe a que los precios que ostentan lo jugadores de la Primera División no son equiparables a los de Segunda, de esta forma, a la hora de hacer traspasos, los movimientos económicos que se producen son notablemente dispares entre una categoría y otra.

Por último, la partida otros ingresos, representa un porcentaje mínimo dentro de la Primera División con un 5,30%, esta categoría se abastece principalmente de otras fuentes como las retransmisiones o el *match day*, a diferencia de la Segunda División, en la que esta rúbrica representa la segunda partida más importante con un 21,10%. Esto se debe a que la mayor parte de las partidas que ocupan el total de los ingresos son mayormente explotadas por la Primera División, de esta forma, los clubes y las sociedades que componen la Segunda División se ven obligos a buscar otras fuentes de financiación, de ahí el porcentaje que ocupa esta partida, demostrando a su vez, el importante esfuerzo que estos realizan. Destacar también que, partidas como la Publicidad y Comercialización

dentro de esta Segunda División están creciendo de manera notoria, lo que acabará desencadenando la disminución de esta partida pudiendo llegar a desaparecer.

Gráfica 3. 1: La Liga Santander vs La Liga 1/2/3 · Total ingresos (en %)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de La Liga (2016)

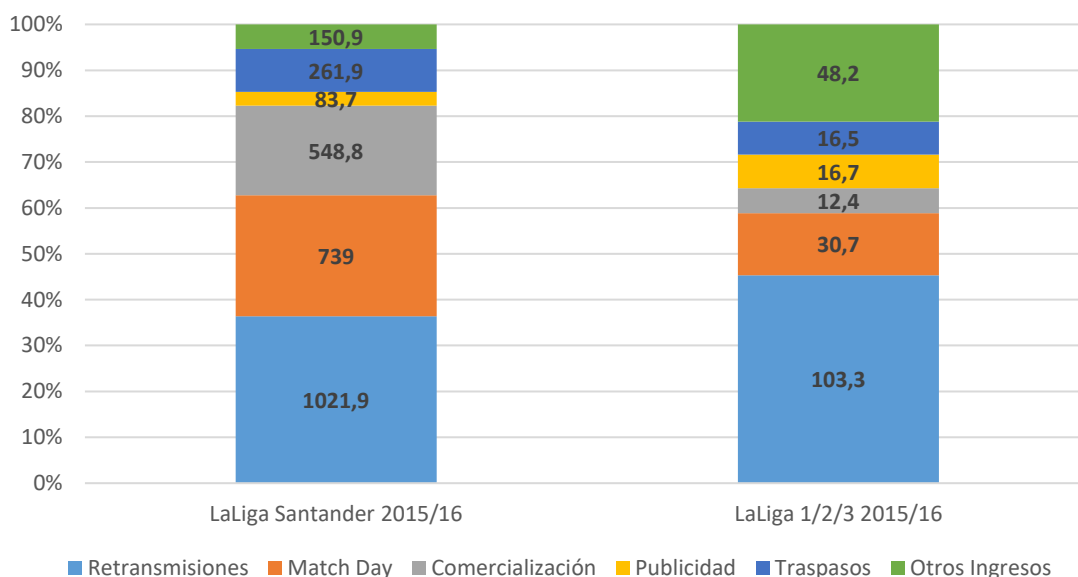
Si la comparativa de las partidas que componen La Liga Santander y La Liga 1/2/3 se hace ahora en millones de euros y no en porcentajes, se ve como los ingresos obtenidos a través de las retransmisiones de la Primera División (1021,9 millones de euros) en comparación con los obtenidos en la Segunda División (103,3 millones de euros), La Liga Santander obtiene un resultado casi diez veces por encima del obtenido en La Liga 1/2/3, lo que supone una diferencia entre ambas de 918,6 millones de euros, cifras llamativas si se recuerda que el peso relativo que ocupa esta partida en la Primera División (36,40%) es menor que en la Segunda División (45,30%).

Mientras, el *match day* genera en la Primera División un total de 739 millones de euros y 30,7 millones de euros en la Segunda División, lo que supone una diferencia de 708,3 millones de euros entre ambas categorías, seguido de la comercialización con unos ingresos totales en La Liga Santander de 548,8 millones de euros y 12,4 millones de euros en La Liga 1/2/3, con una diferencia de 537,4 millones de euros. Destaca que, dentro de las cuatro partidas que componen los INCN, la Publicidad es la partida en la que menor diferencia se haya en cuanto a los ingresos obtenidos en ambas categorías, registrando unos ingresos de 83,7 millones de euros en la Primera División y 16,7 millones de euros en la Segunda División. La diferencia que se encuentra entre estas dos es de 7 millones de euros, dato poco significativo si tenemos en cuenta las diferencias que se producen entre el resto de partidas que componen los ingresos totales de La Liga. En esta última partida al igual que en las retransmisiones, sus cifras adquieren un mayor significado si se tiene en cuenta que los ingresos obtenidos en la Primera División son mayores que en la Segunda, mientras que, su peso relativo refleja una mayor importancia en la Segunda (7,30%) que en la Primera (2,90%).

En cuanto a las dos partidas restantes (traspasos y otros ingresos), los ingresos alcanzados por La Liga Santander son notablemente mayores a los logrados por La Liga 1/2/3. Pero al igual que sucedía con las retransmisiones y la publicidad, otros ingresos posee pese a obtener unas menores cifras en la Segunda División (21,10%), su importancia es notablemente mayor que en la Primera (5,30%).

Si se hace una visión global de estas cifras, es cierto que, los ingresos obtenidos en la Segunda División son bastante más austeros que los que se pueden encontrar en la Primera División, pero no por ello, el peso relativo que ocupa cada una de ellas es mayor en la Primera División, de ahí que, el *match day*, comercialización y traspasos sean negocios que se rentabilicen más en La Liga Santander respecto a La Liga 1/2/3 y las retransmisiones y otros Ingresos lo hagan en La Liga 1/2/3 respecto a La Liga Santander, ya que esto depende en gran parte de las características que posee cada categoría.

Gráfica 3. 2: La Liga Santander vs La Liga 1/2/3 · Total ingresos (en millones de euros)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de La Liga (2016)

Concluyendo con los datos obtenidos en ambas comparativas, los ingresos que obtiene La Liga se consiguen principalmente en la Primera División, ya que estos ocupan el 92,50% de los ingresos totales, mientras que La Liga 1/2/3 ocupa el 7,50% restante. Esta diferencia entre ambas categorías se debe principalmente al interés que generan los clubes que componen La Liga Santander, de ahí que, los ingresos percibidos mediante retransmisiones, ventas de entradas, comercialización de ropa deportiva... sea notablemente superior a los alcanzados por La Liga 1/2/3.

3.2. MANTENIMIENTO EN EL CONTROL DE LOS GASTOS

En este apartado se llevará la misma línea de estudio que en el apartado anterior, de esta forma, se analizará la evolución de los gastos que produce el fútbol profesional español, así como de las diferentes fuentes que los componen.

En una primera parte se examinará la evolución de los gastos que ha tenido La Liga durante estas últimas cinco temporadas, de la misma forma que, se hará con cada una de las categorías que la forman (Primera y Segunda División).

En la segunda parte, se llevará a cabo un estudio sobre las diferentes fuentes que componen estos gastos, así como la evolución e influencia que ocupa cada una de estas tanto en La Liga como en sus respectivas categorías.

Por último, se desarrollará una comparativa entre las diferentes fuentes de gastos que componen ambas categorías en la última temporada de estudio, con el fin de obtener una información más relevante y detallada sobre los gastos que han generados los diferentes clubes y sociedades anónimas que componen La Liga en este último tiempo.

Por tanto, el principal objetivo de este apartado es demostrar la importancia que tienen algunas partidas en el conjunto de gastos, así como la evolución que han sufrido estas desde la temporada 2011/12 hasta la temporada 2015/16, tanto individual (La Liga Santander, La Liga 1/2/3) como de forma conjunta (La Liga). Datos que servirán posteriormente para poder calcular los beneficios que obtiene La Liga en cada temporada (tanto en su conjunto como por categorías) y, así, más adelante poder conseguir la influencia que han tenido las retransmisiones sobre tales beneficios.

3.2.1. Evolución de los gastos torales que componen La Liga (Primera y Segunda División)

Al comienzo de este estudio, en la temporada 2011/12 se registran unos gastos de 2.049,5 y 182,8 millones de euros para la Primera y Segunda División respectivamente, lo que hace un total de 2.232,3 millones de euros, cifra que irá aumentando paulatinamente conforme avancen el estudio de las siguientes temporadas. En la segunda temporada de estudio (2012/13), los ingresos correspondientes a La Liga Santander sufren un pequeño descenso respecto a la temporada anterior, registrando unos gastos de 1.901 millones de euros, que por el contrario La Liga 1/2/3 sigue su fase evolutiva con un total de 210,4 millones de euros, lo que supone un total para La Liga de 2.111,4 millones de euros. Destacar que es en esta temporada, la única temporada de estudio donde los gastos totales sufren un descenso respecto a la temporada anterior, lo que provoca una variación anual negativa de -5,40%. En la temporada siguiente (2013/14), los ingresos aumentan en La Liga Santander alcanzando un total de 2.006,9 millones de euros, disminuyendo por el contrario en La Liga 1/2/3 con 2.187,6 millones de euros, dando como resultado 2.187,6 millones de euros a La Liga, resultado que provoca un incremento en la variación anual de 3,60%, este aumento tan considerable en los gastos, se debe principalmente a la eficiencia económica que comienza adquirir el fútbol profesional español en ese año. Para la temporada 2014/15 las cifras aumentan en ambas categorías dando unos gastos totales a La Liga de 2.437,1 millones de euros, desglosados estos en 2.234,8 millones de euros para la Primera División y 202,3 millones de euros para la Segunda División. Temporada en la que se vuelve a producir un gran incremento en la variación anual de 11,40%, esta subida indica al igual que sucedía en la temporada anterior, que el fútbol sigue aumentando su eficiencia. Y, así, llegamos a la última temporada de estudio (2015/16), donde los gastos totales que obtiene La Liga son de 2.832,6 millones de euros, repartidos en 2.619,7 millones de euros para La Liga Santander y 212,9 millones de euros para La Liga 1/2/3. El nivel de gastos obtenidos en esta última temporada ha superado todas las cifras registradas hasta ahora. Por ello, el conjunto de gastos de los clubes y sociedades anónimas que compone la Primera y Segunda División han alcanzado una variación anual

de 16,20%. Cabe destacar que esta subida es ligeramente mayor a la obtenida en los ingresos (15,90%), de forma que, el incremento de los gastos haya sido mayor al de los ingresos puede estar motivado por una mejor salud financiera de los clubes y, por tanto, en su capacidad para designar los nuevos ingresos a un incremento de gastos en Personal Deportivo (como fichajes de jugadores) en lugar de cancelación de impuestos, etc.

A raíz de estas continuas variaciones, La Liga ha incrementado sus gastos desde la temporada 2011/12-2015/16 600,3 millones de euros, este incremento de gastos tras cuatro años ha supuesto un TACC de 6,10% y una variación porcentual de 26,89%, lo que representa un fuerte crecimiento en los gastos. Destaca el porcentaje alcanzado por el TACC (6,10%) en cuanto al total de gastos que mantiene La Liga, ya que este porcentaje es sustancialmente inferior al obtenido en el INCN (8,50%) como al obtenido en los ingresos totales (9,70%), porcentajes que evidencian una mejora en el fútbol profesional. A su vez, La Liga Santander mantiene unas cifras similares a La Liga, tras cinco temporadas sus gastos han aumentado 570,2 millones de euros, lo que ha supuesto un TACC de 6,30% y una variación porcentual de 27,80%, estos datos denotan una mayor salud financiera en los clubes que componen esta categoría, ya que el TACC muestra una evolución económica-financiera de La Liga Santander cada vez más eficiente (TACC de ingresos: 9,30%, TACC de gastos: 6,30%). Mientras, La Liga 1/2/3 ha generado unos gastos de 212,9 millones de euros, es decir, una diferencia de 30,1 millones de euros desde la temporada 2011/12 hasta la temporada 2015/16, lo que ha originado una variación porcentual de 16,40% y un TACC de 3,80%, al igual que sucedía con La Liga Santander, esta categoría presenta también una mejoría en cuanto a su evolución económica-financiera (TACC de ingresos: 9,70%, TACC de gastos: 3,80%). Destacar también que, al contrario de lo que pasaba en los ingresos, el ritmo de crecimiento de estos gastos en La Liga 1/2/3 es menor que La Liga Santander, esto se debe a que los clubes que componen esta categoría poseen una menor financiación y de ahí que sus gastos sean más modestos.

Tabla 3. 7: La Liga, La Liga Santander y La Liga 1/2/3 · Evolución de los gastos totales (en millones de euros)

GASTOS	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	TACC % (4 años)	VP % (4 años)
La Liga Santander	2.049,5	1.901	2.006,9	2.234,8	2.619,7	6,30%	27,80%
La Liga 1/2/3	182,8	210,4	180,7	202,3	212,9	3,80%	16,40%
La Liga	2.232,3	2.111,4	2.187,6	2.437,1	2.832,6	6,10%	26,89%
V. Anual %		-5,40%	3,60%	11,40%	16,20%		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de La Liga (2016)

Pese a la continua evolución que se están experimentando los gastos pertenecientes a La Liga, destaca el esfuerzo relativo que están empleados tanto los clubes como las sociedades anónimas que la componen, ya que en estas últimas temporadas los ingresos se mantienen por encima de los gastos generados, produciéndose así, una mejora en la financiación de estos y dando lugar a una mejor situación económica en el panorama futbolístico.

3.2.2. Las principales fuentes de gastos que componen el fútbol profesional

En este apartado al igual que en el de los ingresos, se analizará las partidas que originan los gastos en La Liga, en sus dos categorías y la evolución de estas. Según La Liga, las distintas fuentes que componen estos gastos son:

- Personal deportivo: se trata de la principal partida de gastos en el fútbol español, esta engloba, los sueldos y salarios, indemnizaciones, bajas, fichajes de jugadores, etc.
- Personal no deportivo: dentro de este se incluyen los servicios de limpieza, los de mantenimiento, seguridad, sanitarios, etc.
- Otros gastos de explotación: esta fuente está compuesta por los gastos de arrendamientos, publicidad, suministros (agua, luz, gas), teléfono, Impuesto de Bienes Inmuebles, etc.
- Perdidas, deterioro y provisiones: las pérdidas se cuentan como un resultado negativo a consecuencia de una operación o grupo de operaciones. El deterioro, se debe al empeoramiento del estado de calidad o valor, mientras que, las Provisiones son obligaciones que en cuanto a su fecha de cierre del ejercicio son indeterminadas en su importe exacto o en la fecha que se producirán.
- Aprovisionamientos: se trata de la selección de proveedores, estudios de mercado, estudio y elaboración de presupuestos.
- Desplazamientos: se refiere a los gastos producidos cuando corresponde a un desplazamiento de trabajo fuera de su centro habitual, la que engloba los gastos por transportes, restaurantes, hoteles, etc.
- Gastos financieros: dentro de estos gastos asociados al fútbol podemos encontrar los intereses de deudas, los intereses por descuentos de efectos, las diferencias negativas de cambio (que se producen cuando existen operaciones comerciales con países extranjeros), etc.
- Amortización jugadores: esta partida se encuentra regulada actualmente por una normativa presentada en el año 2000, la cual, no puede ser alterada por ningún equipo profesional. En esta regulación lo que se establece es que las amortizaciones se hagan de forma lineal. Un ejemplo, si el R. Madrid pagó por Kaká 65 millones de euros, ha tenido que reflejar cada año en su contabilidad una amortización de 13 millones de euros (65 dividido entre cinco años de contrato da como resultado esa cifra).
- Amortización otro inmovilizado: se trata de los activos que comienzan a perder valor a lo largo del tiempo, como pueden ser las instalaciones deportivas, mobiliario, el transporte, etc.

Por tanto, a la hora de analizar la evolución que han experimentado estas fuentes en La Liga durante estos cuatro años, se dirá que, desde la primera temporada de estudio hasta la última de este análisis, la partida que mayor relevancia tiene dentro de los gastos, es el gasto de personal deportivo, se trata de la partida que mayores cifras registra, pasando de 1.107,9 millones de euros en la temporada 2011/12, a 1.079,3 en la temporada 2012/13, siguiéndole 1.122,4 y 1.230,4 millones de euros para las temporadas 2013/14,2014/15 respectivamente, llegando así a 1.411,6 millones de euros en la última temporada de estudio (2015/16). La continua evolución de esta partida ha originado un TACC de 6,20% y una variación porcentual de 27,40%, es tal el crecimiento y la importancia de esta fuente, que en la temporada 2015/16 su peso relativo dentro de los

gastos totales es de 56,50%, lo que indica que solo esta fuente ya produce más de la mitad de los gastos que genera la Liga Profesional de Fútbol.

La fuente de personal no deportivo, a diferencia de la partida anterior ocupa un menor peso dentro de los gastos que componen La Liga, aun así, se trata de una de las partidas más significativas. Su crecimiento también ha sido bastante notorio anotándose 132,1 millones de euros en la temporada 2011/12 produciéndose un continuo aumento de esta cifra hasta alcanzar en la última temporada de estudio un total de 187,7 millones de euros, lo que ha supuesto una diferencia entre ambas de 55,6 millones de euros, dando lugar a un TACC de 9,20% y a una variación porcentual de 42,10%, de manera que, estos datos reflejan la importante subida que esta está experimentando al tratarse de unos de los porcentajes más altos dentro del conjunto de partidas que integran los gastos.

De manera que, solo estas dos partidas (personal deportivo y personal no deportivo) ya explican más de dos terceras partes del inmenso gasto que mantienen el fútbol en España.

En cuanto a otros gastos de explotación, la evolución de sus gastos también ha incrementado de forma paulatina, comenzando en la primera temporada de estudio 2011/12 con un total de 388,7 millones de euros, seguido de 373,9 millones de euros en la temporada 2012/13, 412,7 millones de euros en la temporada 2013/14, continuando el aumento con 443,4 millones de euros en la temporada 2014/15, alcanzando de esta forma la última temporada de análisis (2015/16) con 489,1 millones de euros, esta continua subida ha ocasionado un TACC de 5,90% y una variación porcentual de 25,80%. Merece la pena destacar esta partida, ya que las tasas de su crecimiento han sido inferiores al conjunto de los gastos de explotación, por lo tanto, se trata de una evolución positiva para La Liga, puesto que, el porcentaje relativo que ocupaba en la totalidad de los gastos que componen La Liga ha ido disminuyendo hasta la última temporada de estudio (2015/16).

Por otra parte, la evolución de la partida pérdidas, deterioro y provisiones, destaca al aumentar de la temporada 2011/12 con 10,7 millones de euros a 111,2 millones de euros registrados en la temporada 2015/16, lo que ha supuesto una diferencia de 100,5 millones de euros. Estos datos reflejan la mayor subida dentro de los gastos que componen La Liga, anotando un TACC de 79,50% y una variación porcentual de 938,60%. Este notable aumento deriva principalmente de los gastos por provisiones derivados de los costes relacionados con pleitos pendientes de resolución de pérdidas derivadas de la actividad.

El resto de gastos, por lo general también se incrementan, se trata de aumentos más moderados y cifras más austeras. Los aprovisionamientos aumentan 15,2 millones de euros desde la temporada 2011/12-2015/16 generando un TACC de 5,30% y una variación porcentual de 22,90%, los desplazamientos lo hacen 18,7 millones de euros con un TACC de 11,40% y una variación porcentual de 54,00%, los gastos financieros registran la subida más leve con 0,5 millones de euros, anotando un TACC de 0,10% y una variación anual de 0,60%. Las amortizaciones otros inmovilizados incrementan 19,9 millones de euros produciendo un TACC de 8,00% y una variación porcentual de 36,00%, a diferencia de lo que ocurre en las amortizaciones jugadores al tratarse de la única partida que se deprecia, disminuyendo sus gastos en 14,2 millones de euros, generando así, una disminución en el TACC y en la variación porcentual de -1,00% y -4,10% respectivamente. De manera que, la distribución de estas partidas se mantiene estable, quiere decirse que, los gastos producidos de una temporada a otra son muy parecidos.

Destacar por otro lado que dentro de las partidas que componen los gastos de La Liga, las que mayor aumento han sufrido son las partidas relacionadas con gastos de personal, así como las provisiones y alguna otra partida contable.

Tabla 3. 8: La Liga · Evolución de los gastos (en millones de euros)

GASTOS	2011/ 12	2012/ 13	2013/ 14	2014/ 15	2015/ 16	TACC % (4 años)	VP % (4 años)
Personal deportivo	1.107,9	1.079,3	1.122,4	1.230,4	1.411,6	6,20%	27,40%
Personal no deportivo	132,1	129,3	137,8	161,7	187,7	9,20%	42,10%
Otros gastos explotación	388,7	373,9	412,7	443,4	489,1	5,90%	25,80%
Pérdidas, det. y prov.	10,7	15,6	20,8	17,4	111,2	79,50%	938,60%
Aprovisio- namiento	66,2	59,3	63,6	74,7	81,4	5,30%	22,90%
Desplazamientos	34,6	38,5	40,9	44,2	53,3	11,40%	54,00%
Gastos financieros	92,6	78,9	70,8	89	93,1	0,10%	0,60%
Amortización jugadores	344,5	285,3	262,7	314,7	330,3	-1,00%	-4,10%
Amort. otro inmov.	55,1	50,9	55,9	62,2	75	8,00%	36,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de La Liga (2016)

Como sucedía en el análisis de los gastos que componen La Liga, la partida de personal deportivo es la que ocupa mayor porcentaje dentro de los gastos totales de La Liga Santander. El incremento de esta partida desde la primera temporada de estudio 2011/12 con 1.012,9 millones de euros, hasta la última con 1.211,7 millones de euros, ha originado un incremento de 298,8 millones de euros, lo que ha dado lugar a un TACC de 6,70% y una variación porcentual de 29,50%. Tan solo esta partida en la última temporada de estudio (2015/16) ya representa el 50% de los gastos totales obtenidos en La Liga Santander.

Mientras, los gastos de personal no deportivo, aumentan de igual manera que sucedía en el conjunto de gastos de La Liga, siendo una de las partidas más representativas. Se ve como a lo largo del análisis sus cifras van incrementando pasando de 119,8 millones de euros en la temporada 2011/12 a 164,2 millones de euros en la temporada 2015/16. La diferencia hallada entre estas cinco temporadas es de 44,4 millones de euros más, lo que ha supuesto un TACC de 8,20% y una variación porcentual de 37,10%. Parecido a lo que sucedía en el caso anterior, estas dos partidas (personal deportivo y personal no deportivo) no llegan a representar dos terceras partes de los gastos que componen La Liga Santander, pero sí representan más de la mitad.

Por otro lado, dentro de esta Segunda División también destaca la fuente de otros gastos de explotación, ya que, al comienzo de este estudio, sus gastos eran de 349,7 millones de euros (temporada 2011/12), seguidos de 333,3 millones de euros (temporada

2012/13), 369,7 millones de euros (temporada 2013/14), 396,8 millones de euros (temporada 2014/15) y finalizando con una notable subida en la última temporada de estudio con 432,7 millones de euros, lo que ha supuesto una diferencia de 83 millones de euros respecto a la primera temporada del análisis, datos que se reflejan un TACC de 5,50% y una variación porcentual de 23,80%. Partida que destaca en esta Segunda División por ocupar un 16,51% en el total de los gastos, lo que quiere decir, que se trata de la segunda partida más importante dentro de esta categoría.

El resto de partidas siguen la misma línea que llevaba hasta ahora en La Liga, de manera que, toda ellas incrementan sus gastos de forma conjunta a excepción de la amortización jugadores, la cual sufría un leve descenso en La Liga, y lo vuelve a sufrir en La Liga Santander disminuyendo sus gastos desde la temporada 2011/12-2015/16 6 millones de euros, generando un TACC de -0,40% y una variación porcentual de -1,80%, el resto de partidas como se ha comentado anteriormente, siguen un aumento, registrando en la fuente de pérdidas, det. y prov. un TACC de 91,00% y una variación porcentual de 1230,00, el aumento que ha experimentado esta partida hace que se registre la evolución más notoria respecto al resto de sus partidas, aunque cabe destacar que las cifras registradas de sus gastos son bastante modestas si tenemos en cuenta las registradas en el resto de partidas. Mientras, el aprovisionamiento anota una de las subidas más leves junto a los gastos financieros con un TACC de 4,00% y una variación porcentual de 17,20%, y un TACC de 1,50% y una variación porcentual de 6,20% respectivamente. El resto de partidas siguen un aumento más equitativo con un TACC de 11,40% y una variación porcentual de 54,00% en los desplazamientos, y un TACC de 7,30% y una variación porcentual de 32,40% en amortización otro inmovilizado.

En torno al conjunto global de gastos que componen esta categoría, en la primera temporada de estudio (2011/12) obtuvo un total de 2.049,5 millones de euros, cifra que disminuyó en la siguiente temporada (2012/13) a 1.901 millones de euros, lo que originó un descenso en la variación anual de -7,24%, ya en la temporada 2013/14, estos datos aumentaron anotándose 2.006,9 millones de euros y una subida en variación anual de 5,57%, a partir de esta temporada, el resto siguen la misma línea de ascenso. En la temporada 2014/15 se registra un total de 2.234,8 millones de euros con una variación anual de 11,35%, llegando a la última temporada de estudio con 2.619,7 millones de euros y una variación anual de 17,20%. En esta última temporada la variación producida ha sido mayor frente al resto de temporadas, lo que denota una mejoría en la eficiencia del negocio durante el último año, ya que los ingresos obtenidos en estas últimas temporadas se encuentra por encima de sus gastos, por lo que se puede suponer que parte de estos ingresos se han destinado al saneamiento financiera que arrastra el fútbol desde sus comienzos, así como a una mayor inversión en otras partidas (gasto de personal, personal no deportivo, etc.).

Tabla 3. 9: La Liga Santander · Evolución de los gastos (en millones de euros)

GASTOS	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	TACC % (4 años)	VP % (4 años)
Personal deportivo	1.012,9	972,7	1.036,3	1.141,7	1.311,7	6,70%	29,50%
Personal no deportivo	119,8	113,8	120,6	138,9	164,2	8,20%	37,10%

GASTOS	2011 /12	2012/ 13	2013/ 14	2014/ 15	2015/ 16	TACC % (4 años)	VP % (4 años)
Otros gastos explotación	349,7	333,3	369,7	396,8	432,7	5,50%	23,80%
Pérdidas, det y prov	8,2	10,3	19,2	15	109,6	91,00%	1230,00%
Aprovisionamiento	63,1	53,9	57,6	66,4	73,9	4,00%	17,20%
Desplazamientos	29,5	32	33,6	37,1	46,4	11,40%	54,00%
Gastos financieros	83,7	73,2	65,2	80	88,9	1,50%	6,20%
Amortización jugadores	334,1	269,2	257,7	309,8	328,1	-0,40%	-1,80%
Amort. otro inmov.	48,4	43	47,1	49,1	64,1	7,30%	32,40%
TOTAL GASTOS	2.049,5	1.901	2.006,9	2.234,8	2.619,7		
V. Anual %		-7,24%	5,57%	11,30%	17,22%		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de La Liga (2016)

En lo que se refiere a la Segunda División (La Liga 1/2/3), el gasto en personal deportivo sigue siendo la partida más representativa dentro de esta categoría, ocupando casi la mitad de los gastos que genera esta división. A diferencia de lo que ocurría en La Liga Santander, la tendencia que siguen las rúbricas que componen La Liga 1/2/3, no es de aumento, sino que las hay que disminuyen sus gastos. De manera que, si analizamos la evolución de estas centrándonos en el TACC y en su variación porcentual, el personal deportivo, sufrió un leve descenso en la temporada 2013/14 respecto a la anterior, las siguientes temporadas, por el contrario, siguieron un aumento paulatino obteniendo como resultado un TACC de 1,30% y 5,20% de variación porcentual. La partida personal no deportivo aumenta sus gastos durante los cuatro años de estudio con cifras más austeras que las encontradas en la partida anterior, pero de estas es más fuerte, así queda reflejado en el TACC y en la variación con un total de 17,60% y 91,30% respectivamente, datos que a su vez, reflejan uno de los mayores aumentos producidos dentro de esta categoría. Mientras, otros gastos de explotación, siguen la misma línea que el caso anterior con una continua subida durante las cinco temporadas de estudio, esta vez con unas cifras algo mayores respecto a la partida personal no deportivo, pero con una subida en sus cifras algo menos significativas (TACC: 6,60%, variación porcentual: 44,20%). En esta categoría, los datos anotados de esta partida nos notablemente inferiores a los de la Primera División, esto quiere decir que, los gastos en arrendamientos, agua, luz... son menores, ya que las estructuras de los clubes que componen La Liga 1/2/3 están acondicionadas para albergar eventos con menor afluencia que los clubes de La Liga Santander. Por otro lado, los aprovisionamientos es la partida que mayor aumento experimenta (TACC: 24,30%, 138,40%) a diferencia de la Primera División donde lo hacía la partida de otros gastos de explotación. Esta subida tan fuerte se debe a la inversión que han realizado los clubes que componen esta categoría en estudios de mercado y elaboración de presupuestos, con el fin de obtener de cara a un futuro unos mayores

ingresos. A esta le siguen los desplazamientos y amortización otro inmovilizado, ambas experimentan una serie de alti-bajos a lo largo de los cuatro años de análisis, pero tanto su TACC como su variación porcentual representan un continuo crecimiento en sus gastos (desplazamientos: TACC 8,10% y variación porcentual 36,00%) (amort. otro inmovilizado TACC: 13,00% y variación porcentual 62,00%). Uno de los motivos que han originado el incremento de los gastos en los desplazamientos, se debe a los equipos que componen esta categoría, ya que algunos de estos equipos que descienden a Segunda poseen estructuras más propias de Primera que de Segunda División, lo que genera un mayor gasto en sus desplazamientos debido a los viajes en clases preferentes, hoteles de lujo con estancias en suites, restaurantes de prestigio, etc.

Haciendo referencia al resto de partidas que registran un descenso en la evolución de sus datos, se encuentra pérdidas, det. y prov., es la partida que menos gastos proporciona a La Liga 1/2/3 con cifras muy modestas, de ahí un TACC de -9,50% y una variación porcentual de -32,80%. A esta le sigue los gastos financieros con una reducción algo más notoria reflejándose así en el TACC con -16,90% y una variación porcentual de -52,20%. Estas disminuciones se deben principalmente al saneamiento que está atravesando el fútbol español, ya que se está provocando reducciones en los gastos en intereses de deudas, etc. Y, por último, la partida amortización otro inmovilizado, es la fuente que mayor reducción ha experimentado anotando con un TACC de -32,00% y una variación porcentual de -79,00%. Gracias al esfuerzo llevado a cabo por los clubes que forman esta categoría, se ha conseguido reducir el importe de algunas rúbricas (como las mencionadas anteriormente) y, por el contrario, gastar más en otras que puedan generar una mayor financiación de cara a un futuro.

En una visión más global sobre la evolución de estas rubricas, los gastos totales obtenidos en la temporada 2011/12 fueron de 182,8 millones de euros, aumentando en la siguiente temporada (2012/13) a 210,4 millones de euros, generando así, una variación anual de 15,09%, ya en la siguiente temporada (2013/14) los gastos sufren un notable descenso anotando un total de 180,7 millones de euros y una variación anual de -14,11%. En la temporada 2014/15 estos gastos vuelven aumentar logrando una variación anual de +11,9% y 202,3 millones de euros. Llegando a la última temporada de estudio (2015/16), los gastos siguen aumentando, consiguiendo un total de 212,9 millones de euros y una variación anual de 0,52%. Al igual que ocurría en La Liga Santander, en esta categoría los ingresos obtenidos han evolucionado más notablemente que los gastos, dando como resultado datos positivos pese al aumento de los gastos durante estos años.

Tabla 3. 10: La Liga 1/2/3 · Evolución de los gastos (en millones de euros)

GASTOS	2011/ 12	2012/ 13	2013/ 14	2014/ 15	2015/ 16	TACC % (4 años)	VP % (4 años)
Personal deportivo	94,9	106,6	86,1	88,7	99,9	1,30%	5,20%
Personal no deportivo	12,3	15,5	17,2	22,1	23,5	17,60%	91,30%
Otros gastos explotación	39	41	43,1	46,6	56,3	6,60%	44,20%
Pérdidas, det y prov	2,5	5,3	1,5	2,5	1,7	-9,50%	-32,80%

GASTOS	2011/ 12	2012/ 13	2013/ 14	2014/ 15	2015/ 16	TACC % (4 años)	VP % (4 años)
Aprovisionamiento	3,1	5,4	6	8,3	7,5	24,30%	138,40%
Desplazamientos	5,1	6,9	7,3	7,1	6,9	8,10%	36%
Gastos financieros	8,8	5,7	5,7	8,9	4,2	-16,90%	-52,20%
Amortización jugadores	10,4	16,1	5	5	2,2	-32%	-79,00%
Amort. otro inmov.	6,7	7,9	8,8	13,1	10,8	13%	62,00%
TOTAL GASTOS	182,8	210,4	180,7	202,3	212,9		
V. Anual %		15,09%	-14,11%	11,95%	0,52%		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de La Liga (2016)

Dentro de la evolución total de los diferentes gastos que genera La Liga, conviene subrayar que al igual que ocurre con los ingresos, las cifras que componen la Segunda División son más moderadas frente a las cifras que componen la Primera División, lo que determina el tamaño económico de cada categoría. De esta forma, esta diferencia económica se debe principalmente a la importancia que poseen los distintos clubes que incorporan cada División, de forma que, la economía de cada categoría puede verse alterada por los equipos que entran y salen, ya que hay clubes con estructuras de ingresos y gastos más propios de equipos de Primera División que de Segunda o viceversa.

3.2.3. Comparativa entre los gastos que integran la Primera y la Segunda División en la temporada 2015/16

A la hora de hacer una comparativa entre los distintos gastos que componen ambas categorías (La Liga Santander La Liga 1/2/3), al igual que en los ingresos, se tomará como punto de referencia la última temporada de estudio (2015/16), con el fin de resaltar cuales de estos gastos son más relevantes y por qué. El motivo por el que se ha escogido la última temporada de estudio y no cualquier otra de las cinco que abarca el análisis, se debe a un mayor interés por la obtención de información más próxima a nuestros días.

Por tanto, el personal deportivo se trata de la partida que mayores gastos produce a ambas categorías, tal es así, que el porcentaje que ocupa esta partida en la Primera División es del 50,07%, mientras que, en la Segunda División su porcentaje es del 46,92% (ambos porcentajes reflejan alrededor del 50% de los gastos totales que se producen en sus respectivas categorías), lo que denota que, dentro del fútbol profesional español esta partida es uno de los principales motores, ya que los clubes buscan ofrecer un mayor espectáculo y obtener unos mayores ingresos, de manera que, hacerse con este tipo de jugadores (jugadores estrella) pese a las grandes cifras que se paga por ficharlos y por sus salarios, posibilita la creación de un mayor espectáculo deportivo así como unos mayores ingresos a los clubes mediante negocios como la comercialización, el *match day*, la publicidad o retransmisiones, puesto que los ingresos que estos generarían a los clubes

serían inmersamente mayores a los gastos producidos en sus fichajes y salarios, de ahí, el enorme esfuerzo que realizan los clubes sobre esta partida.

Mientras, la segunda fuente que mayores gastos genera a los clubes son otros gastos de explotación, pese a ser la segunda partida que mayores gastos genera en ambas categorías, la diferencia que se halla entre los porcentajes que registra esta con los anotados en la partida anterior (personal deportivo), son notablemente inferiores, tratándose de 16,51% en la Primera División y 26,44% en la Segunda. Que los clubes realicen tanto gasto en esta partida, se debe a la magnitud e importancia que está adquiriendo el fútbol en nuestro país con el paso de los años, lo que provoca que estos (los clubes) tenga que poseer con el tiempo unas mejores instalaciones, lo que genera unos mayores gastos en arrendamientos, agua, luz... Destacar que, el porcentaje que ocupa esta partida en cuanto a los gastos totales sea mayor en la Segunda División que en la Primera, se debe principalmente al descenso de equipos a Segunda División con estructuras más propias de Primera, ya que estos necesitan unos mejores acondicionamientos en sus instalaciones, dado a que su asistencia es mucho mayor.

Por otro lado, destacar la partida personal no deportivo, se trata de una de las mayores fuentes de gastos dentro del fútbol profesional, ocupando el tercer lugar dentro de la Segunda División con un 11,03%, mientras que en la Primera División pasa a ocupar una cuarto posición colocándose por debajo de la partida amortización jugadores (12,52%) con un 6,26%. Este gasto viene derivado del personal sanitario, seguridad..., ya que cuentan con los mejores profesionales de cada sector. La diferencia hallada entre ambas categoría en cuanto a sus porcentajes se debe principalmente a la importancia que adquieren el resto de partidas que componen los gastos totales, adquiriendo de esta manera un mayor peso en la Segunda División.

El resto de partidas muestran porcentajes más modestos respecto a las partidas mencionadas anteriormente, tratándose de porcentajes muy pequeños como un 1,77%, 2,44% y 2,82% en desplazamientos, amortización otro inmovilizado y aprovisionamientos en La Liga Santander o un 0,79%, 1,03% y 1,97% en provisiones, amortización jugadores y gastos financieros en La Liga 1/2/3. El resto de partidas posee porcentajes modestos pero algo mayores dentro del conjunto de gastos como 3,39% y 4,18% gastos financieros y provisiones en La Liga Santander o 3,24% y 3,52% desplazamientos y aprovisionamientos en La Liga 1/2/3. De manera que, tanto La Liga Santander como en La Liga 1/2/3 presentan porcentajes en sus gastos muy similares. Se deduce que el objetivo tanto de los clubes como de las sociedades anónimas que componen ambas categorías es el mismo, ambas buscan una mayor financiación a través de futuros jugadores estrella (personal deportivo), mientras que, por otro lado, exploran otras maneras de cómo reducir los gastos de otras fuentes las cuales no les proporcionan ninguna rentabilidad futura, como puede ser el caso de los gastos financieros.

Tabla 3. 11: La Liga Santander vs La Liga 1/2/3 · Total gastos (en %)

GASTOS	La Liga Santander	La Liga 1/2/3
Personal deportivo	50,07%	46,92%
Personal no deportivo	6,26%	11,03%
Otros gastos de explotación	16,51%	26,44%

GASTOS	La Liga Santander	La Liga 1/2/3
Pérdidas, deterioro y provisiones	4,18%	0,79%
Aprovisionamientos	2,82%	3,52%
Desplazamientos	1,77%	3,24%
Gastos financieros	3,39%	1,97%
Amortización jugadores	12,52%	1,03%
Amort. otro inmov.	2,44%	5,07%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de La Liga (2016)

Si comparamos ahora los gastos que componen estas dos categorías en esta última temporada en millones de euros y no con porcentajes, sucede que, el personal deportivo en La Liga Santander registra unos gastos de 1.311,7 millones de euros, mientras que, La Liga 1/2/3 lo hace con 99,9 millones de euros. Datos que nos dejan ver la diferencia económica-financiera que existe entre ambas categorías, si se tiene en cuenta que esta rúbrica suponía el 50% del total de gastos en Primera y casi en Segunda División. De manera que, si se fija el análisis de estos gastos solo en millones de euros, se puede ver como los producidos en la Primera División son notablemente superiores a los registrados en la Segunda División, ya que esta cifra anotada en la Primera División es casi 15 veces mayor a la anotada en la Segunda División, registrando una diferencia entre ambas de 1.211,8 millones de euros, al contrario de lo que sucede en el análisis porcentual, en el cual, tan solo se llevaban una diferencia de 3,15% (lo que quiere decir que la importancia que ocupa esta partida en ambas categorías es la misma, independientemente de sus cifras en millones de euros). Destacar, que los gastos producidos en la Primera División sean notablemente superiores a la Segunda, se debe principalmente a dos cuestiones, una, a la diferencia económica ya nombrada anteriormente entre ambas y, dos, a sus jugadores, puesto que debido a esa diferencia económica existente entre los equipos que componen La Liga Santander y La Liga 1/2/3, estos primeros pueden permitirse fichar a unos jugadores mejores y, por tanto, hacer frente a unas cifras mayores que se exigen en sus ventas.

De la misma manera sucede en el caso de la partida otros gastos de explotación, donde los ingresos obtenidos en el Primera División son de 432,7 millones de euros a diferencia de la Segunda con 56,3 millones de euros, estas cifras aun llaman más la atención si se tiene en cuenta que los porcentajes que estas ocupaban en cuanto a su peso relativo en el total de gastos, ya que el porcentaje es bastante mayor en La Liga 1/2/3 (26,44%), que el anotado en La Liga Santander (16,51%), generando así, una diferencia entre ambos de un 10%. De la misma forma sucede con el personal no deportivo con 164,2 millones de euros para La Liga Santander y 23,5 millones de euros para La Liga 1/2/3, ocupando en La Liga Santander un peso relativo de 6,28% y 11,03% en La Liga 1/2/3. Estas diferencias existentes entre sus cifras y sus porcentajes se deben a las estructuras financieras que poseen los clubes que componen cada División, ya que ambas poseen una mayor importancia en la Segunda División, pero sus gastos son producidos en gran medida en la Primera.

En cuanto al resto de partidas, las cifras registradas en la Primera División siguen la misma línea que en los casos anteriores, siendo estas notablemente superiores a las

registradas en la Segunda. Destacan algunas partidas como los aprovisionamientos, desplazamientos o amortización otro inmovilizado, dado que los porcentajes que ocupan estas en cada categoría son ligeramente mayores en la Segunda División, lo que quiere decir que al margen de sus cifras en millones de euros estas poseen una mayor importancia en esta categoría, debido algunos clubes que poseen estructuras más propias de Primera que de Segunda. El resto de partidas, por el contrario, como son provisiones, gastos financieros y amortización jugadores mantienen una mayor importancia en la Primera División tanto en millones de euros como en peso relativo en cuanto a los gastos totales.

Tabla 3. 12: La Liga Santander vs La Liga 1/2/3 · Total gastos (en millones de euros)

GASTOS	La Liga Santander	La Liga 1/2/3
Personal deportivo	1311,7	99,9
Personal no deportivo	164,2	23,5
Otros gastos de explotación	432,7	56,3
Pérdidas, deterioro y provisiones	109,6	1,7
Aprovisionamientos	73,9	7,5
Desplazamientos	46,4	6,9
Gastos financieros	88,9	4,2
Amortización jugadores	328,1	2,2
Amort. otro inmov.	64,1	10,8

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de La Liga (2016)

Si se hace una visión global entre ambas comparativas, los gastos que obtiene La Liga se consiguen principalmente en La Liga Santander, ya que al igual que sucedía con los ingresos, estos ocupan el 92,48% de los gastos totales, mientras que La Liga 1/2/3 genera los 7,52% restante. Esta diferencia entre ambas categorías se debe principalmente a los equipos que componen esta Primera División, ya que estos deben soportar gastos mayores debido a la magnitud de sus clubes y a sus estructuras económico-financieras.

3.3. BENEFICIOS OBTENIDOS

Tras realizar de forma detallada un análisis sobre la evolución de los ingresos y gastos, así como de las diversas fuentes que los componen, se pasará a realizar el estudio de este último capítulo del trabajo. En este, se analizará la evolución de los resultados obtenidos en estos cuatro años, de manera que se podrá obviar la estructura financiera que ha poseído el fútbol profesional desde la temporada 2011/12 hasta la temporada 2015/16. Estudio, en el cual se verá reflejado, mediante los resultados obtenidos, las continuas variaciones que han sufrido los ingresos y gastos a lo largo de este tiempo, así como la influencia que han tenido las retransmisiones en todo ello.

3.3.1. Evolución de los beneficios totales obtenidos en La Liga, la Primera y la Segunda División

Para este futuro análisis, se ha empleado dentro de los indicadores como resultados contables EBITDA¹¹, EBIT¹² y BAI¹³, el indicador BAI, con el fin de mantener al margen los impuestos de sociedades y, de esta forma, poder ver con mayor claridad los cambios que ha registrado La Liga tanto en su conjunto como por categorías.

Una vez nombrado los tres indicadores con los que se contaba y aclarado cuál de ellos va a ser utilizado para este futuro análisis, el estudio comienza en la primera temporada de estudio (2011/12) con unas pérdidas de -81,3 y -54,0 millones de euros para La Liga Santander y La Liga 1/2/3 respectivamente, lo que hace un total para La Liga de -135,3 millones de euros. Dato bastante significativo si tenemos en cuenta que dentro del periodo de estudio que abarca este trabajo, se trata de la única temporada en la que La Liga obtiene un resultado negativo, lo que quiere decir que en ese año tanto los clubes como las sociedades anónimas que componían el fútbol profesional atravesaban una grave crisis financiera debido principalmente a su deuda contraída con Hacienda. En la segunda temporada de estudio (temporada 2012/13), La Liga Santander obtiene, a diferencia de la temporada anterior, un resultado positivo, anotando 182,2 millones de euros, mientras que La Liga 1/2/3 sigue aumentando sus malos resultados obteniendo una pérdida de -57,8 millones de euros. Pese al mal resultado obtenido por la Segunda División, el resultado total de La Liga mejora obteniendo en esta temporada unos beneficios de 124,4 millones de euros, lo que produce un aumento en la variación anual de 91,94%. En la temporada siguiente (temporada 2013/14), se produce un cambio en ambas categorías, disminuyendo los beneficios en la Primera División hasta anotar 179 millones de euros, y mejorando por el contrario la situación en La Liga 1/2/3 reduciendo sus pérdidas a -22,8 millones de euros, lo que da lugar a unos beneficios totales para La Liga de 156,1 millones de euros. En este caso la variación anual aumenta a un menor ritmo respecto a la temporada anterior con un 25,48%, lo que implica un menor crecimiento en el resultado, aun así, dato positivo para La Liga, ya que los beneficios siguen creciendo. Así, llegamos a la temporada 2014/15, donde los datos son muy favorables aumentando los beneficios en La Liga a 179,5 millones de euros, desglosando estos en un aumento en La Liga Santander de 183,4 millones de euros y disminuyendo las pérdidas en La Liga 1/2/3 a -3,9 millones de euros, lo que genera una mejora en los beneficios totales anotando un aumento en la variación anual de +14,99%. Ya en la última temporada de estudio (2015/16), por primera vez todos los resultados comienzan a ser positivos, La Liga obtiene un total de 201,2 millones de euros, de los cuales, 186,6 millones de euros son obtenidos de La Liga Santander, mientras que La Liga 1/2/3 por primera vez comienza a ser favorable con un beneficio de 14,6 millones de euros. Gran parte de este saneamiento ha podido lograrse gracias a los ingresos obtenidos mediante las retransmisiones tras la aprobación de la ley 5/2015 aprobada en el año 2015, lo que ha producido desde su aprobación un mayor aumento de los ingresos en los clubes produciendo una mayor recuperación en la crisis financiera que ambas categorías y en especial la La Liga 1/2/3 sufrían.

¹¹ Se define como el resultado neto de los clubes, sin considerar el impuesto sobre sociedades, el resultado financiero, las depreciaciones y las amortizaciones, así como las pérdidas, deterioros y variaciones de provisiones por operaciones comerciales.

¹² Resultado neto de explotación.

¹³ Resultado antes de impuestos, que se calcula como el resultado de los clubes antes del Impuesto de Sociedades.

Tabla 3. 13: La Liga · Evolución de los beneficios totales (en millones de euros)

BAI	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16
La Liga Santander	-81,3	182,2	179,0	183,4	186,6
La Liga 1/2/3	-54,0	-57,8	-22,8	-3,9	14,6
La Liga	-135,3	124,4	156,1	179,5	201,2
V. % Anual		91,94%	25,48%	14,99%	12,08%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de La Liga (2016)

Por tanto, la evolución que han sufrido los beneficios en estos últimos años, muestran una competición más saneada tanto económica como financieramente, ya que como se puede apreciar tras cuatro años consecutivos, el incremento de ingresos mejora cada vez más los resultados, lo que permite afirmar un cambio en la estructuración financiera del fútbol profesional español desde hace unos años ahora. Por otro lado, mentar que La Liga 1/2/3 aún necesita alguna temporada más para que se establezca su situación financiera, pero, en términos generales el objetivo es totalmente favorable tanto en esta categoría como en La Liga Santander y La Liga.

3.3.2. Beneficio y Rentabilidad que generan las retransmisiones televisivas en La Liga (1ª y 2ª División)

Con los datos expuestos anteriormente se pretende demostrar en este apartado el porcentaje de beneficios que generan las retransmisiones en los beneficios totales obtenidos en cada temporada de La Liga a través de la siguiente fórmula:

$$B^{\circ}xRtrns = \frac{B^{\circ}Toltal}{InversiónxRtrans}^{14}$$

donde el beneficio total son los beneficios totales que ha obtenido La Liga y la inversión por retransmisiones es el dinero que ha invertido La Liga en las retransmisiones.

Para poder obtener los beneficios por retransmisiones que se buscan a través de esta fórmula, se cuenta con los beneficios totales que obtiene La Liga, pero no con el dinero que esta invierte en las retransmisiones. La dificultad de llevar a cabo esta fórmula, se halla a la hora de obtener los datos que reflejen el dinero que La Liga ha invertido en las retransmisiones, ya que los derechos audiovisuales pertenecientes a cada club son cedidos de forma gratuita a La Liga para que esta comercialice con ellos y, así, posteriormente obtener unos beneficios. Beneficios que La Liga se encarga de repartir

¹⁴ La Liga no invierte dinero por las retransmisiones como tal, si se podría considerar como inversión el pago de personal, administraciones, informáticos... que son precisos para poder llevar a cabo el proceso de comercialización, pero se trata de información inaccesible al alcance de este estudio, ya que la única manera fehaciente de obtener esta información, sería poniéndose en contacto con La Liga y que ellos quisieran facilitaros tal información (información que ha sido denegada por parte de la organización).

entre los diversos clubes profesionales que la componen y, de esa forma, poder alcanzar una mayor equidad económica y financiera entre ellos.

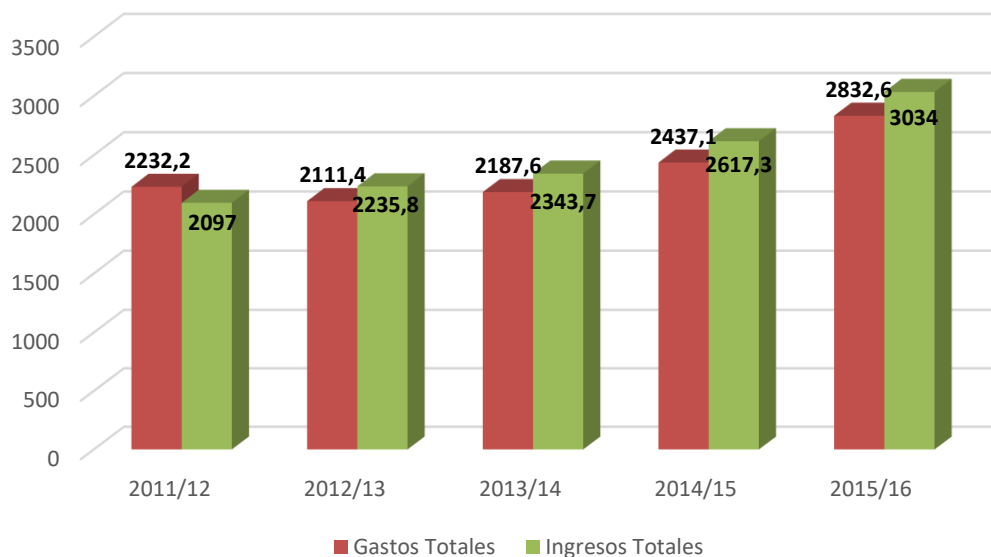
De manera que La Liga no realiza ninguna inversión. Si dividimos el resultado obtenido de cualquiera de las cinco temporadas de estudio entre cero, el resultado será más o menos infinito, así que, cualquier resultado obtenido mediante esta fórmula no servirá para obtener unas conclusiones o muestras fehacientes de lo que se quiere mostrar.

Por lo tanto, para poder demostrar la influencia que tienen estas retransmisiones sobre los beneficios totales obtenidos en La Liga, se ha realizado un primer gráfico en el que se representan los ingresos y gastos totales que obtiene La Liga en cada una de las temporadas de estudio. Una vez sintetizada esta información, se muestra un segundo gráfico compuesto por unas columnas acumulativas, donde cada una de ellas muestra el total de ingresos que obtiene La Liga en cada temporada, dejando claro los ingresos obtenidos mediante las retransmisiones y los ingresos obtenidos mediante el resto de partidas, véase, *match day*, comercialización, etc.

Así, en este primer gráfico de ingresos y gastos que dispone La Liga, los gastos superan a los ingresos en la primera temporada de estudio (2011/12), lo que quiere decir que en este año el resultado fue negativo, La Liga registro pérdidas en sus cuentas, pese a ello, el segundo gráfico, muestra como solo las retransmisiones ya ocupaban más de un tercio del total de ingresos obtenidos, de manera que, por aquellos años las retransmisiones ya poseían un papel trascendental para La Liga. En el resto de temporadas de estudio, los ingresos aumentan de forma paulatina de la misma manera que lo hacen los gastos, pero esta vez, los ingresos superan a los gastos produciendo unos resultados positivos a La Liga.

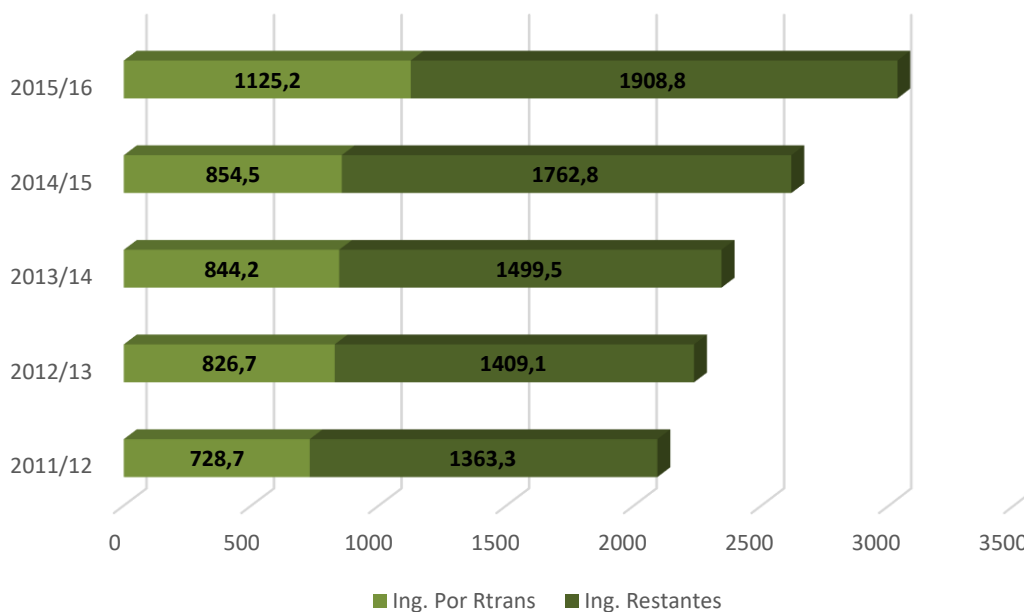
Si nos centramos ahora en el segundo gráfico, se ve como el aumento de los ingresos no ha cesado. Las retransmisiones siguen ocupando más de un cuarto del total de los ingresos en cada temporada, resaltar que pese al continuo aumento que han sufrido los ingresos durante todo estos años, las retransmisiones aumentan de forma más significativa en la última temporada de estudio (2015/16), esto se debe a la creación de la nueva ley 5/2015, implantada ya ese año, lo que ha promovido un aumento de ingresos en esta partida ocasionando de esta forma, unos mayores ingresos a La Liga y, por tanto, unos mayores beneficios. Se espera que, de cara al futuro, los beneficios obtenidos por La Liga provengan casi en su totalidad de los ingresos obtenidos mediante las retransmisiones.

Gráfica 3. 3: La Liga · Ingresos y gastos totales (en millones de euros)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de La Liga (2016)

Gráfica 3. 4: La Liga Ingresos totales (en millones de euros)

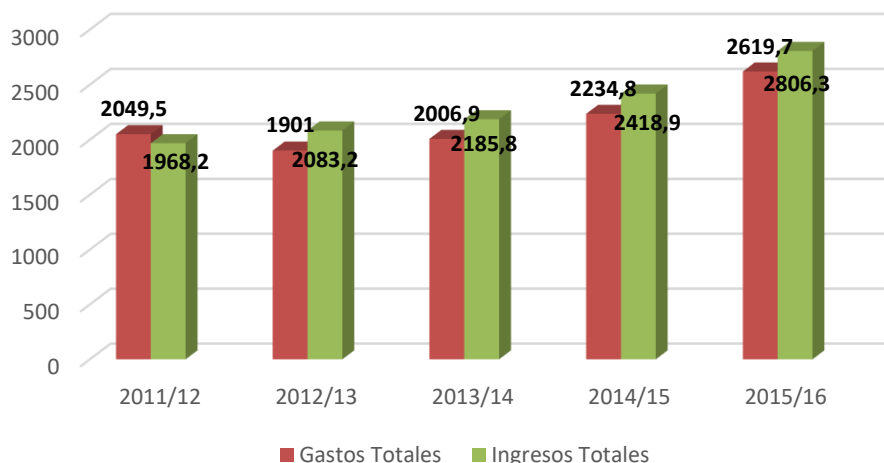


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de La Liga (2016)

La Liga Santander, al igual que ha sucedido durante todo el estudio del trabajo, sigue la misma línea que La Liga. En la primera temporada de estudio (2011/12), sus gastos superaron a los ingresos, de forma que, el resultado obtenido fue negativo. En el resto de temporadas los ingresos se encuentran por encima de los gastos, ocasionando unos resultados positivos. Los beneficios obtenidos a partir de la segunda temporada de estudio (2012/13) son gracias a los ingresos reflejados en el segundo gráfico, en el cual,

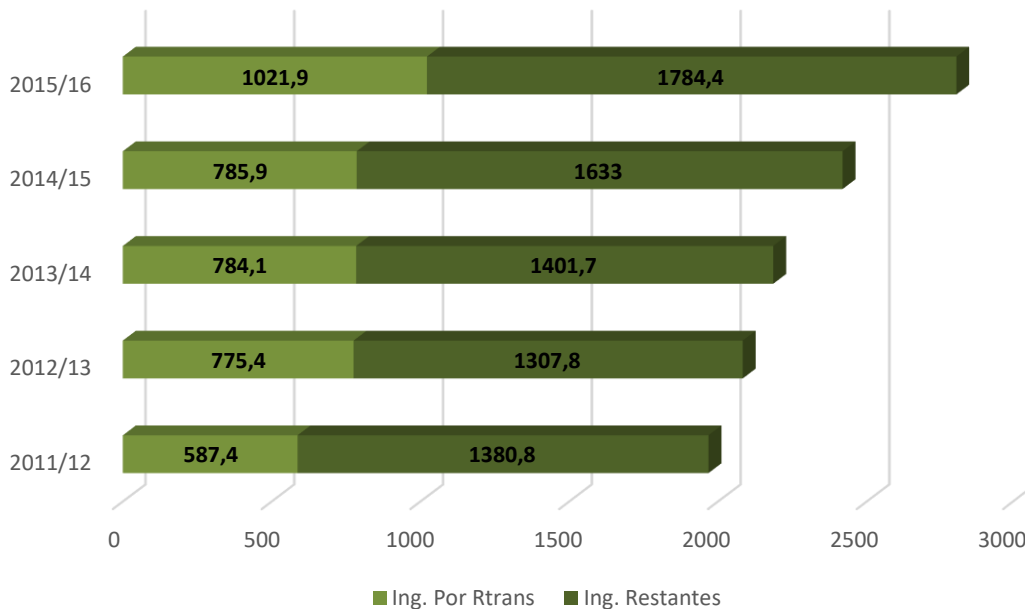
las retransmisiones llegan a ocupar casi un cuarto de los ingresos obtenidos en cada temporada. Al igual que sucedía en el caso anterior, es en la última temporada de estudio (2015/16), donde se refleja la mayor subida de ingresos en cuando retransmisiones se refiere. Lo que denota que las retransmisiones son el principal motor de ingresos en esta categoría y, por tanto, la principal precursora de su obtención de beneficios.

Gráfica 3. 5: La Liga Santander · Ingresos y gastos totales (en millones de euros)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de La Liga (2016)

Gráfica 3. 6: La Liga Santander · Ingresos totales (en millones de euros)

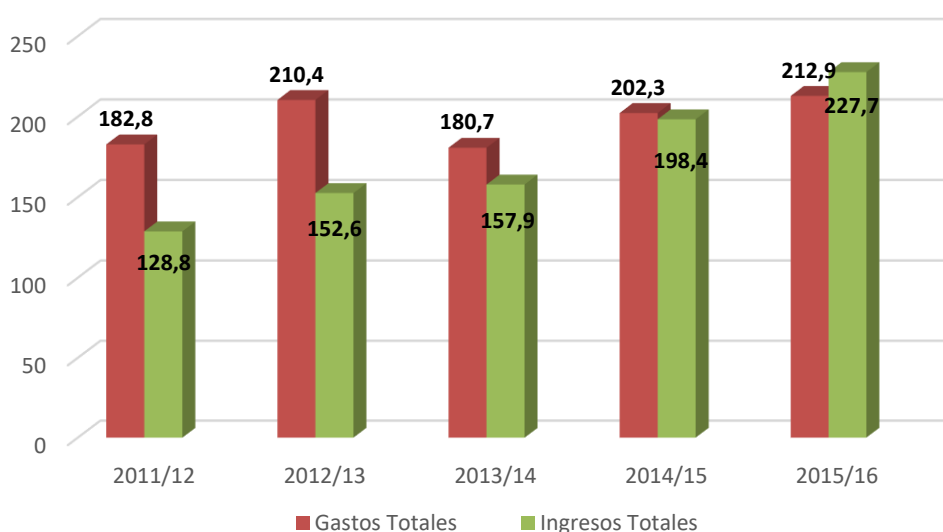


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de La Liga (2016)

En cuanto a La Liga 1/2/3, la tendencia cambia respecto a los dos casos anteriores, los gastos superan a los ingresos en todas las temporadas de este estudio menos en la última temporada (2015/16). Pese al continuo aumento que los ingresos han experimentado durante estos cuatro años, no es hasta la última temporada donde se ve reforzada esta categoría, con la obtención de resultados positivos.

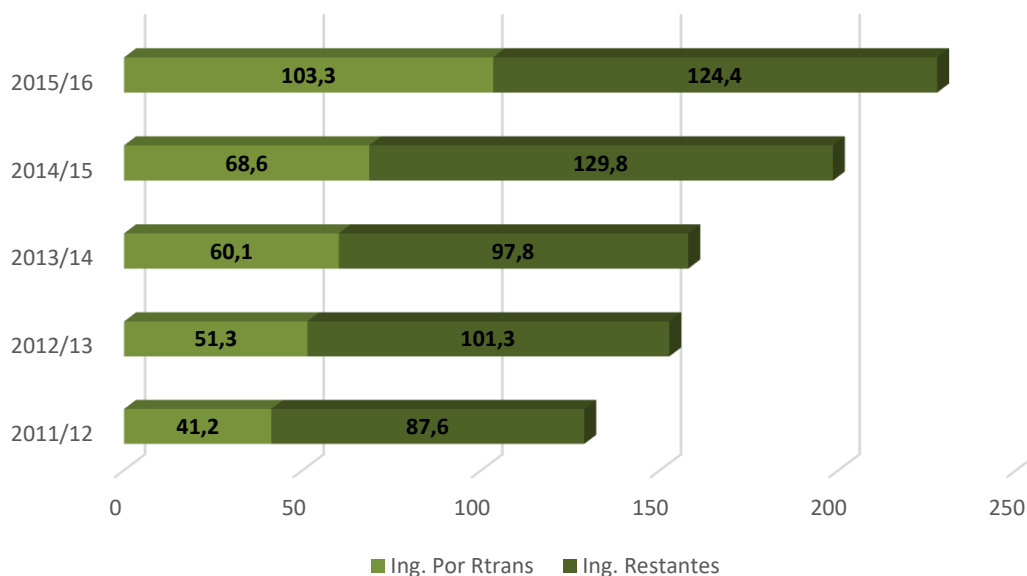
Si nos centramos en el segundo gráfico, se puede ver cómo, pese a los malos resultados obtenidos durante cuatro temporadas, las retransmisiones han ocupado un lugar relevante frente al resto de partidas, cubriendo más de un tercio del total de los ingresos obtenidos en cada temporada, a excepción de la última temporada (2015/16), donde llega a ostentar casi la mitad de los ingresos obtenidos. Estas cifras reflejan como las retransmisiones toman un papel más importante que en la Primera División, de manera que, gracias a esta partida los ingresos cada vez son mayores y, por tanto, los beneficios obtenidos en esta categoría aumentan cada vez más, lo que provoca que, la diferencia económica-financiera que existe con la Primera División sea menor, dando paso a la creación de una liga cada vez más competitiva.

Gráfica 3. 7: La Liga 1/2/3 · Ingresos y gastos totales (en millones de euros)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de La Liga (2016)

Gráfica 3. 8: La Liga 1/2/3 · Ingresos totales (en millones de euros)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de La Liga (2016)

Otro punto que se pretendía calcular en este apartado, era la Rentabilidad que generaban las retransmisiones en cada temporada a partir de la siguiente formula:

$$Rentabilidad = \frac{B^o \times Rtrans}{Inversión \times Rtrans}$$

donde los beneficios por retransmisiones son los beneficios totales obtenidos por las retransmisiones y la inversión por retransmisiones es el dinero que ha invertido La Liga en dichas retransmisiones.

Como nos sucedía con en el cálculo de los beneficios obtenidos por las retransmisiones, se sigue desconociendo la cifra del dinero invertido en retransmisiones, por lo tanto, ha sido imposible calcular los beneficios obtenido por retransmisiones, lo que arrastra a no poder calcular la Rentabilidad que estas generan. Recordar que La Liga no invertía en retransmisiones, los derechos audiovisuales de cada club son cedidos gratuitamente por cada uno de ellos a La Liga, de manera que, esta solo obtiene beneficios en su comercialización.

CONCLUSIONES

Las retransmisiones deportivas, en especial de los partidos de fútbol, son un negocio que mueve unas cifras desorbitadas, que otorgan una posición de dominio en el mercado a quienes se han hecho con los derechos y que, a su vez, actúan como un elemento fundamental para las televisiones, especialmente las de pago, debido al gran arraigo que presentan en España.

El modelo de venta de los derechos de retransmisión audiovisual por parte de los equipos de fútbol en España, se basaba en la negociación individual de cada club con las diferentes operadoras televisivas. El principal problema se producía cuando dos operadoras poseían los derechos de dos equipos que se enfrentaban, este se solucionaba retransmitiendo el partido la plataforma que poseía los derechos del equipo local. De ahí que, por aquel entonces, el reparto televisivo fuera tan desigual, ya que los ingresos que obtenían equipos como el Real Madrid o el FC Barcelona eran notablemente superiores a los que podían obtener el resto, dado que las operadoras estaban dispuestas a pagar mayores cantidades de dinero por hacerse con sus derechos. Esto último se debía a que los encuentros que ambos clubes disputaban suscitaban un mayor interés social, lo que generaba unos mayores beneficios, tanto a las operadoras que se hacían con los derechos de retransmisión, como a ambos clubes.

Pero, con la promulgación del Real Decreto-ley 5/2015 de medidas urgentes en relación a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol, se aprueba la venta conjunta de los derechos audiovisuales. A partir de 2015, los clubes venden sus derechos de forma conjunta y, una vez recaudada la cantidad total, establecen un reparto de acuerdo a una regla pactada.

Normalmente, esa regla tiene un componente que incentiva la competencia entre clubes (quien mejor lo hace y más audiencia tiene, más recibe al año siguiente) y un componente redistributivo que garantiza una liga más disputada y estable (los clubes reciben una cantidad fijada independientemente de su audiencia y resultado). De esta forma, con este nuevo tipo de venta puesta en funcionamiento en la temporada 2015/16, se prevé una mayor regularización y equidad entre los clubes, así como una mayor obtención de ingresos, ya que se estima un aumento de cara a la temporada siguiente de 700 millones de euros.

La venta conjunta aseguró un gran aumento en los ingresos mediante los derechos audiovisuales a todos los participantes de La Liga, excepto a dos, FC Barcelona y Real Madrid, ya que antes eran los mayores beneficiarios y, tras la implantación del Real Decreto-ley 5/2015, se hizo un reparto más equitativo entre el resto de equipos, de lo cual, ambos equipos se verán perjudicados.

Actualmente, el fútbol español ocupa el tercer puesto mundial en la clasificación en base al volumen de negocio. Llegar al primer puesto mundial del negocio del fútbol, mejorar el reparto de los ingresos mediante los derechos audiovisuales y aportar seguridad jurídica y de comercio a las competiciones españolas son varios de los objetivos por los que se crea la venta conjunta de derechos audiovisuales.

En relación con la competencia, se trata de un factor que debe ser respetado para el buen funcionamiento del mercado y para que exista un equilibrio entre ofertantes y demandantes. Así, el Gobierno, a través de diferentes organismos (TDC Y CNMC), debe garantizar y asegurar el respeto de la competencia, así como controlar cualquier conducta o acuerdo que propicie una limitación o falseamiento de la misma. También tienen que evitar que se produzcan abusos de posiciones dominantes en el mercado o la imposición de barreras de entrada que impidan el acceso a nuevos operadores.

La industria futbolística se ha transformado radicalmente como consecuencia de todos los cambios y nuevos reglamentos, tanto a nivel tecnológico, como de juego, producidos en estos últimos años, lo que ha derivado en un cambio bastante significativo en cuanto a su gestión, el cual no se descarta que continúe en un futuro. Debido a estas modificaciones, el fútbol se ha convertido en un negocio del que todo el mundo se pretende beneficiar, dejando claro que se trata de un deporte que cada vez va más allá de lo deportivo. Por tanto, el fútbol se ha transformado en un negocio y los clubes en empresas.

Tras la creación de este nuevo modelo de venta conjunta, los ingresos se verán incrementados notablemente tras su aprobación e implantación en La Liga, lo que originará una mayor profesionalización del fútbol. El reparto más equitativo de los ingresos entre los equipos que componen La Liga, generará una mayor competencia entre los clubes por hacerse con los deportistas estrellas en el juego, anteriormente solo accesibles para el FC Barcelona o Real Madrid, por lo que se requerirán cada vez más deportistas altamente preparados, física y técnicamente, con una dedicación absoluta a su profesión.

Actuando en sentido contrario, la mayor profesionalización del fútbol también generará unos gastos mayores. El nivel de los fichajes y los sueldos en los clubes marcan una diferencia entre los deportistas normales del mercado y los deportistas estrellas. Este efecto producirá un considerable incremento en los gastos de La Liga y, en especial, en

los equipos pertenecientes a la Primera División, puesto que se trata de la categoría donde se encuentra la mayor parte de los jugadores estrella.

Por otro lado, el aumento de ingresos que ha generado esta venta conjunta, ha provocado que los clubes ahora puedan alcanzar funciones más complejas. Estas funciones obligan a plantearse la incorporación de profesionales preparados para la gestión específica de este tipo de entidades, dado que no se podrían manejar clubes de tales dimensiones solo con buena voluntad, lo que provoca una mayor profesionalización del fútbol en cuanto a su gestión, ya que se crea una mayor planificación de las actividades, una formalización de procedimientos y reglas, una adecuada coordinación entre áreas y un proceso establecido para la toma de decisiones, todo con el objetivo de conseguir una mayor eficacia y eficiencia en la gestión del club.

Los ingresos obtenidos durante las cinco temporadas analizadas, afianzan la importancia que poseen las retransmisiones, ya que estas presentan unas cifras, tanto en términos absolutos, como en su evolución, notablemente superiores al resto de las partidas, llegando a ocupar de esta manera un tercio del total de los ingresos que obtiene La Liga. Es tal el crecimiento que está experimentando en estos últimos años, que ha llegado a sustituir a partidas como el merchandising o los traspasos, dato importante si tenemos en cuenta que estos fueron los motores principales de ingresos en el fútbol profesional español en temporadas anteriores.

Una de las principales medidas utilizadas para llevar a cabo una mejor gestión del fútbol por parte de los clubes, ha sido apostar cada vez más por las fuentes que componen el INCN y, en especial, por la venta de los derechos audiovisuales. Según los resultados obtenidos a lo largo del estudio, La Liga tiene un futuro prometedor, ya que las retransmisiones representan la mayor evolución dentro del INCN, lo que acredita su importancia en el negocio del fútbol, constituyendo de esta forma una importante fuente de estabilidad económica-financiera, permitiendo generar un seguro importante de firmeza dentro de los ingresos totales de La Liga.

Así, el continuo aumento de ingresos que ha generado las retransmisiones en estos últimos cuatro años ha ocasionado un tercio de los ingresos totales en la Primera División y la mitad de los ingresos en la Segunda División. Esto quiere decir que, pese a ser la fuente principal en ambas categorías, en La Liga 1/2/3 adquiere una mayor importancia generándose un mayor crecimiento económico y una menor diferencia económica-financiera entre las dos categorías, provocando mayor competitividad y, por tanto, un importante reclamo en el ámbito futbolístico.

Dentro de los gastos pertenecientes a La Liga, destaca el esfuerzo relativo que están empleados tanto los clubes como las sociedades anónimas que la componen. Los ingresos se mantienen por encima de los gastos lo que ha ocasionado una mejora en la financiación de estos y, por tanto una mejor situación económica en el panorama futbolístico. Mientras, dentro de la evolución total de los diferentes gastos que produce La Liga, conviene subrayar que, al igual que ocurre con los ingresos, las cifras que componen la Segunda División son más moderadas frente a las cifras que componen la Primera División, lo que determina el tamaño económico de cada categoría. Esta diferencia económica se debe principalmente a la importancia que poseen los distintos clubes que incorporan cada división. La economía de cada categoría puede verse alterada por los equipos que entran y salen, ya que hay clubes con estructuras de ingresos y gastos más propios de equipos de Primera División que de Segunda o viceversa.

El estudio económico-financiero nos da una muestra de una competición más saneada y sólida, tanto económica, como financieramente. Tras cuatro años consecutivos de incremento en los ingresos y mejora de resultados, los clubes que componen el fútbol profesional se encuentran en unos niveles que nos permite afirmar que el proceso de reestructuración del fútbol profesional ha dado sus frutos. Es cierto que aún persisten algunos clubes pertenecientes a La Liga 1/2/3 que todavía necesitan alguna temporada adicional para estabilizarse, pero la situación financiera en términos generales ha sido favorable, y esto es debido, principalmente, al continuo crecimiento de los ingresos obtenidos a través de las retransmisiones, ya que en poco tiempo ha pasado a ser la principal fuente de ingresos para La Liga, lo que evidencia el beneficio que esta está generando al fútbol profesional español y, por tanto, la creciente importancia que está adquiriendo de cara a la sociedad. Se estima que, de aquí a unos años, la partida de ingresos por retransmisiones abarque casi la totalidad de los ingresos obtenidos en La Liga.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS:

ALCOBA, A. (1980): *El periodismo deportivo en la sociedad moderna*. A. Alcoba, D.L., Madrid.

ALCOBA, A. (1987): *Deporte y comunicación*. A. Alcoba, D.L., Madrid.

ASCARI, G. y GAGNEPAIN, P. (2006): “*Spanish Football. Journal of Sports Economics*”. Simon Chadwick, Sean Hamil, London.

BARAJAS, A. (2004): “*Modelo de valoración de clubes de fútbol basado en los factores clave de su negocio*” [pdf]. Tesis doctoral dirigida por P. Fernández López y C.M. Fernández-Jardón. Universidad de Navarra. Pamplona. Disponible en https://mpra.ub.uni-muenchen.de/13158/1/MPRA_paper_13158.pdf. [Consulta: 27 de abril de 2018]

BARAJAS, A. Y UTRILLA, I. (2007): “*Economic impact of support in Spanish professional football*”. Emerald Group Publishing Limited, London.

BARROSO, J. (1996): *Realización de los géneros televisivos*. Síntesis, Madrid.

BEECH, J. y CHADWICK SIMON. (2004): *The Business of Sport Management*. Financial Times, Oxford.

BONAUT, J. (2006): “*Televisión y deporte: la influencia de la programación deportiva en el desarrollo de TVE durante el monopolio de la televisión pública (1956-1988)*”. Comunicación Pública, Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra, Pamplona.

CEBRIÁN, M. (1998): *Información televisiva. Menciones, contenidos, expresión y programación*. Síntesis Madrid, Madrid.

CEREZO, M. (1994): *Teorías sobre el medio televisivo. El discurso de la televisión. Teoría del medio televisivo*. Grupo Imagino, Granada.

DAYAN D. y KATZ, E. (1995): *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*. Gustavo Gili, Barcelona.

DÍEZ, J. (2012): *La administración pública y el negocio del fútbol profesional*. Universidad de León, León.

DÍEZ, F. (2006): *Los derechos de retransmisión de partidos de fútbol desde la perspectiva antitrust*. Universidad de Nebrija, Madrid.

DOBSON, S. y GODDARD, J. (2011): *The economics of football*. Cambridge University Press, Cambridge.

FERNÁNDEZ, F. (1994): *Clase social, exposición a la televisión y percepción de la violencia en la televisión en estudiantes urbanos en educación básica*. Fuenzalida, V. Chile.

GALEANO, E. (1995): *El fútbol a sol y sombra*. Siglo XXI, Madrid.

KHUN, T.S. (2006): *La estructura de las revoluciones científicas*. S. L. Fondo de Cultura Económica de España, Madrid.

LORENZO, F. (1967): “*La televisión como instrumento de promoción*”, en TVE (Ed.) (1967): *Estudios sobre televisión*. Autor, Madrid.

RIERA, J. (1985): *Introducción a la psicología del deporte*. Martínez Roca, Barcelona.

ROGER, V. (2010): *Nuevas tecnologías aplicadas a la realización de la información audiovisual y retransmisiones deportivas*. Universidad Politécnica de Valencia, Valencia.

ARTÍCULOS CIENTÍFICOS:

BARAJAS, A. y URRUTIA, I. (2007): “Economic impact of support in Spanish professional football”. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 8 (3), pp. 272-280.

BLANCO, J. M^a. (1999): “Análisis de una situación informativa privilegiada”. *En Revista Latina de Comunicación Social*. La Laguna, Tenerife (España). Disponible en: <http://ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/72ita.htm>

BLANCO, M. y FORCADELL, F. J. (2006): “La aplicación de un modelo empresarial a una entidad deportiva en España”. *Universia Business Review*, (11), pp. 36-61.

BONAUT, J. (2008): “Televisión y deporte: la influencia de la programación deportiva en el desarrollo histórico de TVE durante el monopolio de la televisión pública (1956-1988)”. *Comunicación y Sociedad*, XXI (1), pp. 103-136. Disponible en: http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=38

BONAUT, J. (2012): “El eterno problema del fútbol televisado en España: una perspectiva histórica de la lucha por los derechos de retransmisión de la Liga de fútbol Profesional”. *Communication & Society*, vol. 23 (2). Disponible en: https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=363

BONAUT, J. (2012): “Retransmisiones futbolísticas televisivas en España: perspectiva histórica de una relación de necesidad (1956-1988)”. *Historia y Comunicación Social*, número 17, pp. 249-268. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/40609/38926>

FERNÁNDEZ, E.; MONTES, J. M. y VÁZQUEZ, C. J. (1996): “Caracterización económica de la gran empresa industrial española según su rentabilidad”. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, XX (87), pp. 343-359.

FONDEVILLA ROCA, E. (1986): “El diagnóstico financiero”. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, XVI (49), pp.89-112.

GARCÍA, J. V. y ALCOLEA, G. (2011): “Los derechos audiovisuales de retransmisiones deportivas y su repercusión en el mercado televisivo español”. *Razón y Palabra*, 77, pp 51.

GINESTA PORTET, X. (2011): “El fútbol y el negocio del entretenimiento global. Los clubes como multinacionales del ocio”. *Comunicación y Sociedad*, 24 (1), pp. 141-166.

GÓMEZ, S.; OPAZO, M. y MARTÍ, C. (2008): “Características estructurales de las organizaciones deportivas: Principales tendencias en el debate académico”. *CSBM, Center for Sport Business Management*. Disponible en: <http://www.ieseinsight.com/fichaMaterial.aspx?pk=690&idi=1&origen=1&idioma=1>

GONZÁLEZ, J. (1985): “Introducción a una teoría del espectáculo”. *Telos. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, 4, pp. 35-44.

PORRO, N. (1997): “El fútbol como evento televisivo”. *ERI – RAI*, pp. 93-123.

PUJADAS, X. y SANTACANA, C. (2001): “La comercialización del ocio deportivo en España. El caso del fútbol 1900-1928”. *Historia Social*, 41 (41), pp. 147-167.

INFORMES Y DOCUMENTOS TÉCNICOS:

CNMC (2015): *Propuesta de LNFP de Condiciones para la Comercialización Centralizada de los Derechos Audiovisuales de Campeonato Nacional de Fútbol en las Temporadas 2015/2016 a 2017/2018*. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (INF/DC/001/15), pp.1–41.

CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES (1999-2013): *Balance de la situación Económico- Financiera del fútbol español 1999-2013*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES (2015): *Balance de la situación económica-financiera del fútbol español 1999/2014*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

DELOITTE (2013): *Turnover Annual Review of Football Finance – Highlights Deloitte Annual Review of Football Finance 2013*.

DELOITTE (2015a): *Commercial breaks: Football money league*.

DELOITTE (2015b): *Revolution, Annual review of football finance – highlights*.

LFP (2011). *Memoria LFP 2010/11*.

LFP (2012). *Memoria LFP 2011/12*.

LFP (2013). *Memoria LFP 2012/13*.

LFP (2014). *Memoria LFP 2013/14.*

LFP (2015). *Memoria LFP 2014/15.*

LFP (2015a). *Bases para la solicitud de ofertas para comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División y de la Copa de S.M.*

LFP (2015b). *Evolución del proceso de solicitud de ofertas para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales.*

LFP (2015c). *Informe Económico del Fútbol Profesional 2015.*

LFP (2015d). *Ronda de Ofertas para los Lotes 1, 2, 3y 4.*

LFP (2016). *Memoria LFP 2015/16.*

VILÁ ABOGADOS (2015): *Derechos Audiovisuales y Fútbol.*

ARTÍCULOS PERIODÍSTICOS Y SIMILARES:

ASENSIO, A. (1996): “Confusión y Claridad”. *Antena 3*. Disponible en: <http://lahemerotecadelbuitre.com/piezas/se-endurece-la-primera-guerra-del-futbol-entre-el-grupo-prisa-y-el-grupo-zeta-con-cruce-de-editoriales-y-comunicados/>

ASENSIO, A. (1996): “El diario EL PAÍS vuelve a faltar a la verdad”. *Antena 3*. Disponible en: <http://lahemerotecadelbuitre.com/piezas/se-endurece-la-primera-guerra-del-futbol-entre-el-grupo-prisa-y-el-grupo-zeta-con-cruce-de-editoriales-y-comunicados/>

ASENSIO, A. (1997): “Telefónica compra el 25% de Antena 3”. *La Vanguardia*. Disponible en: <http://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/1997/06/28/pagina-14/34628707/pdf.html>

BOE: “Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte (Texto Consolidado)”. *Boletín Oficial del Estado*, pp. 1-90.

CEBERIO, J. (1996): “Jordi Pujol, el poder detrás de Asensio”. *El País*. Disponible en: <http://lahemerotecadelbuitre.com/piezas/se-endurece-la-primera-guerra-del-futbol-entre-el-grupo-prisa-y-el-grupo-zeta-con-cruce-de-editoriales-y-comunicados/>

EUROSPORT (2003): “La locura de los derechos audiovisuales del fútbol”. Disponible en: https://www.eurosport.es/futbol/la-locura-de-los-derechos-audiovisuales-del-futbol_sto4735309/story.shtml

FRANCO, A. (1996): “Falsedad de EL PAÍS en la guerra del fútbol. La independencia de EL PERIÓDICO”. *El Periódico*. Disponible en: <http://lahemerotecadelbuitre.com/piezas/se-endurece-la-primera-guerra-del-futbol-entre-el-grupo-prisa-y-el-grupo-zeta-con-cruce-de-editoriales-y-comunicados/>

HEMEROTECA DEL BUITRE (2007): “Estalla “la Segunda Guerra del Fútbol” entre Sogecable (GRUPO PRISA) y la productora Mediapro (LA SEXTA) por los derechos de la Liga”. Disponible en: <http://lahemerotecadelbuitre.com/piezas/estalla-la-segunda-guerra-del-futbol-entre-sogecable-grupo-prisa-y-la-productora-mediapro-co-propietaria-de-la-sexta-por-la-emision-de-los-partidos/>

HERRERO, A.; GUTIÉRREZ, J. L. Y CACHO, J. (1996): “La mañana”. *Cope*. Disponible en: <http://lahemerotecadelbuitre.com/piezas/se-endurece-la-primera-guerra-del-futbol-entre-el-grupo-prisa-y-el-grupo-zeta-con-cruce-de-editoriales-y-comunicados/>

LA BANDA IZQUIERDA (2011): “Primera guerra del fútbol”. Disponible en: <http://labandaizquierda.blogspot.com.es/2011/01/primera-guerra-del-futbol.html>

LA HEMEROTECA DEL BUITRE (1996): “El First Boston considera caótico el marco legal del fútbol en España”. *El País*. Disponible en: <http://lahemerotecadelbuitre.com/piezas/se-endurece-la-primera-guerra-del-futbol-entre-el-grupo-prisa-y-el-grupo-zeta-con-cruce-de-editoriales-y-comunicados/>

LA HEMEROTECA DEL BUITRE (1996): “First Boston niega un informe de El País contra Antena 3 TV”. *El Periódico*. Disponible en: <http://lahemerotecadelbuitre.com/piezas/se-endurece-la-primera-guerra-del-futbol-entre-el-grupo-prisa-y-el-grupo-zeta-con-cruce-de-editoriales-y-comunicados/>

LA HEMEROTECA DEL BUITRE (1996): “Jordi Pujol, el poder detrás de Asensio”. *El País*. Disponible en: <http://lahemerotecadelbuitre.com/piezas/se-endurece-la-primera-guerra-del-futbol-entre-el-grupo-prisa-y-el-grupo-zeta-con-cruce-de-editoriales-y-comunicados/>

LA HEMEROTECA DEL BUITRE (1996): “La independencia de EL PERIÓDICO”. *El Periódico*. Disponible en: <http://lahemerotecadelbuitre.com/piezas/se-endurece-la-primera-guerra-del-futbol-entre-el-grupo-prisa-y-el-grupo-zeta-con-cruce-de-editoriales-y-comunicados/>

LLOPIS, R. (2006): “El Fútbol Como Ritual Festivo: Un análisis referido a la sociedad Española”. *Anduli – Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, 6, pp. 115-132.

MARÍN, J. (2004): “Las retransmisiones deportivas en televisión”. *En Comunicación: Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, número 2, pp. 41-50.

MARÍN, J. (2004): “Las retransmisiones deportivas en televisión”. *Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad Literatura, I. Universidad de Sevilla, Sevilla (España)*. Disponible en: http://www.revistacomunicacion.org/comunicación_numero_2.htm

POLANCO, J. (1996): “Miente, Confunde y Falsea”. *El País*. Disponible en: <http://lahemerotecadelbuitre.com/piezas/se-endurece-la-primera-guerra-del-futbol-entre-el-grupo-prisa-y-el-grupo-zeta-con-cruce-de-editoriales-y-comunicados/>

SANUY, F. y CALLEJA, J. M^a. (1996): “Protagonistas”. *Onda Cero*. Disponible en: <http://lahemerotecadelbuitre.com/piezas/se-endurece-la-primera-guerra-del-futbol-entre-el-grupo-prisa-y-el-grupo-zeta-con-cruce-de-editoriales-y-comunicados/>

XATAKA (2015): “Lahistoria de Canal+ en España, desde las emisiones codificadas a Telefónica”. Disponible en: <https://www.xataka.com/otros/la-historia-de-canal-en-espana-desde-las-emisiones-codificadas-a-telefonica>

LEGISLACIÓN:

ESPAÑA. Ley 21/1997, de 3 de julio, reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos. Boletín Oficial del Estado, núm. 159, de 04 de julio de 1997, pp. 20742 a 20744.

ESPAÑA. Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (Texto Consolidado). Boletín Oficial del Estado, pp. 1-47.

ESPAÑA. 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. Boletín Oficial del Estado, pp. 88340-88344.

GLOSARIO

- AVS:** Audiovisual Sport
- BAI:** Beneficios Antes de Impuestos
- CE:** Comisión Europea
- CNL:** Campeonato Nacional de Liga
- CNMC:** Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia
- CSD:** Consejo Superior de Deportes
- EBIT:** Resultado Neto de Explotación
- EBITDA:** Resultado Bruto de Explotación
- EEE:** Espacio Económico Europeo
- FIFA:** Federación Internacional de Fútbol Asociación
- FORTA:** Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos
- GMA:** Gestora de Medios Audiovisuales
- GOL T:** Gol Televisión
- INCN:** Importe Neto de la Cifra de Negocios
- LFP:** Liga de Fútbol Profesional
- PPV:** Pago por Visión
- PRISA:** Promotora de Informaciones S.A.
- RAE:** Real Academia Española
- RFEF:** Real Federación Española de Fútbol
- RTVE:** Radio Televisión Española
- TACC:** Tasa Anual de Crecimiento Compuesto
- TDC:** Comisión Nacional de la Competencia
- TDT:** Televisión Digital Terrestre
- TV3:** Televisión generalista pública de Cataluña, España
- TVE:** Televisión Española
- UEFA:** Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol
- VP:** Variación Porcentual