



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y DEL TRABAJO DE
SORIA

Grado en Administración y Dirección de Empresas

TRABAJO FIN DE GRADO

El valor económico del fútbol femenino

Presentado por M^a Nazareth Rilova Martín

Tutelado por: Conrado Diego García Gómez

Soria, junio de 2021

CET

FACULTAD de CIENCIAS EMPRESARIALES y del TRABAJO de SORIA

ÍNDICE

RESUMEN	3
1. INTRODUCCIÓN	4
1.1. Justificación	4
1.2. Objetivos	4
1.3. Metodología	5
2. PANORAMA DEL FÚTBOL FEMENINO	5
2.1. Origen	5
2.2. Situación actual a nivel europeo y mundial	6
2.3. Situación actual en España.....	6
3. LEGISLACIÓN DEL FÚTBOL FEMENINO	10
4. CREACIÓN DE VALOR	13
4.1. Derechos televisivos, audiencias y asistencia.....	15
4.2. Patrocinio	17
4.3. Proyectos FIFA	19
4.4. Apoyo de las Instituciones Públicas	20
4.5. Profesionalización.....	22
4.6. Traspasos	23
5. ANÁLISIS.....	27
5.1. Apoyo de las instituciones públicas.....	28
5.2. Patrocinio	30
5.3. Derechos televisivos	31
5.4. Cuentas anuales.....	32
6. MEJORAS PROPUESTAS	35
7. CONCLUSIONES	37
8. LISTA DE REFERENCIAS	38
9. ANEXOS.....	40

RESUMEN

En el presente Trabajo Fin de Grado se analizará la situación económica del fútbol femenino español, principalmente a través del estudio de los estados financieros de los clubes deportivos.

El objetivo principal de este estudio es averiguar si el fútbol femenino constituye un generador de valor, tanto directa como indirectamente. El deporte, y sobre todo el fútbol, tiene múltiples factores a través de los cuales es capaz de aportar un valor añadido, y que gracias a estos se atraiga a distintos inversores que favorezcan el crecimiento de este deporte.

A lo largo del presente Trabajo, se analizarán los factores anteriormente mencionados, y la historia de este deporte en España, y, con el fin de mejorar su situación en el país, se propondrán tres medidas de mejora.

SUMMARY

This final degree project analyzes the Spanish female soccer economic situation, specifically by studying the sport clubs financial states.

The main objective of this study is to find out whether women's football is a value generator, both directly and indirectly. Sport, and especially soccer, has multiple ways to add value, which may attract different investors that favor its growth.

Throughout this project, the aforementioned factors and the history of this sport in Spain will be analyzed and, in order to improve its situation in the country, three improvement measures will be proposed.

Palabras clave:

Fútbol femenino, cuentas anuales, traspasos, patrocinio, instituciones públicas, derechos televisivos, profesionalización.

Keywords:

Female soccer, annual accounts, transfers, sponsorship, public institutions, television rights.

1. INTRODUCCIÓN

El fútbol en España constituye el deporte rey. No hay un patio de colegio en el que los niños no estén jugando a este deporte. A pesar de este hecho, la sección femenina del fútbol siempre ha ido por detrás, y ha arrastrado múltiples problemas como la falta de financiación, escasez de público, etc. A pesar de todo, el fútbol femenino se está abriendo paso en todo el mundo. El último Mundial celebrado en Francia en 2019 marcó un punto de inflexión. Se marcaron audiencias récord y la sociedad tuvo constancia del gran nivel que puede ofrecer este deporte.

Este crecimiento se está reflejando en todos los ámbitos posibles. El número de licencias federativas está creciendo cada vez más, las empresas se están posicionando como patrocinadores e incluso inversores de los clubes, aumentando así la visibilidad de estos, y órganos internacionales como la Fédération Internationale de Football Association (FIFA) se han propuesto que aumente el número de mujeres futbolistas en todo el mundo, además de buscar la profesionalización de las ligas de fútbol femeninas, para conseguir así que el nivel de competitividad aumente. Según datos de este organismo, existen un total de 26 millones de mujeres que juegan al fútbol de manera regular en 180 países en la actualidad, y su objetivo es que para el año 2026, este número aumente a 60 millones.

Muchas son las personas que se cuestionan la viabilidad de este deporte, ya que, comparado con el fútbol masculino, no atrae a cantidades masivas de aficionados. Sin embargo, la potencialidad que presenta está haciendo que las posibilidades de rentabilidad que ofrece el fútbol masculino estén empezando a vislumbrarse también en el fútbol femenino, gracias al crecimiento del número de traspasos, patrocinios, etc.

1.1. Justificación

A pesar de los avances anteriormente comentados, todavía son muchas las trabas que se encuentran en el desarrollo de este deporte, siendo muchas de ellas de índole económico-financiera. Ésta ha sido la principal razón que me ha impulsado a realizar este Trabajo Fin de Grado, ya que el fútbol femenino como tal es capaz de generar el suficiente valor, tanto directa como indirectamente, para que sea rentable invertir en él.

La elección de este tema también responde a motivos personales. Desde siempre el fútbol ha despertado mi interés, al igual que la economía, por lo que estudiar como interactúan estos dos factores me resulta un hecho que realmente me llama mucho la atención. La posibilidad de combinar ambas dimensiones (la futbolística y la económica) me va a permitir entender el porqué de las desigualdades existentes entre hombres y mujeres en el fútbol, tanto laboralmente como económicamente.

1.2. Objetivos

Con el presente Trabajo de Fin de Grado se pretende poner en valor el fútbol femenino, tanto económicamente como deportivamente, un deporte que se encuentra en fase de crecimiento no solo en España sino en todo el mundo.

Como ejemplo de este crecimiento, el aumento del número de traspasos y gasto por estos ha crecido año tras año, y se han batido récords sobre el precio más alto pagado por una futbolista en un corto periodo de tiempo.

Por una parte, como objetivo general:

- Demostrar que el fútbol femenino constituye un generador de valor, tanto directa como indirectamente.

Por otra parte, como objetivos específicos, se tienen los siguientes:

- Analizar cómo factores externos al fútbol pueden influenciar positivamente en su valor.
- Señalar los problemas que el fútbol femenino español ha tenido desde sus inicios hasta la actualidad.
- Proponer mejoras con el propósito de aumentar el impacto y la repercusión del fútbol femenino en España.

1.3. Metodología

Para elaborar este Trabajo Fin de Grado, es importante remarcar la escasa información económico-financiera existente acerca del fútbol femenino, tanto a nivel de clubes como de selecciones nacionales. A pesar de esta dificultad, gracias a personas que están involucradas en el mundo del deporte, se consiguieron las cuentas anuales de los equipos Club Deportivo Akeki de Tenerife¹, Club Deportivo Sporting Club, Fundación Albacete Balompié, Madrid Club Fútbol Femenino, Santa Teresa Club Deportivo, Valencia Fémimas Club de Fútbol y Club Deportivo Juan Grande, además de los presupuestos de Escuelas de Fútbol Logroño.

Añadido a esta fuente de información, se ha utilizado también artículos periodísticos, normativas sobre deporte y convenios laborales referentes al fútbol femenino para complementar este trabajo y poder enmarcarlo normativamente.

A su vez, se ha introducido información cualitativa a través de entrevistas realizadas a tres jugadoras de Reto Iberdrola, una de Primera Nacional y una asociación de deportistas profesionales.

El presente trabajo se ha estructurado de forma que se pueda apreciar la evolución del fútbol femenino en España desde sus inicios en base a los organismos oficiales existentes, tanto nacionales como internacionales que lo regulan, además de la problemática actual sobre los derechos televisivos y las listas de compensación. Con el objetivo de cumplir el fin principal de este Trabajo Fin de Grado, se ha procedido a analizar las cuentas anuales de los equipos anteriormente mencionados, y a identificar los elementos más determinantes referentes a la creación de valor. Por último, en base a dicho análisis, se han elaborado unas breves propuestas de mejora que podrían ayudar a aumentar la visibilidad del fútbol femenino, y con ello, su valor económico, y se han aportado conclusiones del estudio realizado de la información económico-financiera de los clubes.

2. PANORAMA DEL FÚTBOL FEMENINO

2.1. Origen

El origen del fútbol se remonta a la Antigua China, sobre el año 2500 a.C, mediante un juego llamado Tsu Chu, en el que podían jugar tanto hombres como mujeres, por lo que

¹ A lo largo del Trabajo Fin de Grado, Club Deportivo Akeki de Tenerife será denominado también como UD Granadilla Tenerife Egatesa o UDG Tenerife Egatesa.

se puede afirmar, a través de documentos registrales, de que este juego se trata del primer deporte de pelota con mujeres participantes.

No se sabe a ciencia cierta cuándo y dónde se disputó el primer partido de fútbol femenino, pero según registros de finales del siglo XIX, se celebró en Londres, y fue organizado por un club de señoritas.

Sin embargo, en los inicios del siglo XX se prohibió que las mujeres participaran o se enfrentaran entre ellas en los equipos, impidiendo incluso el uso de los estadios para jugar, hasta la llegada de la Primera Guerra Mundial, debido a que los hombres fueron llamados a filas, por lo que la mujer volvió a los terrenos de juego.

A pesar de la vuelta del fútbol femenino, la Football Association (FA) no lo reconoció a pesar del éxito que alcanzó, y, debido a ello, se creó la English Ladies Football Association, que estuvieron enfrentadas entre ellas, hasta que varias décadas después, en 1969, se creó una rama de la FA para las futbolistas femeninas.

A partir de ese momento, la Unión de Federaciones Europeas de Fútbol (UEFA), en 1971, encargó a sus federaciones miembro la gestión y el fomento del fútbol femenino, y, respecto a FIFA, no se reconoció el fútbol femenino como deporte hasta la década de los 80, ya que hasta 1982 no existió una competición internacional de fútbol femenino, denominado Campeonato Europeo para Equipos Representativos de Mujeres de la UEFA.

2.2. Situación actual a nivel europeo y mundial

Dentro del continente europeo, el fútbol femenino no se ha desarrollado por igual; existen grandes diferencias entre los países que conforman el continente, siendo los más destacados Francia, Alemania, Inglaterra, Países Bajos, Suecia, Noruega, España e Italia.

Este hecho se refleja tanto a nivel de clubes como de selecciones. En la actualidad, la selección considerada como la más potente es Alemania, seguida de Francia y Países Bajos, colocándose estas en el ranking mundial en el segundo, tercer y cuarto puesto respectivamente, por detrás de Estados Unidos.

A nivel europeo, existen una multitud de competiciones nacionales en los países del continente, y, el torneo estrella es la UEFA Women's Champions League (UWCL), en la que los mejores clubes de Europa compiten para alzarse con el trofeo. Además, las selecciones europeas compiten en la Eurocopa Femenina, celebrándose la próxima edición en Inglaterra en 2022.

Por último, a nivel mundial, existe la Copa Mundial Femenina de la FIFA, competición en la cual se citan las mayores selecciones del mundo, celebrando previamente una fase de grupos para decidir los participantes. La próxima edición se celebrará en Australia y Nueva Zelanda en 2023, cita en la cual Estados Unidos defenderá su título conseguido en 2019.

2.3. Situación actual en España

El desarrollo del fútbol femenino en España ha seguido un ritmo de crecimiento más lento que en otros países. Comenzó a abrirse paso durante la II República, pero su avance se frenó en seco con el franquismo, en el que el deporte estaba en manos de la Falange, y la formación femenina era controlada por la Sección Femenina de Pilar Primo de Rivera.

No fue hasta 1970 cuando el fútbol femenino resurgió; se crearon varios clubes, se impulsó el fomento de esta práctica y surgió la sección femenina de la Selección Española de Fútbol, que fue invitada al Mundial de México de 1971, pero no pudo acudir debido a la prohibición de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF), ya que hasta 1983 no se reconoció este deporte.

Actualmente, la máxima categoría de fútbol femenino es la Primera Iberdrola. Fue creada en 1988, y, desde su origen, ha contado con seis diferentes denominaciones y formatos: Liga Nacional Femenina (1988-1996, compuesta por nueve equipos), División de Honor Femenina (1996-2001, con 54 equipos divididos en subgrupos), Superliga Femenina (2001-2008, en la cual 11 equipos de los que el campeón ya podía disputar la UWCL), Superliga (2008, 16 equipos, y en el año 2009 hubo 22 equipos divididos en 3 grupos), y Primera División Femenina, con origen en 2011 y que contaba con 16 equipos. A partir de la temporada 16/17, pasó a denominarse Primera Iberdrola, debido a su principal patrocinador, la empresa energética Iberdrola.

Está integrada por un total de 16 equipos, pero debido a la reciente crisis sanitaria, social y económica provocada por la pandemia de la COVID-19, la temporada 2020/2021 se disputa por un total de 18 equipos. Tal y como se recoge en la Tabla 1, sus integrantes son:

Tabla 1. Equipos de la Primera Iberdrola

Atlético de Madrid	EDF Logroño
Madrid CFF	RCD Espanyol de Barcelona
Santa Teresa CD	Sporting Huelva
Athletic Club	FC Barcelona
Real Betis Femeninas	Real Madrid Femenino
SD Eibar	UD Granadilla Tenerife Egatesa
Deportivo Abanca	Levante UD
Rayo Vallecano	Real Sociedad
Sevilla FC	VCF Femenino

Fuente: elaboración propia a través de datos de Primera Iberdrola

Tal y como se puede observar en la tabla anterior, 13 equipos de Primera Iberdrola son secciones femeninas de un club perteneciente a LaLiga Santander, mientras que tan solo EDF Logroño, Santa Teresa CD, Sporting Huelva, UD Granadilla Tenerife Egatesa y Madrid CFF son equipos independientes.

Muchos de los clubes que han creado una sección femenina lo han hecho mediante la compra de otros equipos independientes, entre los cuales se encuentran:

- Athletic Club, ya que en 2002 absorbió al Leioa.

- El Sevilla CF firmó un acuerdo en 2007 con el Híspalis para crear un nuevo equipo dentro de la estructura del club.
- El Real Betis Fémimas nació en 2011 tras su fusión con el Azahar CF.
- El Deportivo Abanca firmó un acuerdo con el Orzán en 2017
- VCF Femenino lanzó su sección en 2009, y tiene su origen en El Colegio Alemán/Universidad de Valencia.
- Levante UD nació en 1998 tras la absorción del San Vicente Valencia.
- Rayo Vallecano se crea gracias a la Escuela de Fútbol del Buen Retiro en el año 2000.
- Real Madrid Femenino, es el caso más reciente. En el año 2020, se produjo la absorción del CD Tacón, que supuso para la entidad blanca una inversión inicial de 400.000 euros.

Sin embargo, los clubes más importantes, FC Barcelona y Atlético de Madrid Femenino, no necesitaron comprar ningún equipo o plaza para crear su sección femenina.

El palmarés de la Liga Iberdrola lo encabezan el FC Barcelona y el Athletic Club, con cinco títulos respectivamente, seguido del Atlético de Madrid y el Levante UD con cuatro, y Rayo Vallecano con tres.

España ha dado un paso adelante en el desarrollo del fútbol femenino en los últimos años. El coeficiente por federaciones de clubes femeninos realizado por la UEFA clasifica a las federaciones europeas. Hace una década (temporada 2009/2010), España se encontraba en el decimoquinto puesto del ranking, mientras que en la temporada 2020/2021, se encuentra en el cuarto puesto con 57.500 puntos, por detrás de Inglaterra (59.000 puntos), Alemania (67.000 puntos) y Francia (85.000 puntos).

A pesar de que España esté en el cuarto puesto, la clasificación basada en el Coeficiente de clubes femeninos sitúa a un equipo español en el Top-3 europeo, el FC Barcelona, con 98.975 puntos, tan solo por detrás de los gigantes europeos VfL Wolfsburgo (segundo puesto) y Olympique de Lyon (primer puesto), siendo este último el flamante campeón de la Liga de Campeones Femenina de la UEFA en la temporada 2019/2020.

El FC Barcelona fue finalista de la UWCL en la temporada 2018/2019, en la que cayeron derrotadas ante el Olympique de Lyon con un resultado de 4-1. A pesar de la derrota, en la temporada 2019/2020 llegaron a semifinales, en las que fueron eliminadas por VfL Wolfsburgo, pero que evidencia el enorme crecimiento que ha tenido el club en Europa.

El siguiente club español que se encuentra en esta clasificación es el Atlético de Madrid Femenino, en el undécimo puesto con 48.975 puntos, y, en el puesto 30 se encuentra el Athletic Club, con 23.975.

Estos datos evidencian las enormes diferencias a nivel deportivo que tienen los equipos femeninos españoles. Actualmente, el FC Barcelona y el Atlético de Madrid son los máximos candidatos para conquistar la Liga Iberdrola, ya que desde la temporada 2014/2015, ningún otro club distinto a los mencionados ha ganado la competición.

Además, lo que ocurre en la Primera Iberdrola, se puede extrapolar a la Copa de la Reina y Supercopa de España.

Aunque la Real Sociedad haya sido el último campeón de la Copa de la Reina en 2019, tras derrotar al Atlético de Madrid con un resultado de 2-1, en la primera edición de la Supercopa de España, que se disputa en un formato *final-four* constituido por el campeón de la Copa de S.M. La Reina, campeón de la Primera Iberdrola y los dos equipos que mejor quedaron clasificados en la Liga tras el campeón, el resultado fue muy distinto, ya que cayeron derrotadas por un contundente resultado de 1-10 frente al FC Barcelona.

Cada vez son más las jugadoras de élite que eligen un club español para seguir con su carrera deportiva. Este hecho se evidencia en las nominaciones del premio “The Best” en su edición de 2020, en la que se nominan a 11 jugadoras de campo y a 7 porteras.

Entre las nominaciones, dominan claramente las jugadoras del Olympique Lyonnais, con un total de 5 nominaciones, seguidas de las profesionales del Chelsea con 4 nominaciones.

Respecto a las nominaciones de jugadoras que pertenecen a la Liga Iberdrola, se encuentran 2 jugadoras y una portera, que son Caroline Graham Hansen y Jennifer Hermoso (FC Barcelona) y Hedvig Lindhal (Atlético de Madrid).

A nivel de selecciones, España se encuentra en el decimosegundo puesto de la clasificación mundial de FIFA, con 1915 puntos. El top-3 de este ranking lo constituye Estados Unidos en el primer puesto, Alemania en el segundo y Francia en el tercero.

Sin embargo, a pesar de que la selección no esté en el top-10 mundial, su posición ha ido subiendo año a año. Por ejemplo, en 2015, se encontraba situada en el decimonoveno puesto. Este hecho se ha visto reflejado a su vez en las competiciones a las que ha logrado clasificarse, que son Mundial 2015, Eurocopa 2017 y Mundial 2019.

Además, se debe destacar la increíble labor que están desarrollando las categorías inferiores de la selección. La sección sub-17, en el Mundial de 2014, llegó por primera vez en su historia a la final del campeonato, que terminó perdiendo 2-0 frente a Japón, y, el 2 de diciembre de 2018, se proclamó campeona del mundo, convirtiéndose así en el primer combinado femenino español en lograrlo; a su vez, fue subcampeona de Europa en los años 2009, 2014, 2016 y 2017, pero en los años 2010, 2011, 2015 y 2018 se proclamó campeona de Europa.

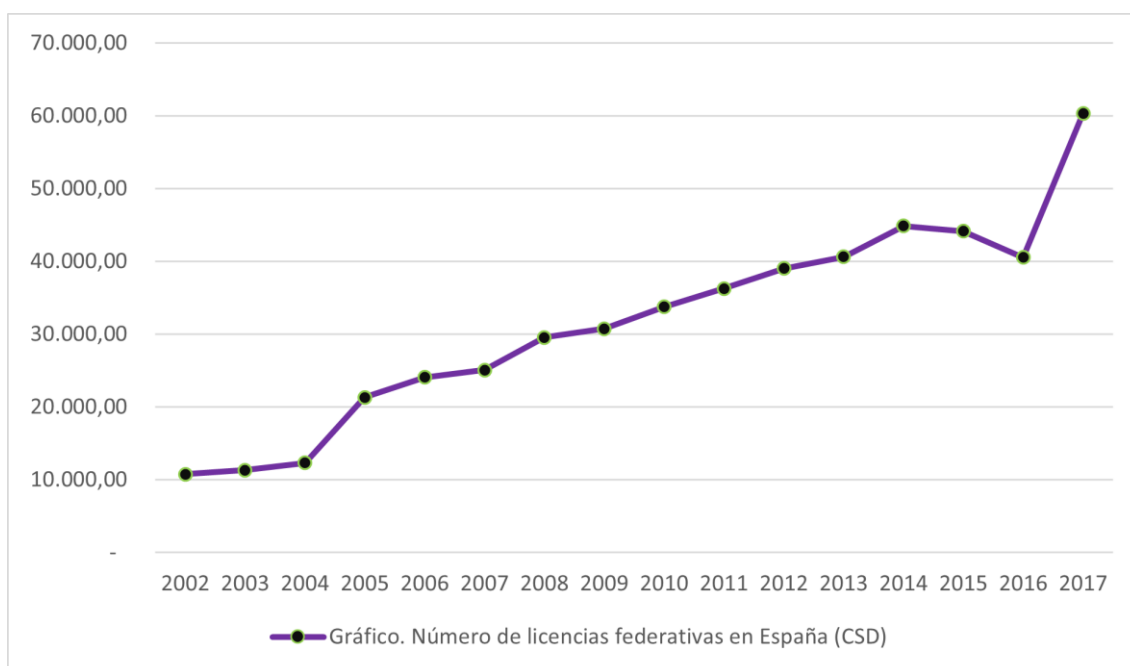
La sección Sub-19 fue subcampeona de Europa en los años 2000, 2012, 2015 y 2016, y conquistó el campeonato europeo en 2004, 2017 y 2018.

Por último, la categoría Sub-20 se proclamó subcampeona del mundo en 2018.

El crecimiento que se ha producido en España del fútbol femenino se refleja en muchos aspectos, pero hay que destacar el progreso del fútbol base. Tal y como se puede observar en el Gráfico 1, las fichas federativas² han crecido desde 2002 un 561%.

² Ficha federativa: documento oficial de la RFEF que habilita a un futbolista para practicar este deporte como federado y también para su alineación en encuentros y torneos.

Gráfico 1. Número de licencias federativas en España



Fuente: elaboración propia a través de los datos del CSD

Además, la visibilidad de este deporte en España ha aumentado enormemente, sobre todo gracias al Mundial celebrado en Francia en 2019, ya que, según Nuria Bravo, responsable de comunicación de la RFEF, *“la competición de hace cuatro años la cubrieron cuatro medios, la de este año casi treinta”* (María, 2019).

El organismo rector FIFA también tiene mucho que ver en el crecimiento del fútbol femenino, tanto a nivel nacional como a nivel mundial. La organización está invirtiendo 1.700 millones de dólares en el programa de desarrollo de fútbol femenino, con la vista puesta en el año 2026 para que haya 60 millones de mujeres que practiquen este deporte.

3. LEGISLACIÓN DEL FÚTBOL FEMENINO

La FIFA representa un papel importante en la legislación de este deporte a nivel internacional, reflejando el compromiso con este al asegurar a las mujeres que se dediquen profesionalmente al fútbol unas condiciones laborales mínimas, provocado por el increíble crecimiento de este deporte.

Por ello, la FIFA va a proponer enmiendas para introducir en el Reglamento sobre el Estatuto y la Transferencia de jugadores (RET), en las que se incluyen las siguientes (FIFA, 2020):

- Remuneración obligatoria: basado en el Convenio número 183 de la OIT, una jugadora tendrá derecho a una baja por maternidad (descanso laboral retribuido durante mínimo 14 semanas, en el que percibirá 2/3 del salario).
- Regreso al trabajo: las futbolistas estarán en pleno derecho a retomar su actividad tras la baja por maternidad, y, además, el respectivo club deberá facilitar su incorporación y ofrecer apoyo médico continuo.

- Periodo de inscripción: los clubes podrán inscribir provisionalmente a una futbolista fuera del periodo de inscripción para reemplazar a otra jugadora que esté de baja por maternidad.
- Protección durante el embarazo: las jugadoras embarazadas podrán decidir su continuidad en la prestación de servicios para su club, y, en caso de que decida seguir con la actividad, recibirá asesoramiento de un profesional médico independiente.
- Protección oficial contra el despido de las jugadoras: el estado de embarazo nunca deberá marcar una situación de desigualdad, por lo que si un club rescinde unilateralmente el contrato debido al embarazo de una jugadora, se considerará que ha rescindido el contrato sin causa justificada.

A nivel de clubes en Europa, la competición más importante es la Women's Champions League, campeonato en el que participan diversos equipos del continente gracias al nuevo formato establecido para la temporada 2021/22.

En este nuevo formato, se incluye una fase de grupos de 16 equipos, en la que el marketing y cobertura de esta estarán centralizados, debido a la estrategia de la UEFA “#TimeForAction”, que tiene como objetivo duplicar el alcance y el valor de la competición.

Gracias a este cambio de dirección, se aumentará en un 20% el número de partidos, o el 39% si se excluye la primera ronda, que consistirá en la disputa de mini-torneos, otorgando así a la competición un aumento de visibilidad, calidad y competitividad.

Respecto al actual formato, se eliminan los dieciseisavos de final, y se instaurará una fase de grupos, con 4 grupos de cuatro equipos y partidos con ida y vuelta (en casa y a domicilio), y los dos primeros clasificados pasarán a cuartos de final.

Los clubes que participarán en esta competición se determinarán según los coeficientes de federaciones de clubes femeninos al inicio de la temporada anterior, en las que las seis mejores federaciones contarán con tres equipos cada una, y las federaciones entre el 7º y el 16º puesto tendrán dos, mientras que las demás federaciones solo tendrán un equipo (campeón de su liga nacional).

Este cambio de formato provocará que la UEFA poseerá los derechos para los medios de comunicación de la fase de grupos en adelante, retransmitiendo cada partido por televisión o streaming online, quitando el poder comercial a los equipos locales, ya que actualmente la UEFA solo puede comercializar la final, mientras que los equipos son responsables de las primeras rondas.

En España, la regulación del fútbol femenino compete a la UEFA en el ámbito europeo y a la RFEF, que se encarga de sentar las bases de competición, así como las normas reguladoras de Fútbol femenino en el ámbito estatal, englobando las competiciones Primera Iberdrola, Reto Iberdrola, Primera Nacional, Copa de la Reina y Supercopa de España.

Este organismo considera la Primera Iberdrola y Reto Iberdrola como competiciones de carácter no profesional, según el artículo 46.2 de la Ley del Deporte 10/1990 de 15 de octubre, que dicta que “*serán criterios para la calificación de competiciones de carácter*

profesional entre otros, la existencia de vínculos laborales entre Clubes y deportistas y la importancia y dimensión económica de la competición”.

Debido a esta consideración de no profesionalidad, la temporada 2019/2020 no pudo reanudarse tras el parón provocado por la COVID-19, mientras que competiciones como LaLiga y Liga Endesa pudieron concluir sus temporadas. Sin embargo, a partir de la temporada 2021/2022, el fútbol femenino será profesional, gracias al acuerdo llegado entre el Consejo Superior de Deportes (CSD) y el Gobierno.

Para aquellas futbolistas que prestan servicios en clubes de primera división femenina de fútbol, sus relaciones contractuales con los equipos se rigen por el I Convenio Colectivo del fútbol femenino, ratificado el 16 de febrero de 2020 en el Congreso de los Diputados, y publicado el 11 de agosto de 2020 en el Boletín Oficial del Estado.

Este Convenio Colectivo supone un hecho histórico para el fútbol femenino europeo, ya que se trata del primer texto laboral de una competición europea, lo que constituye un hito tanto deportivo como social.

Sin embargo, para llegar a un acuerdo entre la patronal y sindicatos (Asociación de Futbolistas Españoles y Futbolistas ON), se necesitaron casi 15 meses, en los que concurrieron 29 reuniones y una huelga, esta última durante la jornada siete, prevista para el 16 y 17 de noviembre de 2019, en la que solo una jugadora se presentó al estadio.

El convenio se aplica con carácter retroactivo desde el 1 de julio de 2019, y establece un salario mínimo de 16.000 euros brutos anuales al 75% de parcialidad de la jornada laboral, es decir, 12.000 euros, por lo que aquellas jugadoras que tuvieran contratos parciales al 50%, pasan a tener de manera obligatoria una jornada al 75%. Además, también se establece un protocolo de maternidad y ahora, gracias a este convenio, las jugadoras pasarán a recibir el 15% de contraprestación económica derivada de los derechos de imagen (Palco 23, 2020).

A pesar del avance laboral que se ha producido, existe un problema respecto a los derechos de formación de las jugadoras incluidas en la llamada “lista de compensación”.

El artículo 20 del Convenio Colectivo establece que *“de acuerdo con el artículo 14.1 del Real Decreto 1006/1985, de 26 de junio, que regula la relación laboral de los deportistas profesionales, se establece para el caso de que, tras la extinción del contrato por expiración del tiempo convenido, la Futbolista Profesional estipulase un nuevo contrato con otro Club/SAD, que éste deberá abonar al Club/SAD de procedencia la compensación que libremente haya fijado en las Listas de Compensación”.*

Esta lista consiste en el establecimiento de unas cláusulas que los clubes tienen que abonar a la hora de fichar futbolistas menores de 23 años, con el fin de compensar la formación que ha recibido la jugadora que cambia de club a una temprana edad, provocando así que el equipo de origen pierda un activo de futuro.

Sin embargo, las cifras que se establecen para lograr el fichaje de una jugadora en concreto son desproporcionadas en relación con los costes de formación, con cantidades que varían de los 10.000 a los 500.000 euros.

El sindicato Futbolistas ON presentó una querrela contra la Asociación de Clubes de Fútbol Femenino (ACFF) y la Asociación de Futbolistas Españoles (AFE), en la que realizaban la petición para declarar la nulidad de la Lista de Compensación para la temporada 2019/2020.

La Sala de lo Social de la Audiencia Nacional rechazó el 22 de julio de 2020 dicha demanda, y validó la Lista de Compensación del Convenio Colectivo Femenino, pero la anuló para aquellos clubes que no formen parte de la Asociación de Clubes de Fútbol Femenino, que son FC Barcelona, Athletic Club de Bilbao y Real Madrid CF, además de aquellas jugadoras que no estén afiliados a los sindicatos firmantes, debido a que el Convenio no había sido objeto de publicación en el BOE, por lo que “no reúne los requisitos de validez del artículo 90 del Estatuto de los Trabajadores para tener la consideración de convenio estatutario, con lo que su eficacia y la de la lista de compensación, “ha de limitarse a los sujetos firmantes” (Be Soccer, 2020)

De las jugadoras incluidas en el Anexo 1, Ona Batlle y Damaris tomaron la decisión de continuar su carrera profesional en el extranjero, en el Manchester United FC y Everton FC respectivamente, ya que los clubes extranjeros no están obligados a abonar las cifras establecidas como compensación a los equipos de origen.

La única jugadora de la lista que se fue a otro club español fue Maite Oroz, que puso rumbo al Real Madrid CF, ya que, al no ser uno de los clubes firmantes del convenio colectivo, no tiene por qué pagar las cantidades de compensación.

El resto de las futbolistas de la lista renovaron con sus clubes de origen, y, algunas de ellas, con el fin de seguir desarrollándose profesionalmente, consiguieron una cesión a otro equipo, como es el caso de Claudia Pina y Armengol, actualmente ambas cedidas en el Sevilla CF.

Sin embargo, en diciembre de 2020, la patronal (ACFF) y los sindicatos firmaron un “mecanismo” para limitar la cantidad de dinero que pueden solicitar los clubes de origen por los derechos de formación de aquellas jugadoras sub-23 que acaben contrato. Los criterios que se pactaron para determinar el dinero a abonar por derechos de formación especifican que este se determinará por el salario medio de las jugadoras a lo largo de su carrera, años de permanencia en el club, participaciones como internacional, número de partidos disputados, etc. (Fonseca, 2020).

Esta decisión supone la limitación de estas cláusulas sobre las jugadoras sub-23 que acaben contrato, que tiene como fin acabar con las cantidades excesivas que se establecieron en la pasada temporada, y que provocaron que algunas jugadoras que quisieron abandonar su club tuvieran que renovar con este, además de la fuga de talento que se produjo en algunos casos.

4. CREACIÓN DE VALOR

En un deporte, la creación de valor puede llegar de diferentes fuentes. En el fútbol femenino, hay que distinguir el valor que crean por sí mismos los clubes y el que generan las jugadoras.

Para saber si el fútbol femenino es económicamente viable, se tendrá como referencia al propio mercado ya que será este el que determine su valor. Por ello, el mercado en el que se va a centrar este trabajo va a ser el de fichajes de jugadoras.

Para que el mercado determine el valor, se tiene en cuenta el concepto “eficiencia informativa”, en la que los precios que se negocian reflejan toda la información disponible sobre dicho traspaso.

De esta idea se extrae que, cuanto más información se tenga sobre una jugadora objeto del traspaso, más preciso y exacto será su valor, lo que se conoce como mercado eficiente.

Debido a ello, los valores de las futbolistas cambian continuamente, provocado por factores como el rendimiento que tengan en el campo, su edad, posición en la que jueguen, jerarquía del club en el que militen... Sin embargo, este hecho provoca que no se puedan predecir los cambios en los valores de las jugadoras, ya que la información histórica no sirve para predecir el valor futuro.

Por lo tanto, el valor que se establece en el mercado es orientativo, y puede ser que no coincida con el montante final que decida pagar un club por una determinada jugadora, simplemente esa cifra será una referencia para presentar una oferta o ante un futuro acuerdo.

Es importante añadir que, a pesar de que los clubes tengan la máxima información posible sobre una jugadora para acometer su fichaje, siempre que se produzca este tipo de inversión existe el riesgo de que fracase, y, además, resulta extremadamente complicado que, un club distinto al que pertenezca la futbolista posea información privada sobre esta.

La mayoría de las transferencias que se realizan en el fútbol femenino se deben a que la jugadora no tiene contrato, es decir, no está ligada contractualmente con ningún equipo de fútbol, pero esto no quiere decir que su valor sea igual a 0.

En el caso que se produzcan negociaciones para adquirir una jugadora, las cantidades que se manejan no son excesivamente altas comparadas con el fútbol masculino. A modo de comparación, el fichaje más alto del fútbol masculino fue por el jugador Neymar Jr, por 222 millones de euros, mientras que, en el fútbol femenino, el fichaje más alto de la historia ha sido el de Pernille Harder, por un total de 350.000 euros.

A pesar de ello, a medida que el fútbol femenino evoluciona, lo hace con él los fichajes y el movimiento económico que produce. En 2020, a pesar de la pandemia originada por el Covid-19, el gasto en fichajes en todo el mundo se situó en 1.200.000 dólares, aumentando un 71% el desembolso por traspasos respecto a 2019 (700.000 dólares), año en el que también aumentó un 16,67% respecto a 2018 (600.000 dólares). Además, también en 2020 aumentó el número de clubes a nivel global que estuvieron activos e involucrados en el mercado de fichajes se fue hasta la cifra de 349, presentando un 26,4% de incremento respecto al año anterior (FIFA, 2020)

El fútbol femenino es todavía un mercado que está sin explotar; hace tan solo cinco años era un deporte apenas conocido, pero gracias al éxito internacional y el interés del público, el fútbol se ha puesto sobre la mesa, convirtiéndose así en una práctica más popular.

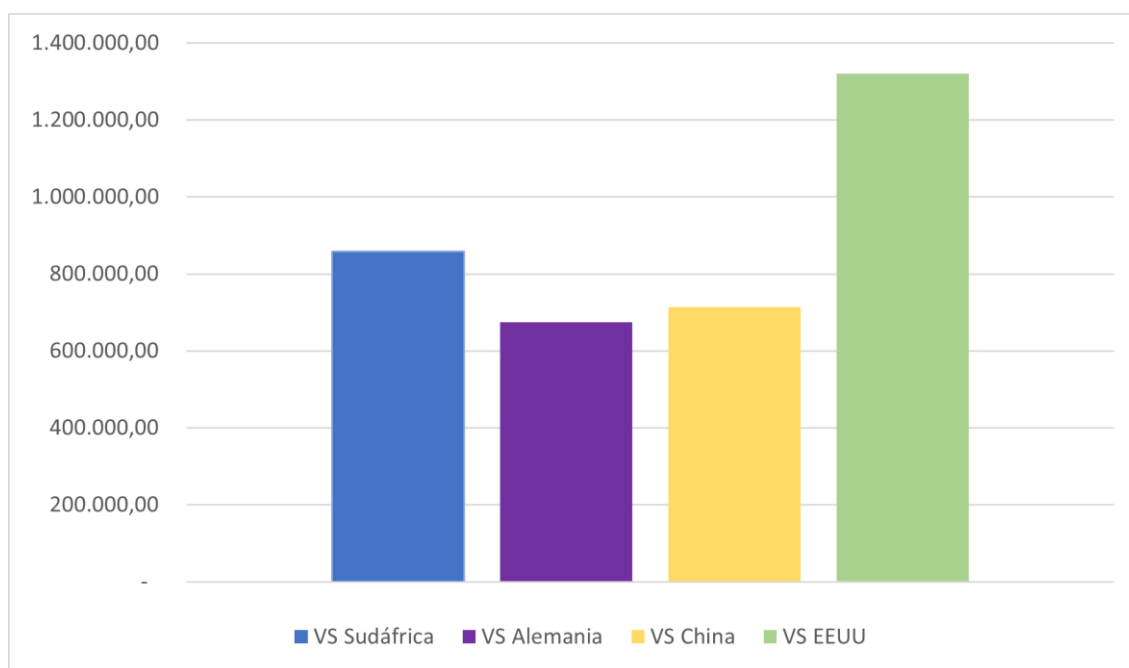
La liga de fútbol femenino en España se disputa desde 1988, pero hasta 2015 no se creó la Asociación de Clubes Femeninos de Fútbol, y, un año después Iberdrola se convirtió en el máximo patrocinador de la competición, de su mismo nombre (Primera Iberdrola, Reto Iberdrola).

El “boom” del fútbol femenino se ha convertido en una realidad. Por ello, para aumentar el valor de este deporte en España, muchos son los que creen que necesita inversión y, sobre todo, más visibilidad. Con este fin, se han destacado varios componentes que influyen en su valor, y que se han seleccionado debido al importante peso que ya suponen en la estructura financiera de los equipos de fútbol femenino, y que además son también elementos fundamentales en el fútbol masculino.

4.1. Derechos televisivos, audiencias y asistencia

El Mundial de Fútbol femenino celebrado en Francia en 2019 marcó un antes y un después en las audiencias televisivas registradas en todo el mundo. Gracias a la auditoría de los datos de audiencia llevada a cabo por Publicis Sport&Entertainment, se ha determinado que un total de 1120 millones de espectadores siguieron el torneo.

Gráfico 2. Número de telespectadores en España de los partidos de la Selección Española Femenina de Fútbol en el Campeonato Mundial 2019



Fuente: elaboración propia a través de datos de El País³.

En nuestro país, también se batieron récords de audiencia. El debut de la selección ante Sudáfrica fue visto por 859.000 espectadores (8,6% de share), el siguiente partido contra Alemania, por 675.000 personas (7,5%), contra China, por 714.000 televidentes (7,8% de share), y, finalmente, contra Estados Unidos, partido que vieron 1.320.000 espectadores (12,8% de share), con su minuto de oro situado en 1.800.000 personas.

³ Consultar noticia de prensa: https://elpais.com/cultura/2019/06/25/television/1561452850_060796.html
Consultado el día 26 de febrero de 2021.

Está claro que no se puede extrapolar estos datos a la audiencia general del fútbol femenino, pero también reflejan el creciente interés que tiene la sociedad sobre este deporte, y cabe destacar que el partido que se disputó contra Estados Unidos se encuentra en la segunda posición de los encuentros más vistos, por detrás de la final de la Copa de la Reina disputada por el Atlético de Madrid y la Real Sociedad (14,8% de share y 1.655.000 espectadores).

El récord de asistencia a un encuentro de fútbol femenino en España se logró el 17 de marzo de 2019, en el partido disputado en el Wanda Metropolitano que enfrentó al Atlético de Madrid contra el FC Barcelona, con un total de 60.739 personas, rompiendo el anterior registro establecido en los Cuartos de Final de la Copa de la Reina en San Mamés entre Athletic y Atlético, con 48.121 aficionados.

Sin embargo, hoy en día, los derechos televisivos en España constituyen un conflicto de gran importancia, dando lugar a un nuevo capítulo de los enfrentamientos entre RFEF y ACFF (ente asociado a La Liga).

El 7 de marzo de 2019, ACFF vendió los derechos audiovisuales a Mediapro de los equipos Atlético de Madrid, Betis, Deportivo, EDF Logroño, Espanyol, Eibar, Granadilla Tenerife, Levante, Rayo Vallecano, Real Sociedad, Sevilla, Sporting de Huelva y Valencia, a razón de nueve millones de euros por tres temporadas de contrato, con fecha de finalización en la temporada 2021/2022. Tal y como se aprecia, cinco equipos no se encuentran en la anterior lista; Athletic Club, FC Barcelona, Madrid CFF, Real Madrid CF y Santa Teresa. Estos conjuntos firmaron el 2 de octubre de 2020 un acuerdo con Radio Televisión Española (RTVE), con la RFEF actuando como intermediario, mediante el cual la entidad pública retransmitirá 18 encuentros en total de la Liga Iberdrola.

Ya desde la temporada 2019/2020 hubo conflictos entre ambas entidades, llegando al apagón televisivo y a los Tribunales, que decidieron acabar con los llamados “derechos de arena”. Estos consistían en que el equipo local podía retransmitir sus partidos con la autorización del Club visitante, por lo que las televisiones y otras plataformas no pudieron retransmitir encuentros en los que los dos equipos no estuvieran con el mismo operador.

Durante el Estado de Alarma, se aprobó el real decreto ley 15/2020 de 21 de abril que modifica el real decreto ley 5/2015. En el artículo 8.1 del citado decreto, se establece que “La Real Federación Española de Fútbol podrá comercializar directamente los derechos audiovisuales de la Copa de S.M. El Rey, de la Supercopa de España y de las demás competiciones de ámbito estatal que organice, tanto masculinas como femeninas, de conformidad con el artículo 4, por lo que los clubes están obligados a ceder dichos derechos para las competiciones citadas, pero manteniendo la titularidad de estos.

La RFEF fue un paso más allá, y modificó sus estatutos, y en el artículo 5 se mencionaba que también tenían la titularidad de los derechos audiovisuales de las competiciones no profesionales que organizaba, como es el caso de Liga Iberdrola. Estos estatutos fueron tumbados por el CSD, pero la RFEF hizo un pequeño cambio en dichos estatutos, y ese otorgamiento de los derechos audiovisuales lo pusieron en el artículo 6.b. La ACFF ha impugnado estos estatutos.

A día de hoy, los clubes femeninos siguen siendo titulares de sus propios derechos, ya que unos estatutos internos no pueden modificar lo establecido en la Ley. Además, existe un contrato vigente con Mediapro, por lo que se tendría que respetar. Sin embargo, cuando

este contrato expire, Primera Iberdrola será ya una competición profesional, por lo que la RFEF ya no será la organizadora de la competición y tendrá un propio órgano que se encargará de ello, y, en este caso, todos los clubes pertenecientes a la competición tendrían que ceder sus derechos a la entidad organizadora (Gutiérrez, 2021).

El primer partido que se emitió durante la temporada 2020/2021, entre Real Madrid CF y FC Barcelona, se ha considerado como un éxito televisivo, ya que contó con 244.000 espectadores y un 2,4% de share.

Ante estos acontecimientos, España no está aprovechando todo lo posible el boom de este deporte y el aumento de las audiencias provocado por el último ciclo mundialista, mientras que otros países sí lo están consiguiendo (Menayo, 2020).

Este es el caso de Alemania, en la Federación Alemana de Fútbol (DFB) ha vendido sus derechos tanto en el propio país como en el extranjero.

En Inglaterra, The FA ha conseguido que la visibilidad se haya multiplicado de manera exponencial, mediante la creación de una plataforma de streaming gratuita que se puede ver en todo el mundo y retransmite todos los partidos, y recientemente, se ha firmado un contrato con BBC y Sky a razón de nueve millones de euros anuales.

En Francia, la Federación Francesa de Fútbol (FFF) subastó en 2017 los derechos televisivos, que adquirió Canal+ Francia, a cambio de 6 millones de euros por cinco temporadas.

En Italia, la Federación Italiana de Fútbol (FIGC) firmó un acuerdo con TeamVision, mediante el cual se ofrece la retransmisión de seis partidos por jornada, y dos de ellos en abierto por SkySport.

Por último, en Suecia, la Asociación Sueca de Fútbol (SvFF) vendió los derechos a Sportbladet durante las tres próximas temporadas, que retransmite todos los partidos y da acceso a contenido exclusivo de clubes y jugadoras.

La situación sobre los derechos televisivos en España se antoja cuanto menos complicada, pero las jugadoras y aficionados confían que la mediación del CSD sea clave para desbloquear dicha situación y dar visibilidad a un deporte que está en fase de crecimiento.

4.2. Patrocinio

Los patrocinadores constituyen una de las fuentes principales para la financiación del fútbol femenino.

El patrocinio en este deporte se puede dar en tres ámbitos: a nivel de competición, de equipos y de las propias jugadoras. En el caso de España, su máxima competición está apoyada por Iberdrola, que aporta 1,5 millones de euros al año hasta 2025, y a cambio es el title sponsor de la competición.

Según el informe elaborado por Brand Finance (2019), el cual tiene en cuenta la información sobre los valores de la marca del club, la efectividad del patrocinio, la reputación del propio club y el rendimiento de sus estadios ha determinado que el patrocinio del fútbol femenino está infravalorado en 893 millones de euros, y además ha estimado que a nivel mundial, el patrocinio del fútbol femenino se sitúa en 1.071 millones de euros.

A su vez, este informe señala que la práctica habitual que tienen muchos clubes de agrupar el patrocinio de su sección masculina y femenina conjuntamente resulta uno de los motivos clave por los que se produce una pérdida de ingresos de este calibre, ya que no permite a las marcas ampliar su abanico de patrocinios deportivos.

A pesar de esta situación, según el informe Annual Review of Football Finance 2020, “*el éxito del Mundial de 2019 y los eventos que están por llegar, como los Juegos Olímpicos en 2021, la Euro de 2022 y el Mundial de 2023, el potencial para el fútbol femenino nunca ha sido tan fuerte*”. Como ejemplo de este hecho, la empresa internacional VISA ha gastado el mismo montante de dinero en patrocinar el Mundial de Fútbol masculino y femenino, y la compañía PepsiCo se ha convertido en el patrocinador del fútbol femenino de la UEFA hasta 2025, siendo un acuerdo exclusivo para esta modalidad y dejando aparte su patrocinio de la Champions League masculina. De esta forma, PepsiCo se une a Nike y Visa como patrocinadores de la sección futbolística femenina de la UEFA (Palco23, 2020).

A nivel de clubes, las marcas están firmando acuerdos con los equipos femeninos, distintos de su homólogo masculino. Este es el caso del FC Barcelona con Stanley, Atlético de Madrid con Herbalife Nutrition y Arsenal FC con Mastercard. Este fenómeno se explica gracias al hecho de que este segmento de mercado apenas está explotado, y mucho menos saturado, como ocurre con el fútbol masculino.

A nivel nacional, las empresas que han apostado fuertemente por el fútbol femenino son Iberdrola, Stanley y Herbalife (véase Anexo 2).

Sin embargo, según la vigesimocuarta edición del informe Deloitte Football Money League, ha señalado que solo el 35% de las camisetas de los grandes clubes en el fútbol femenino tienen su propio main sponsor, es decir, siete de los 20 clubes analizados en el informe (Ajadi et al., 2020).

Los siete clubes que tienen patrocinador propio son FC Barcelona, Atlético de Madrid, FC Bayern de Munich, Eintracht de Frankfurt, Everton, Olympique de Lyon y Juventus, en el que este último club cuenta con dos patrocinadores principales.

Los once clubes restantes comparten patrocinador con la sección masculina. Estos son los casos de Real Madrid, Arsenal, Manchester United, Liverpool FC, Manchester City, París Saint-Germain, Chelsea FC, Tottenham, Inter de Milán, FC Zenit y Schalke 04.

Respecto al patrocinio sobre las propias futbolistas, en junio de 2020, la ganadora del Balón de Oro 2018, Ada Hegerberg, firmó el mayor acuerdo de patrocinio de la historia del fútbol femenino con la marca Nike, que le liga a ella durante diez años a cambio de 1,3 millones de euros por temporada, multiplicando por quince la cuantía que recibía de Puma, su anterior sponsor.

En lo que se refiere a futbolistas españolas, la primera jugadora en tener su propio patrocinador fue Vero Boquete, actualmente jugadora del club Associazione Calcio Milan. El contrato se formalizó en 2015, y tuvo una duración inicial de 6 meses, el cual no conllevaba ninguna contraprestación económica, solamente el compromiso de equipar a la jugadora tanto dentro como fuera del campo.

Los contratos de patrocinio como el de Ada Hegerberg en el fútbol femenino no es lo habitual, pero lo cierto es que se está apreciando un aumento en el número de marcas o empresas que están dispuestas a patrocinar a una futbolista, hecho que también han corroborado las jugadoras entrevistadas.

4.3. Proyectos FIFA

El fútbol femenino no solo ha explotado en España, sino que se trata de un fenómeno a nivel mundial. Ante este hecho, la FIFA se ha puesto como objetivo que para el año 2026 haya en el mundo 60 millones de mujeres futbolistas.

Para conseguirlo, la organización ha decidido que la siguiente edición de la Copa Mundial Femenina aumente su número de participantes a 32 selecciones, y, además, duplicará su inversión hasta los 1000 millones de dólares, intentando así fomentar el crecimiento de este deporte.

El organismo ha puesto en marcha programas de desarrollo de fútbol femenino durante los años 2020 – 2023, en los que se centrarán en las áreas clave y en el desarrollo estructural, todo ello adaptado a las necesidades de cada una de las federaciones.

Todas las federaciones que sean miembro de la FIFA podrán acceder a dichos programas anteriormente mencionados, que se financiarán a través del programa Forward, subvención para el fútbol femenino de apoyo COVID-19 y de contribuciones directas del organismo.

Los programas que están disponibles su solicitud son (FIFA, 2020):

- Estrategia del fútbol femenino: como requisito indispensable para acceder a la subvención del programa de apoyo COVID-19, la FIFA exige a sus federaciones que tengan una estrategia de fútbol femenino integral.

Este programa ayuda a las federaciones que lo soliciten a analizar su panorama futbolístico y a definir el estilo futbolístico del país.

- Desarrollo de ligas: tiene como objetivo principal aumentar la participación de niñas y mujeres en el fútbol, a través de asesoramiento técnico a las federaciones, formación de técnicos, selección de embajadores que promuevan el fútbol femenino, asegurando un desarrollo sostenible.
- Campaña de promoción del fútbol femenino: la FIFA apoya a las federaciones a organizar y coordinar eventos de fútbol base, en los que se promueva la participación de mujeres jóvenes, además de dar visibilidad a estas competiciones.
- Sistema de licencias de clubes: el organismo tiene como objetivo la profesionalización del fútbol femenino en ligas sénior nacionales o continentales que no cuenten con un sistema de licencias.
- Formación de gestores y administradores: está dirigido a desarrollar las capacidades de las personas seleccionadas por las federaciones que se encargan de promover el fútbol femenino. Por ello, se formarán a los empleados de las federaciones miembro y fortalecerá la red mundial de gestores.

- Becas de formación para entrenadoras: la FIFA quiere aumentar el número de entrenadoras cualificadas, y, por ello, ofrece estas becas. Facilitará la obtención de titulaciones y fomentará y motivará a jugadoras para que continúen su carrera como entrenadoras.
- Programa de mentores para entrenadoras: se encuentra dentro del Programa de desarrollo de capacidades técnicas de la FIFA, con el fin de que las entrenadoras desempeñen cargos de responsabilidad al nivel máximo, a través de la asignación de otro entrenador o un mentor experto.
- Programa de liderazgo femenino en el fútbol: la FIFA quiere aumentar el número de mujeres que se encuentran en órganos de alto poder en la organización. Para conseguirlo, se ofrecerá una plataforma de aprendizaje para que aquellas mujeres pertenecientes a federaciones miembro se formen y adquieran experiencia.

4.4. Apoyo de las Instituciones Públicas

Nuestra sociedad cada vez exige más un trato igualitario entre hombres y mujeres, y, por ello, el Estado debe involucrarse en tratar de conseguir una igualdad real y efectiva.

El soporte que debe ofrecer estas instituciones es amplio. Al tratarse de organismos públicos, poseen sus respectivos medios de comunicación que resultan clave para dar visibilidad a este deporte y exposición ante el público. Además, existe el CSD, a través del cual se han impulsado varios programas con el objetivo de conseguir que el fútbol femenino siga su trayectoria ascendente.

- Universo Mujer II: se trata sin duda del programa más importante creado hasta la fecha. Éste tiene como objetivo la promoción y el incremento de las mujeres en todas las áreas del deporte, teniendo por objeto buscar una sociedad más igualitaria en la que el deporte femenino se convierta en una parte indispensable del crecimiento tanto económico como social del país (Consejo Superior de Deportes, 2019).

Para lograrlo, el programa se divide en 5 proyectos:

- 1) Formación como elemento de excelencia
- 2) Plan de desarrollo deportivo: desde la base hasta la élite
- 3) Visibilización y promoción de la mujer en el deporte y en la sociedad
- 4) Liderazgo
- 5) Mujer, salud y deporte

Este programa es calificado como Acontecimiento de Excepcional Interés Público (AEIP), que implica que las personas que se acojan a este obtendrán importantes beneficios fiscales.

Desde 2015, el principal patrocinador del fútbol femenino en España, Iberdrola, impulsa el fortalecimiento y empoderamiento del deporte femenino mediante el apoyo a 16 federaciones y dando su nombre a 22 ligas nacionales distintas.

Iberdrola, a día de hoy, es la principal impulsora de Universo Mujer II, a la que se unió en 2016, año en el que invirtió 4 millones de euros, y, desde aquel momento, se ha incrementado un 32,5% el número de mujeres federadas de 16 disciplinas.

Hay que añadir que, referido a las ventajas fiscales mencionadas anteriormente, la empresa tenía la opción de bonificarse un 90% de la inversión que realizó.

Además, es también la principal patrocinadora de la Selección de Fútbol femenina.

- Ayudas a mujeres deportistas: tiene el fin de facilitar la conciliación de la vida laboral/deportiva y personal de las mujeres deportistas con licencia federativa. Según el anuncio 16.107 del BOE número 163 de 2020, se concederán ayudas a:
- 1) Mujeres que tengan la consideración de deportistas de alto nivel por nacimiento, adopción o acogimiento durante 2019.
 - 2) Mujeres deportistas y/o integrantes de equipos nacionales, para conciliación de la vida deportiva y familiar con hijos/as menores de tres años matriculados en centros educativos infantiles o a cargo de personal cuidador, en 2020.
 - 3) Ayudas a mujeres deportistas y/o integrantes de equipos nacionales, para formación académica reglada referente al curso académico 2019-2020.

El importe máximo de estas ayudas viene determinado según la dotación asignada al Consejo Superior de Deportes por los Presupuestos Generales del Estado de 2020, con un máximo de 260.000€ por ayuda.

El compromiso del Estado con el deporte femenino lo ha ratificado José Manuel Rodríguez Uribe, actual ministro de Cultura y Deporte, quien ha afirmado que *"como la voluntad política se expresa en cifras del presupuesto, señalaré un dato muy clarificador. Sumando todo lo dedicado al deporte femenino, es decir, a la promoción de la igualdad en el deporte, nuestro Ministerio a través del CSD dedicará el año que viene 15,7 millones de euros, lo que supone un aumento del 540 por ciento con respecto al año anterior"* (Rodríguez Uribe, 2020).

Otra parte muy importante respecto al apoyo que reciba el fútbol femenino es la implicación que tengan las comunidades autónomas e instituciones locales, ya que éstas también crean subvenciones dirigidas hacia el deporte femenino, de las que muchos equipos pueden beneficiarse.

Estas ayudas son importantes sobre todo para equipos más modestos, tales como los pertenecientes a Primera Nacional, Reto Iberdrola, e incluso para aquellos de Primera Iberdrola.

Al margen de estos programas, recientemente se ha concretado la inclusión del fútbol femenino en La Quiniela. La Comisión de Cultura y Deporte del Congreso ha aprobado por unanimidad con 34 votos a favor esta decisión, por lo que la Primera Iberdrola formará parte de La Quiniela de forma permanente.

Este acuerdo supone la creación en un plazo no superior a seis meses de una comisión que decidirá el número de encuentros que se incluirán por jornada.

Sin embargo, no es la primera vez que la Liga Iberdrola se incluye en La Quiniela. Ya en 2017 se incluyó el partido entre Atlético de Madrid y Athletic Club, y, en 2018, se incluyeron siete partidos en cinco jornadas.

Esta decisión implica el aumento de visibilidad de este deporte, además de una nueva vía de ingresos; Las Diputaciones Provinciales se llevarán el 49,55% del importe de la recaudación del Impuesto sobre actividades del juego, La Liga el 45,50% y La RFEF, el 4,55% (Palco23, 2020).

4.5. Profesionalización

Este apartado está estrechamente ligado con el apoyo del Estado, ya que es un órgano que radica de él, el CSD, el que decide qué ligas son profesionales y cuáles no.

La profesionalización se consigue cuando, a través de la práctica deportiva que ejerce la deportista, se convierte en su trabajo y sustento principal. Según el Real Decreto 1006/1985, *“son deportistas profesionales quienes, en virtud de una relación establecida con carácter regular, se dediquen voluntariamente a la práctica del deporte por cuenta y dentro del ámbito de organización y dirección de un club o entidad deportiva a cambio de una retribución”*.

En relación con la anterior norma mencionada, el artículo 46.2 de la Ley del Deporte 10/1990 de 15 de octubre establece que *“serán criterios para la calificación de competiciones de carácter profesional entre otros, la existencia de vínculos laborales entre Clubes y deportistas y la importancia y dimensión económica de la competición”*; el CSD, durante toda la historia del fútbol femenino en España, no lo ha considerado como un deporte profesional, por lo que ni Primera Iberdrola, Reto Iberdrola ni Primera Nacional poseen el carácter de profesional. La Asociación de Clubes de Fútbol Femenino (ACFF) se posiciona en contra, ya que opinan que la Primera División reúne todos los requisitos necesarios debido al vínculo laboral que une a los clubs con las jugadoras y el staff técnico, además de la existencia de su importancia económica.

Tal y como se comentó en apartados anteriores, esta consideración impidió la reanudación de las competiciones de fútbol femeninas, cortando en seco las ligas de debido a la contingencia causada por la COVID-19.

Sin embargo, a partir de la temporada 2021/2022, la Primera División femenina será profesional, gracias al compromiso del CSD y AFE, a través de la creación de un grupo de trabajo que elabore el proyecto de profesionalización, en común acuerdo con los presidentes y directivos de los equipos de Primera Iberdrola, las jugadoras y la RFEF. Por ello, Irene Lozano, secretaria del CSD, transmitió la idea que tiene el Gobierno del fútbol femenino, un *“compromiso del Gobierno por trabajar en la creación de una competición profesional femenina “sostenible, atractiva e innovadora”* (Europa Press, 2020).

A su vez, Irene Lozano afirmó que la liga podrá sostenerse por si misma tras la profesionalización, y en caso de que se dieran condiciones adversas, el CSD destinará una cifra de 11,7 millones de euros para la próxima temporada, establecida en los Presupuestos Generales del Estado, lo que supone un aumento del 112% respecto a años anteriores.

En la temporada 2016/2017, en la Liga Española Femenina solamente había un total de 37 jugadoras profesionales, es decir, futbolistas a las que se ofrecen contratos a jornada completa, y mayormente pertenecientes al FC Barcelona y Atlético de Madrid, únicos equipos que en dicha fecha profesionalizaron sus secciones femeninas, mientras que los demás clubes contaban en sus filas con futbolistas semi-profesionales (contratos a media jornada). Una temporada después, la 2017/2018, el número de profesionales aumentó notablemente hasta alcanzar la cifra de 123 jugadoras (UEFA, 2017).

A partir de la temporada 2021/2022, la Primera Iberdrola pasará a denominarse Liga Ellas, y constituirá la primera competición profesional del fútbol femenino español, que contará con 16 equipos en total, por lo que en la presente temporada bajarán de categoría 4 equipos y ascenderán 2 de Reto Iberdrola.

Liga Ellas estará bajo la supervisión del CSD durante sus tres primeras temporadas y ayudará en la implantación de este nuevo modelo, y, al tratarse ya de una competición profesional, temas tan controvertidos como los derechos televisivos serán gestionados por una comercializadora independiente, por lo que ni los clubes de manera independiente o la RFEF podrán comercializar estos derechos.

4.6. Traspasos

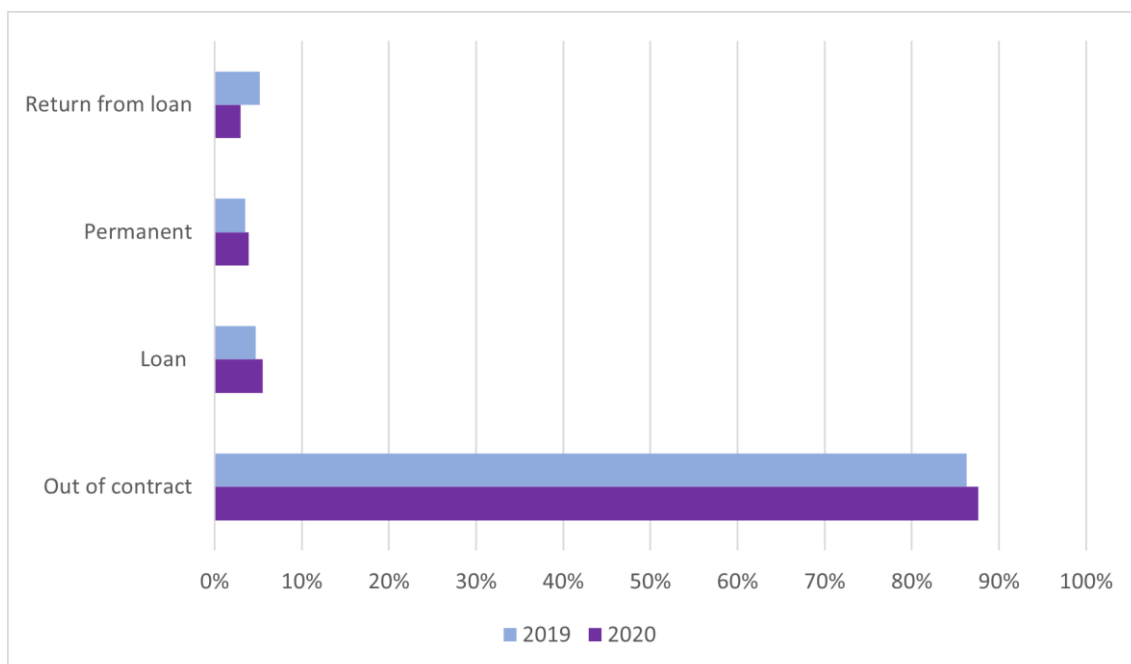
Desde que el fútbol femenino profesional sigue el mismo procedimiento que el masculino a la hora de realizar transferencias de jugadores, este deporte está viviendo un continuo crecimiento respecto a traspasos se refiere, y, a pesar de la reciente crisis sanitaria causada por la COVID-19, sigue habiendo una clara tendencia ascendente en las transferencias de futbolistas femeninas.

El mercado de traspasos en el fútbol femenino se caracteriza principalmente por las incorporaciones de jugadoras a nuevos clubes a través de la formalización de un nuevo contrato.

Según los informes realizados por la FIFA en 2019 y 2020, titulado Global Transfer Market Report, en 2019, los clubes de todo el mundo realizaron 833 transferencias a nivel internacional, lo que representa un 19,70% de incremento respecto a 2018, y, en 2020, se llevaron a cabo un total de 948 traspasos, incrementándose un 23,70% respecto el año pasado (FIFA, 2020).

Generalmente, estos traspasos se producen mayormente durante los meses de verano, en los que el periodo de fichajes es mucho más amplio, pero debido a la pandemia mundial existente, esta tendencia ha variado debido a la finalización anticipada de muchas ligas europeas, además de la celebración retardada de la máxima competición europea.

Gráfico 3. Comparación del tipo de transferencias efectuadas



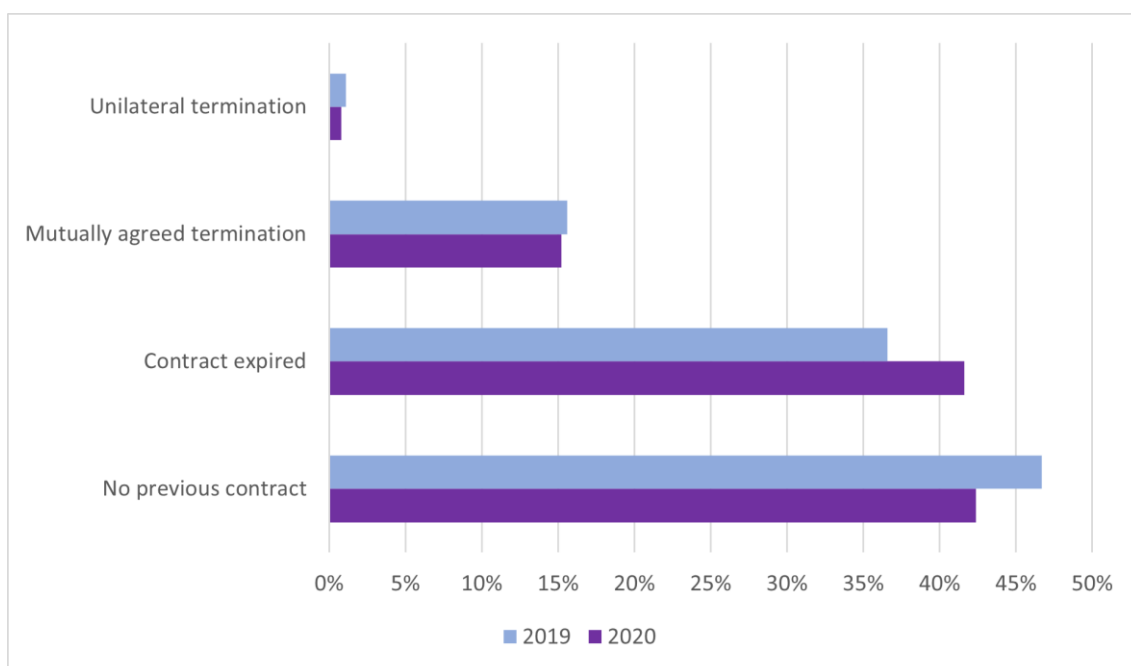
Fuente: elaboración propia a través de datos de Global Transfer Market Report 2019 y 2020

Tal y como se refleja en el Gráfico 3, la gran mayoría de los traspasos son de jugadoras a las que se les ha acabado el contrato, siendo en 2019 un 86,30% del total, y, en 2020, representaron un 87,6%, mientras que los fichajes en los que hubo negociaciones entre dos clubes supusieron solamente un 3,50% en 2019, pero en 2020 se experimentó un ligero aumento, pasando al 3,90% (FIFA, 2019).

El resto de los movimientos que se produjeron fueron relacionados con cesiones, que representaron un 4,70% en 2019 y un 5,50% en 2020, de las que un 0,4% se convirtieron en un traspaso definitivo en 2019, no teniendo este tipo de movimiento en 2020.

Un 5,2% se trataron de la vuelta de las jugadoras al club de origen, pero al siguiente año se produjo un descenso, pasando al 3%.

Gráfico 4. Razones por las que la jugadora no tiene contrato



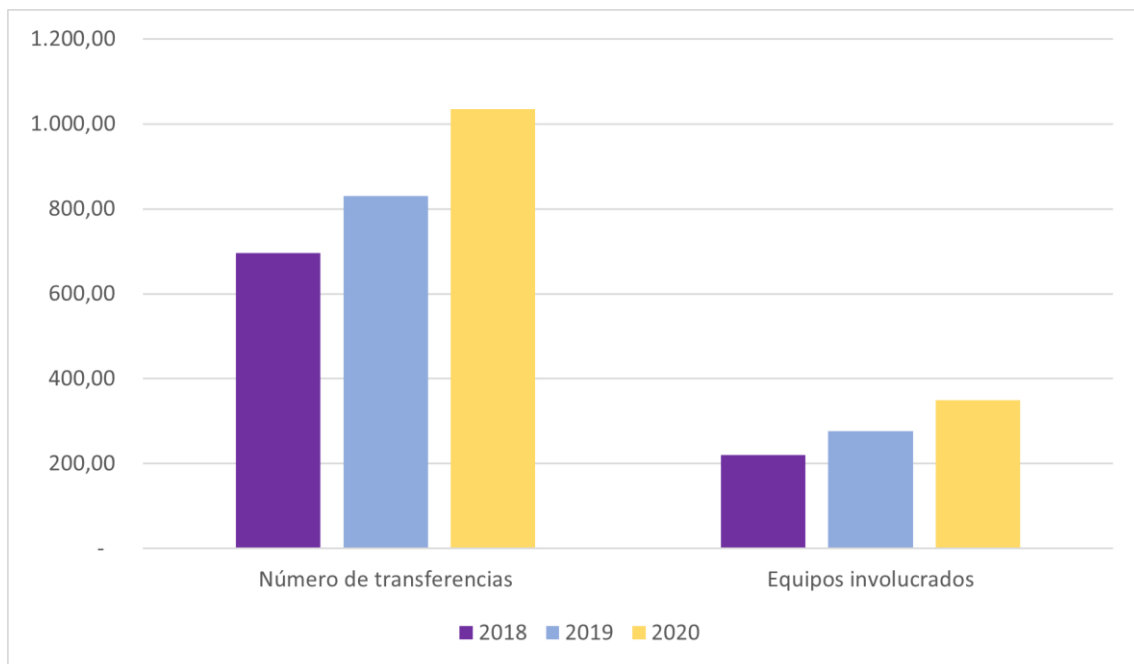
Fuente: elaboración propia a través de datos de Global Transfer Market Report 2019 y 2020

Sin embargo, es importante distinguir las razones por las que una futbolista se encuentre sin contrato. La causa principal es que, en un 46,70% de los casos en 2019 y un 42,40% en 2020, la jugadora no tiene contrato con el equipo debido a que jugó como amateur, es decir, se encontraba en secciones inferiores del club.

En segundo lugar, en un 36,6% en 2019 y un 41,60% en 2020, las jugadoras no tenían contrato, es decir, la relación contractual entre jugadora y club había expirado, mientras que un 15,60% supuso un acuerdo mutuo de extinción de la relación contractual, mostrando un ligero descenso en 2020, con un 15,20%.

Por último, en un 1,1% de los casos en 2019, una de las partes decidió extinguir unilateralmente el contrato, pero en 2020, este porcentaje disminuyó, pasando a un 0,80%.

Gráfico 5. Movimiento de fichajes



Fuente: elaboración propia a través de datos de Global Transfer Market Report 2018, 2019 y 2020

Tal y como se refleja en el gráfico 5, desde 2018 tanto el número de transferencias como los equipos involucrados en estas han aumentado progresivamente

El número de transferencias realizadas en 2018 fue 696, en 2019 fueron 831, y en 2020, un total de 1.035, mientras que los equipos involucrados fueron 220, 276 y 349 respectivamente en los tres años citados.

Estos datos reflejan la necesidad creciente que tienen los equipos femeninos de todo el mundo de incrementar la profesionalización de sus jugadoras.

Es muy importante tener en cuenta que las cifras que se manejan en el fútbol femenino son mucho menores que las de su homólogo masculino, pero que éstas presentan un crecimiento sostenido año tras año, que indican una clara tendencia ascendente. En 2020, la cifra total que se gastó en las denominadas “*transfer-fees*” fue de 1.200.000 dólares, presentando un claro aumento respecto a 2018 y 2019.

España, gracias a la RFEF, está incluida en la confederación de la UEFA: ésta es considerada como la más activa de las seis existentes, debido a que 188 clubes de 45 asociaciones europeas estuvieron involucrados en transferencias en 2019, hecho que volvió a repetirse en 2020, año en el que participaron 246 clubes de 47 asociaciones.

Además, los 29 clubes que conforman la asociación española (RFEF) han sido los más activos en el mercado internacional durante 2019, hecho que se ha vuelto a repetir en 2020. Además, con un total de 104 transferencias en 2019 y 133 en 2020, los equipos españoles han completado el mayor número de entradas de jugadoras de todas las asociaciones, entre los que destacan clubes como el Atlético de Madrid, CD Akeki de Tenerife y Zaragoza CFF.

Por último, a nivel de clubes en 2019, 274 equipos estuvieron involucrados en fichajes internacionales, pero un significativo porcentaje de clubes, el 80,7% solo completaron fichajes de entrada de jugadoras, no de salidas, mientras que solo 46 (16,8%) clubes realizaron ambos movimientos; sin embargo, estos porcentajes han variado en 2020. 349 equipos han participado en transferencias internacionales, de los que 290 (83,1%) solo han contratado jugadoras, 54 (15,5%) han contratado y liberado futbolistas, y solamente 5 (1,4%) han dado salida a alguna de sus jugadoras.

Cabe destacar que las jugadoras que estuvieron involucradas en estos traspasos son futbolistas jóvenes, con una media de edad de 24 años y 7 meses.

Los contratos que concluyeron su duración mayormente se caracterizaban por tener una duración entre siete y doce meses (43,7%), mientras que los contratos entre seis meses o menos se sitúan en el segundo puesto (29,8%). En contraposición, un 21,2% de los contratos firmados tuvieron una duración entre 131 y 24 meses, y el 5,3% de más de 24 meses.

El 1 de septiembre de 2020, el Chelsea FC llevó a cabo el fichaje más caro de la historia del fútbol femenino, consiguiendo el traspaso de Pernille Harder, procedente del VfL Wolfsburgo, por un montante cercano a los 350.000 euros. Además, un año antes, el 13 de noviembre de 2019, el Chelsea fichaba a la delantera Sam Kerr a cambio de 300.000 euros procedente de Chicago Red Stars y un contrato de dos años y medio de duración, por lo que, en poco más de un año, el Chelsea ha roto dos veces su propio récord de inversión en una jugadora, lo que no es habitual ver en el mundo del fútbol femenino. A modo de ejemplo, en la Liga Iberdrola, el traspaso más caro fue el referente a Mapi León, central del Atlético de Madrid que llegó al FC Barcelona a cambio de 50.000 euros.

En definitiva, estos informes desarrollados por el organismo internacional FIFA, se destacan el crecimiento que sigue teniendo el mercado de fichajes del fútbol femenino, y, sobre todo en 2020, recalca el interés que tienen los clubes en mejorar su rendimiento no sólo a través de contrataciones de futbolistas extranjeras, sino también el desarrollo de su cantera con el objetivo de generar jugadoras profesionales.

Sin embargo, gracias a las entrevistas realizadas a las jugadoras, todavía existen impedimentos que dificultan la movilidad de las futbolistas, en las tres categorías españolas existentes. Elementos como el nivel de vida del nuevo lugar de destino, estudios que se ofrecen, etc influyen en gran medida en la toma de decisión de la futbolista en cuestión.

De cara a la temporada 2020/2021, los equipos de la Primera Iberdrola que más se han reforzado son los situados en la media tabla, con el objetivo de ascender posiciones y poder luchar contra los gigantes de la liga. El 34% de las jugadoras que han llegado a la Liga Iberdrola proceden de ligas extranjeras.

5. ANÁLISIS

De los elementos anteriormente señalados, se han analizado algunos de ellos que pueden provocar que el valor económico del fútbol femenino aumente; se trata del apoyo de las instituciones públicas, del patrocinio y de los derechos televisivos.

No ha sido posible analizar el resto de factores clave detectados ya que en el fútbol español los clubes femeninos no tienen obligación de publicar sus cuentas anuales, salvo los equipos del archipiélago canario, obligados por la Ley Canaria 12/2014, de 26 de diciembre, de transparencia y de acceso a la información pública.

Además, de aquellos clubes que tienen sección masculina y femenina, en sus cuentas anuales por regla general, solo dan la información económico-financiera de su sección masculina, y otros, por el contrario, lo que hacen es mezclar la información de ambos, sin desglosar las partidas económicas, por lo que resulta imposible la utilización de estas cuentas.

Es importante destacar que el presupuesto que tienen los clubes actualmente ha aumentado progresivamente respecto a años anteriores. En 2018, el equipo con mayor presupuesto era el FC Barcelona, con 3,5 millones de euros, y, en 2021, presenta un saldo de casi 5 millones de euros (véase Anexo 3). Además, las 4 futbolistas entrevistadas han coincidido en que algunas veces, los clubes intentan dar a la jugadora una ficha distinta a la que corresponde, con el fin de ahorrarse costes.

Los clubes analizados son los siguientes:

- Pertenecientes a la categoría Primera Iberdrola, los clubes CD Akeki de Tenerife, EDF Logroño, CD Sporting Club, Valencia Femenas CF, Madrid CFF y Santa Teresa CD.
- Pertenecientes a la categoría Reto Iberdrola, los equipos CD Juan Grande y Fundación Albacete Balompié.

5.1. Apoyo de las instituciones públicas

De las cuentas anuales obtenidas de los 8 clubes anteriormente mencionados, todos ellos han sido beneficiarios de subvenciones provenientes de entidades públicas, ya sea provenientes de la RFEF, de su respectiva Comunidad Autónoma, de su Diputación Provincial o del propio Ayuntamiento donde esté asentado el club.

Los importes de estas subvenciones son muy variados; por lo general, aquellas provenientes de los ayuntamientos son una importante fuente de ingresos en los clubes más modestos. Durante el año 2020, Santa Teresa CD, EDF Logroño y Valencia Femenas CF recibieron este tipo de ayudas, con importes y objetivos muy variados.

Los dos primeros clubes mencionados recibieron respectivamente 44.480 y 175.000 euros provenientes de sus ayuntamientos, debido a que durante la temporada 19/20 se encontraban en Reto Iberdrola, y tenían como objetivo subir a la máxima categoría del fútbol femenino español, mientras que, en el caso del Valencia, que recibió 21.876 euros, se trató de una subvención que ofrece el ayuntamiento de la ciudad todos los años para aquellos clubes que compitan en una liga nacional.

En segundo lugar, se encuentran las subvenciones concedidas por la Diputación Provincial. Al igual que en el anterior caso, solamente tres de los ocho equipos tuvieron acceso a esta fuente de financiación (Santa Teresa CD, Fundación Albacete Balompié y CD Sporting Club).

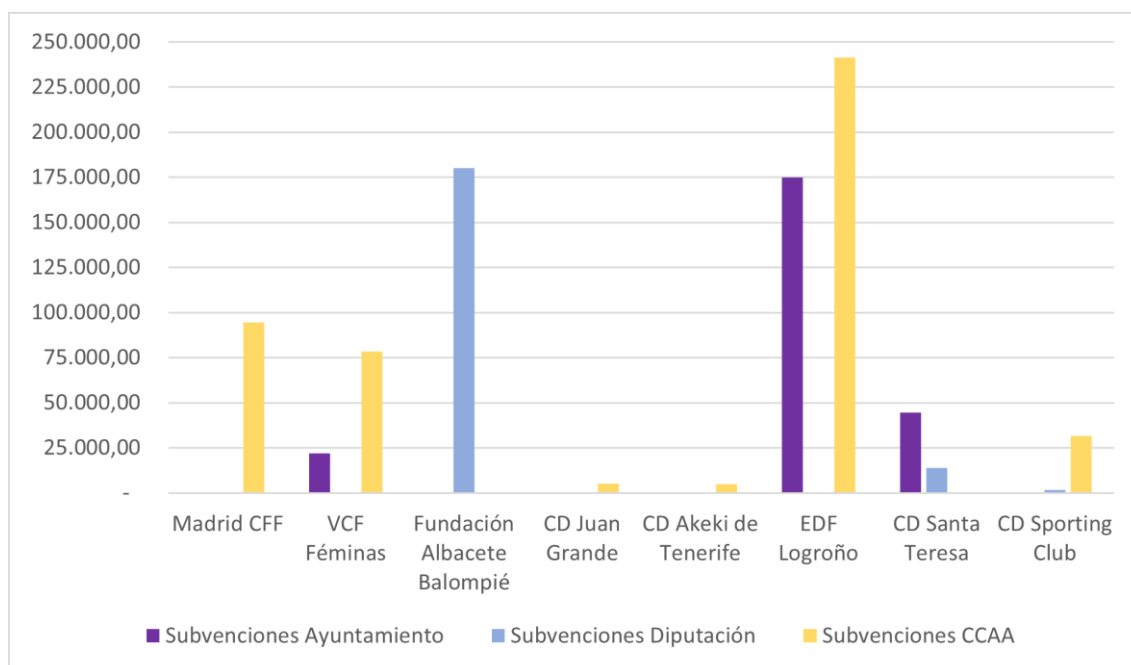
Santa Teresa CD recibió 14.000 euros para sufragar los gastos que tuvo durante la fase de ascenso a Primera Iberdrola durante la temporada 18/19, mientras que Fundación

Albacete Balompié recibió 180.000 euros debido al convenio existente con su Diputación, por medio del cual se financian los gastos corrientes de las temporadas disputadas. Por último, el CD Sporting Club recibió 1.600 euros, destinados a la compra de equipamiento deportivo.

Las subvenciones provenientes de las Comunidades Autónomas fueron percibidas por 6 de los 8 clubes estudiados (Madrid CFF, CD Akeki de Tenerife, EDF Logroño, CD Sporting Club, Valencia Fémimas y CD Juan Grande).

Madrid CFF recibió de la Comunidad de Madrid un total de 94.635 euros, subvención destinada a los clubes de élite de la comunidad. En el caso del CD Akeki de Tenerife, recibió 4.944 euros procedentes de la comunidad autónoma de Canarias, con el fin de cubrir los gastos generados por la actividad deportiva de aquellos equipos que disputen categorías absolutas de ámbito nacional, misma subvención que recibió el CD Juan Grande, por importe de 5.003,97 euros. El Valencia Fémimas obtuvo 78.473 euros, destinadas para aquellos equipos que disputen competiciones no profesionales. El CD Sporting Club recibió 31.475 euros, en concepto de adquisición de material deportivo y fomento de hábitos de vida saludable, y, por último, el EDF Logroño, que desvela que la Comunidad de La Rioja les ha otorgado 241.294 euros, por lo que, de los clubes analizados, es la más beneficiada por estas ayudas autonómicas. Estas subvenciones se entregaron debido a que este equipo participa en ligas nacionales de carácter regular y federado y pruebas de carácter nacional e internacional, y es importante destacar que existe un convenio con la comunidad, en el que otorga al club 110.000 euros.

Gráfico 6. Subvenciones concedidas a los equipos de fútbol femenino



Fuente: elaboración propia a través de datos obtenidos de publicaciones oficiales de organismos públicos

Por último, no existieron subvenciones concedidas por la RFEF durante el año 2020, posiblemente debido al impacto e interrupción de la Liga Iberdrola provocado por el COVID 19. A pesar de ello, en 2021, se ha publicado un listado provisional de equipos

beneficiarios de una subvención promovida por el programa Universo Mujer II destinada a clubes de Primera y Segunda división de Fútbol Femenino, que cumplan los requisitos establecidos por el Manual de procedimientos para el reparto de subvenciones para las Federaciones Autonómicas y/o Territoriales y otros miembros de la RFEF.

Llama la atención que esta ayuda solo ha sido otorgada provisionalmente a cuatro de los dieciocho clubes de Primera Iberdrola, que son FC Barcelona (87.618,75€), Real Madrid CF (72.488,75€), Atlético de Madrid (78.048,75€) y UDG Tenerife Egatesa (72.808,75€), mientras que las ayudas otorgadas a clubes de Reto Iberdrola solo comprenden los gastos originados por desplazamientos, con un máximo de 4.687,50€, entre los que se encuentran Fundación Albacete Balompié y CD Juan Grande entre otros, por lo que solamente tres de los ocho equipos objeto de estudio se beneficiarían de esta subvención.

Tan solo analizando este apartado de financiación de un club, se aprecia que aquellos que están en categorías inferiores a Primera Iberdrola, reciben una cuantía de ayuda procedente de la RFEF muy pequeña en comparación a otros clubes, y que estos reciben más apoyo económico por parte de su Comunidad Autónoma, Diputación o Ayuntamiento.

5.2. Patrocinio

En los últimos años, se ha identificado una tendencia creciente de las empresas que están dispuestas a patrocinar este deporte, ya sea a través del apoyo a competiciones, equipos o jugadoras.

En la memoria anual que ha publicado el FC Barcelona han incluido los presupuestos para la temporada 2020/2021, en el que identifican una partida denominada “ingresos por comercialización y publicidad”, en la que estiman que este año se embolsarán 3.781.000 euros, procedentes principalmente de su acuerdo con la marca estadounidense Stanley Black & Decker, que desde 2018 es su patrocinador principal a cambio de una contraprestación de 3,5 millones de euros. Gracias a este patrocinio, a partir del año de su firma, el FCB Femení comenzó a ser rentable y a tener solvencia, hecho que se ha visto interrumpido debido a la contingencia provocada por la COVID-19, pero aún así, durante la vigente temporada, es la sección del equipo con menos pérdidas.

Sin embargo, el acuerdo que tiene el FC Barcelona es algo fuera de lo común en el fútbol femenino, ya que los equipos no tienen patrocinios que conlleven una cifra tan alta, o que compartan patrocinador con la sección masculina. Este es el caso del EDF Logroño. En sus presupuestos para la temporada 2018/2019, los patrocinadores de sus camisetas aportaban al club un montante de 94.000 euros, mientras que en la temporada 2019/2020, esa cuantía aumentó en un 22,34%, alcanzando la cifra de 115.000 euros.

En el caso del Club Deportivo Akeki de Tenerife, durante las temporadas 2018/2019 y 2019/2020 suscribió tres contratos de patrocinio. El primero de ellos se gestó del acuerdo entre IDECO S.A y el club a cambio de 150.000 euros, mientras que los dos siguientes se formalizaron con SPET y Turismo de Tenerife, uno por importe de 10.324,39 euros y otro por 5.162,20, destinado para el filial del equipo.

En equipos que juegan en Reto Iberdrola, como el Club Deportivo Juan Grande, la cifra por ingresos publicitarios desciende notablemente, hasta los 14.200 euros.

De las entrevistas realizadas a las jugadoras, todas han señalado que se ha producido un incremento de futbolistas que tienen algún tipo de patrocinio, ya sea a nivel local o nacional, que están provocando que el fútbol aumente su visibilidad. Sin embargo, reconocen que, a pesar de este aumento, el patrocinio se suele concentrar en las jugadoras internacionales, y el patrocinio que tienen las demás es de menor categoría.

Además, se ha percibido un incremento del número de representantes, agencias y asesorías que se encargan de orientar a las jugadoras a la hora de tomar de decisiones, tal como puede ser la elección de un patrocinio, un nuevo club de destino, etc. Al igual que ocurre con el patrocinio, todavía son muchas las futbolistas que no cuentan con representante, por lo que a veces es difícil que un club o empresa contacte con la interesada.

5.3. Derechos televisivos

Tal y como se comentó en anteriores apartados, actualmente existe un conflicto muy importante en España respecto a los derechos televisivos.

Hasta la temporada 2021/2022, Mediapro tiene el derecho de retransmitir los partidos de aquellos clubes pertenecientes a la ACFF que firmaron el acuerdo en 2019. Según el Real Decreto 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, establece en el artículo 2.2 que los clubes son los únicos titulares de sus derechos audiovisuales, pero en el apartado 2 se establece la obligación de ceder los derechos de aquellos equipos que participen en competiciones profesionales al organizador de la competición para que se comercialicen de forma conjunta, como es el caso de LaLiga. Hay que tener en cuenta a la RFEF, porque también organiza competiciones de carácter profesional, tales como la Copa del Rey o la Supercopa de España, por lo que la RFEF comercializa con los derechos conjuntamente.

El fútbol femenino no es una competición profesional todavía, por lo que los clubes no tienen la obligación de ceder sus derechos audiovisuales. De ahí radica el acuerdo de venta de los derechos audiovisuales por parte de la ACFF a Mediapro,

Del acuerdo que firmaron los 13 equipos pertenecientes a la ACFF, alrededor de los 3 millones de euros por temporada, se desconocen los detalles de este contrato ni el reparto económico de este; en caso de que fuera equitativo, cada club firmante recibiría 230.769,23 euros. Sin embargo, las posibilidades de que este reparto sea equitativo son remotas, ya que se tendrá en cuenta distintos criterios, tales como la posición final en la clasificación, estatus del club, etc.

A partir de la temporada 2021/2022, Primera Iberdrola pasará a denominarse Liga Ellas debido a la profesionalización de la competición, por lo que la RFEF no organizará la liga y los derechos televisivos, una vez expirado el contrato con Mediapro, se comercializarán de forma conjunta por un ente independiente. Respecto a estos derechos, la Asociación Mujeres en el Deporte Profesional opina que, a pesar de todas las circunstancias existentes actualmente, Mediapro seguirá interesada en la explotación de dichos derechos, ya que este deporte es una apuesta de futuro.

5.4. Cuentas anuales

A continuación, se realizará un análisis económico-financiero exhaustivo de aquellos clubes de los que se cuenta información de dos años consecutivos para hacer una comparativa entre ellos, que son Fundación Albacete Balompié, Valencia Fémimas CF y CD Sporting Club.

Para realizar dicho análisis, se ha realizado una tabla en la cual se han seleccionado los ratios más relevantes que reflejen fielmente la situación económico-financiera de los clubes anteriormente mencionados.

Tabla 2. Estructura de la masa patrimonial y ratios de liquidez y solvencia de Fundación Albacete Balompié, CD Sporting Club y Valencia Fémimas CF

	Fundación Albacete Balompié		CD Sporting Club		Valencia Fémimas CF	
MASA PATRIMONIAL						
AÑOS	2017	2018	2017	2018	2017	2018
ANC	82,05%	82,59%	59,66%	66,28%	59,66%	66,28%
AC	17,95%	17,41%	40,34%	33,72%	40,34%	33,72%
PN	46,39%	47,61%	33,87%	37,15%	33,87%	37,15%
PNC	36,42%	35,99%	23,71%	26,96%	23,71%	26,96%
PC	17,19%	16,40%	42,42%	35,89%	42,42%	35,90%
RATIOS DE LIQUIDEZ						
Liquidez general	1,04	1,06	0,95	0,94	0,95	0,94
Test Ácido	0,96	0,97	0,66	0,63	0,86	0,79
Liquidez Inmediata	0,32	0,32	0,26	0,20	0,26	0,20
RATIOS DE FINANCIACIÓN						
Solvencia	1,87	1,91	1,51	1,59	1,51	1,59
Cobertura	1,01	1,01	0,97	0,97	0,97	0,97
Autofinanciación	0,46	0,48	0,34	0,37	0,34	0,37
Apalancamiento financiero	2,16	2,10	2,95	2,69	2,95	2,69
Resultado del ejercicio	1.413	667	1.558	1.346	9.351	8.075

Fuente: elaboración propia obtenida en la información económico-financiera de Fundación Albacete Balompié, CD Sporting Club y Valencia Fémimas CF

1. Fundación Albacete Balompié: actualmente, se encuentra en Reto Iberdrola, y las cuentas anuales obtenidas muestran diferencias con los clubes de Primera Iberdrola. En 2017, los fondos propios de la entidad se situaban en 86.544, mientras que en 2018 se aprecia un ligero incremento del 3,18%, pasando a 89.292. A su vez, el activo no corriente aumentó en un 1%, alcanzando la cifra de 154.889, mientras que el activo corriente disminuyó en un 3%. Aún así, el fondo de maniobra tanto en 2017 como en 2018 fue positivo, con 1.412 y 1.909 respectivamente.

Respecto a la liquidez de la empresa, la ratio de liquidez general se sitúa en 1,04 en 2017 y en 1,06 en 2018, mostrando una leve mejoría, pero a pesar de ello son cifras bajas y alejadas del 1,50 recomendado.

El test ácido también mejora levemente de un año a otro (0,96 a 0,97), situándose por debajo de 1, pero no se trata de un indicador preocupante ya que no se le da un peso importante a las existencias del club.

La liquidez inmediata del club se mantiene constante en 2017 y 2018, y muestra niveles aceptables para afrontar las deudas a corto plazo del equipo.

Respecto a la solvencia del club, muestra datos muy positivos. La ratio de solvencia es muy elevada, y la ratio de cobertura es mayor que 1 tanto en 2017 como en 2018, por lo que el fondo de maniobra es positivo, tal y como se indicó anteriormente. Además, la autofinanciación del club es muy alta, casi del 50%, por lo que el control y mayor apoyo financiero se encuentra en las aportaciones de los socios. Por último, el apalancamiento financiero del club es mayor que 1 en los dos años analizados, por lo que sería conveniente que el club recurriera a entidades externas a la hora de acometer una inversión.

2. CD Sporting Club: actualmente juega en Primera Iberdrola y lleva 15 años en la élite del fútbol español. En 2017, los fondos propios se situaron en un total de 42.368, pero al año siguiente, esta cifra incrementó en un 21,66%, llegando a 51.547. Además, su activo no corriente muestra también un aumento del 23%, hecho que se refleja a su vez en el pasivo no corriente, que aumentó un 25%. En contraposición, el activo corriente disminuyó un 7%, situándose en 46.797, hecho que se reflejó en el pasivo corriente, que disminuyó un 6%, hasta los 49.808, por lo que su fondo de maniobra es negativo, con una cifra total de -3.011, empeorando el total de 2017 en un 16%.

La liquidez del equipo no puede considerarse buena, ya que todas las ratios referidas a la liquidez empeoran de 2017 a 2018. Su ratio de liquidez se sitúa por debajo de 1,50. Este hecho se refleja también en la prueba ácida, ya que muestra cifras relativamente bajas, por lo que el club tiene una cantidad importante de existencias. Por último, respecto a la liquidez inmediata, tampoco refleja una cifra positiva, ya que se encuentra por debajo de 0,3.

Respecto a la solvencia del club, muestra datos a remarcar que se mantienen casi constantes durante los dos años analizados. Su ratio de solvencia se sitúa en 1,51 en 2017 y en 1,59 en 2018, mientras que la ratio de cobertura es 0,97 en los dos años, lo que indica que el fondo de maniobra es negativo, tal y como se indicó anteriormente. Además, el club se autofinancia en un 34% en 2017 y un 37% en 2018, mientras que el apalancamiento financiero en 2017 era de 2,95 y en 2018, 2,69, por lo que la entidad deportiva perdió capacidad de endeudamiento, pero sigue siendo recomendable.

3. Valencia Fémimas CF: nacido en 2009, actualmente milita en Primera Iberdrola. En 2017, el patrimonio neto de la entidad se situó en 254.202, incrementándose en 2018 hasta los 309.285. El activo no corriente del club se valoró en 2017 por 447.815, mientras que en 2018 aumentó a 551.856, hecho que se reflejó a su vez en el pasivo no corriente, que incrementó un 25% respecto al año anterior, situándose en 237.090. Respecto al activo corriente, se aprecia una disminución del 7%, con una cifra total de 280.781, y, a su vez, una bajada del pasivo corriente del 6%. Sin embargo, el fondo de maniobra del equipo es negativo, situándose en 2017 en -15.618, y, en 2018, en -18.065.

La liquidez del club no se puede considerar positiva. La ratio de liquidez general se encuentra en 2017 en 0,95, empeorando ligeramente en 2018, llegando a 0,94, situándose ambas cifras por debajo de 1,50. El test ácido en 2017 es de 0,86, y empeora en 2018 hasta 0,79, por lo que las existencias, a lo largo de un año, adquieren más importancia. Por último, respecto a la liquidez inmediata, los datos que se presentan deberían mejorar, ya que en 2017 la ratio era 0,26, y en 2018 empeora a 0,20.

La solvencia del club tampoco puede considerarse como idónea. Si bien su ratio de solvencia es mayor que uno en 2017 y 2018, su ratio de cobertura indica que el fondo de maniobra de la entidad es negativo, por lo que no podría hacer frente a sus deudas a corto plazo. Sin embargo, la autofinanciación del club aumenta de un año para otro.

Tal y como se puede observar, el equipo con menor resultado del ejercicio es Fundación Albacete Balompié, club que milita en Reto Iberdrola, a diferencia de CD Sporting Club y Valencia Fémimas CF.

También se puede apreciar que los dos equipos que tienen sección masculina (Albacete Balompié y Valencia CF), muestran cifras en el resultado del ejercicio muy dispares entre sí, ya que el Valencia Fémimas multiplica el resultado del Fundación Albacete, debido a que se encuentran en distinta categoría y a que, al estar vinculado a uno de los grandes equipos del fútbol español, tiene más facilidades para acceder a fuentes de financiación que mejoren la calidad de su plantilla, y con ello, sus resultados.

Respecto a los clubes restantes, que son Madrid CFF, Santa Teresa CD, CD Akeki de Tenerife y CD Juan Grande, solo se tiene a disposición las cuentas de un solo año, por lo que el análisis que se realizará será comparativo entre ellos.

Para realizar dicho análisis, al igual que en la anterior tabla, se han seleccionado las ratios más representativas para estudiar su información económico-financiera. A continuación, se detalla su estructura patrimonial:

Tabla 3. Estructura de la masa patrimonial y ratios de liquidez y solvencia de Madrid CFF, Santa Teresa CD, CD Akeki de Tenerife y CD Juan Grande

	Madrid CFF (2017)	Santa Teresa CD (2018)	CD Akeki de Tenerife (2019)	CD Juan Grande (2019)
MASA PATRIMONIAL				
ANC	70,95%	76,75%	4,23%	15,48%
AC	29,05%	23,25%	95,77%	84,52%
PN	24,88%	16,56%	62,35%	100%
PNC	42,81%	41,70%	0	0
PC	32,31%	41,74%	37,65%	0
RATIOS DE LIQUIDEZ				
Liquidez general	0,90	0,56	2,54	-
Test Ácido	0,86	0,52	2,52	-
Liquidez Inmediata	0,24	0,13	0,62	-

RATIOS DE FINANCIACIÓN				
Solvencia	1,41	1,23	2,66	-
Cobertura	0,95	0,76	14,75	1,18
Autofinanciación	0,29	0,19	0,62	1
Apalancamiento financiero	3,43	5,38	1.60	1

Fuente: elaboración propia obtenida en la información económico-financiera de Madrid CFF, Santa Teresa CD, CD Akeki de Tenerife y CD Juan Grande

Tal y como se refleja en la tabla anterior, el Madrid CFF en el año 2017, su fuente de financiación principal se encontraba en el pasivo no corriente, con un 42,81% sobre un total de 11.573.545 y con un fondo de maniobra negativo consistente en -377.035, pero con un resultado del ejercicio positivo.

Respecto al Santa Teresa CD, se trata de un club más modesto y que en 2018 que descendió a Segunda División. Casi toda su financiación procede de fuentes externas, provocando así que su fondo de maniobra sea negativo en -104.684, pero, al igual que en el caso del Madrid CFF, con resultado positivo.

El CD Akeki de Tenerife destaca por el increíble peso de su activo corriente, acaparando casi la totalidad del activo del club, destacando la partida “deudores comerciales y otras cuentas a cobrar”, con una cifra de 434.838,85. A su vez, la fuente de financiación más importante que tiene el club es la de fondos propios, apenas recurriendo a agentes externos para conseguir financiación.

Se aprecia un problema de gestión a corto plazo, debido a la gran capacidad de liquidez que tiene, lo que implica que el club no está reinvertiendo sus activos.

Por último, el CD Juan Grande, club que milita en Reto Iberdrola, tiene una estructura patrimonial peculiar. El activo corriente acapara prácticamente todo el activo, y el patrimonio neto constituye la única fuente de financiación, con una sola partida, el resultado del ejercicio. Esto se debe a que se trata de un equipo modesto, de la isla de Gran Canaria, que se apoya económicamente en sus socios, subvenciones y patrocinadores.

La principal diferencia entre estos equipos se encuentra en las ratios de liquidez existentes. Por un lado, Madrid CFF y Santa Teresa CD tienen escasa liquidez, reflejada en sus fondos de maniobra, ambos negativos, y, por otro lado, CD Akeki de Tenerife, que tiene un exceso de deudores y efectivo.

Este hecho llama la atención, ya que los tres equipos se encuentran en Primera Iberdrola, por lo que posiblemente esta diferencia se deba a problemas internos de gestión de los propios clubes.

6. MEJORAS PROPUESTAS

A lo largo de este Trabajo Fin de Grado, se han seleccionado y analizado algunos de los elementos que influyen en el valor del fútbol femenino. A través de dicho análisis, se han observado factores tanto positivos como negativos, por lo que, en este apartado, se propondrá alguna mejora para aumentar su valor:

- a) Publicidad de las cuentas anuales y estados financieros: tal y como se comentó en el apartado de análisis, los clubes de fútbol femenino no tienen la obligación de publicar sus cuentas, salvo los equipos del archipiélago canario.

La información en los mercados constituye un elemento fundamental para el desarrollo de los componentes de dichos mercados. Gracias a ella, se ofrece una imagen acerca de cómo los equipos de fútbol gestionan sus activos, además de mostrarse como un potencial de inversión.

Sin embargo, actualmente el público general no tiene información económico-financiera de los clubes, por lo que se están perdiendo potenciales inversores y patrocinadores.

- b) Distancia de los estadios y accesibilidad a estos: muchos de los equipos de Primera Iberdrola juegan en la ciudad deportiva de sus clubes, con un aforo mucho más reducido que si jugaran en grandes estadios en los que juegan las secciones masculinas.

En España, los récords de asistencia que se han marcado han sido en grandes estadios. El 17 de marzo de 2019, el partido entre el Atlético y el Barça acogió a más de 60.000 espectadores en el Wanda Metropolitano, estadio que está conectado a través de líneas de metro, mientras que el complejo deportivo donde juegan habitualmente, el Centro Deportivo Wanda, se encuentra Alcalá de Henares, mucho más alejado de la ciudad de Madrid y cuya capacidad se aproxima a las 2.000 personas.

Por ello, los equipos que tengan sección masculina y femenina deberían establecer sinergias de gestión para aprovechar los recursos del equipo masculino, con el objetivo de aumentar la visibilidad y atraer público a los partidos de la sección femenina.

- c) Apoyo público de los equipos masculinos a los femeninos: recientemente, el Real Madrid CF se ha introducido en el mundo del fútbol femenino, y que un equipo reconocido mundialmente decida dar el paso delante de apostar por este deporte marca un referente para los demás.

En el mes de abril de 2021, se inició un movimiento en las redes llamado #MismaPasión, a raíz de un tweet publicado por la portera del Real Madrid, Misa Rodríguez, en el que se comparaba a ella misma con Marco Asensio celebrando una victoria. A raíz de este tweet, la jugadora recibió numerosas publicaciones ofensivas, y decidió borrar el tweet en cuestión. En ese momento, tanto futbolistas como clubes de todo el mundo se posicionaron a favor de la jugadora, mostrándole su apoyo (véase Anexo 4).

Este apoyo público mostrado por futbolistas y clubes masculinos ayuda enormemente al desarrollo del fútbol femenino, ya que estos gestos provocan que se aumente la visibilidad de este deporte.

- d) Apoyo público de las federaciones internacionales: cada vez más los organismos internacionales se están implicando en el desarrollo del fútbol femenino a nivel global. Sin embargo, todavía en muchos países del mundo, este deporte se encuentra en una

fase muy atrasada con respecto a otras naciones, ya sea por motivos de discriminación de género o por falta de recursos.

Por ello, el organismo internacional FIFA, debería centrarse en aquellas asociaciones y federaciones de fútbol femenino que estén más atrasadas, con el objetivo de mejorar su situación deportiva y elevar el nivel de competitividad, provocando así un aumento competitivo en los campeonatos nacionales y mundiales, que podría atraer a más público.

7. CONCLUSIONES

El fútbol femenino está experimentando un crecimiento sin precedentes, en gran medida gracias a las instituciones privadas y públicas que han mostrado su apoyo al desarrollo de este deporte. Sin embargo, este progreso se ha visto ralentizado debido a la crisis provocada por la pandemia de la COVID-19.

A pesar de esta incipiente crisis, hay motivos que despiertan esperanza. El hecho de que el número de traspasos y cantidad de dinero involucrado en estos siga aumentando año tras año evidencia que, cada vez más, los clubes están invirtiendo mayores recursos en los equipos femeninos, provocado por el auge que está teniendo este deporte. Aunque bien es cierto que, al igual que ocurre en las ligas masculinas de fútbol, existen clubes que poseen muchos más recursos económicos que otros, generando grandes disparidades entre ellos que se ven reflejadas en las tablas de clasificación de las distintas ligas europeas, y, también, en la UWCL.

Uno de los hechos más importantes a destacar es que el avance que se está produciendo también se está reflejando tanto de manera directa como indirecta en las jugadoras. Cada vez son más las que aprecian que el valor del fútbol femenino está aumentando, ya sea porque detectan que el número de representantes está creciendo o porque las empresas se fijan más en ellas para publicitar su marca. Sin embargo, en lo referido a traspasos, todavía se encuentra en una situación lejana a la de su homólogo masculino, ya que las cantidades que se manejan son mucho menores, y todavía factores como el nivel de vida del nuevo lugar de destino juega un papel importante en la toma de decisiones.

El conflicto que está sucediendo en España sobre los derechos televisivos está provocando que el fútbol femenino no tenga toda la visibilidad que en un principio se esperaba. La guerra establecida entre la ACFF y la RFEF ha llegado incluso a la vía penal, y las jugadoras reclaman un entendimiento entre las dos entidades por el bien del fútbol femenino español, ya que, tal y como se analizó en este Trabajo Fin de Grado, es uno de los elementos que más valor añadido puede aportar al fútbol.

Sobre el resto de los elementos que se señalaron como creadores de valor, los referentes a instituciones públicas y organismos han dado un paso adelante y se han comprometido firmemente en el desarrollo del fútbol femenino, reflejándose en el aumento económico sobre este. Recientemente, la UEFA ha decidido aumentar el presupuesto de la UWCL, provocando que los equipos que disputen la fase de grupos se embolsen mínimo 400.000 euros, y para el ganador, aproximadamente 1,4 millones de euros (UEFA, 2021).

Sobre las mejoras propuestas, en marzo de 2021, los futbolistas Thibaut Courtois y Borja Iglesias, a través de su equipo de esports, Dux Gaming, ha decidido invertir en el EDF Logroño, que cambiará su nombre a Dux Logroño, constituyendo así una inversión

pionera de un equipo de esports, que tiene como objetivo ayudar en el desarrollo del fútbol femenino, según palabras de Thibaut Courtois (Marca, 2021). Este hecho es muy importante a nivel exterior, ya que dos futbolistas masculinos están apostando por el fútbol femenino.

Gracias al análisis realizado de las cuentas anuales obtenidas, se ha visto reflejado el hecho de que aún al fútbol femenino le queda un largo camino por delante. A pesar de que se obtienen beneficios en la mayoría de los casos, se trata de una cifra muy pequeña comparada con el fútbol masculino. Además, el impacto que ha tenido la crisis provocada por la COVID-19 sobre la economía también ha afectado a este ámbito del deporte, ya que la medida de no albergar aficionados en los partidos lleva vigente desde que comenzaron de nuevo las competiciones, y en raras ocasiones se ha permitido la entrada a los estadios.

Son muchos los factores que pueden influir en el valor económico del fútbol femenino, y, a través de su identificación y análisis, se ha llegado a la conclusión de que este deporte es capaz de generar valor, tanto directa como indirectamente, y que muestra una tendencia ascendente y positiva, por lo que invertir en él a medio/largo plazo, puede generar mucha rentabilidad.

8. LISTA DE REFERENCIAS

- Ajadi, T., Ambler, T., Udawadia, Z. & Wood, C. (2020). *Annual Review of Football Finance 2020*. Deloitte. Consultado el día 21 de noviembre de 2020. <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-business-group/articles/annual-review-of-football-finance.html>
- Ajadi, T., Bridge, T., Hanson, C., Hammond, T. & Udawadia, Z. (2021). *Deloitte Football Money League 2021*. Deloitte. Consultado el día 21 de noviembre de 2020. <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/ranking-clubes-futbol-mas-ricos.html>
- Amanda Gutierrez Dominguez. (2021, 19 de febrero). *¡Lo que NADIE sabe! La GUERRA por los derechos AUDIOVISUALES en el fútbol FEMENINO | RFEF vs ACFF* [video]. YouTube. Consultado el día 26 de enero de 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=qFGjfW-hSM>
- Brand Finance (2019). *Brand Finance Football 50 2019*. Brand Finance. Consultado el día 5 de enero de 2021. <https://brandirectory.com/rankings/football/2019/>
- Consejo Superior de Deportes. (2019). *Programa Universo Mujer II*. Consejo Superior de Deportes. Consultado el día 3 de enero de 2021. <https://www.csd.gob.es/es/mujer-y-deporte/programa-universo-mujer-ii>
- Europa Press (2020, 2 de diciembre). *Lozano se reúne con las capitanas de Primera para avanzar la profesionalización del fútbol femenino*. Europa Press. Consultado el día 13 de diciembre de 2020. <https://www.europapress.es/deportes/futbol-00162/noticia-lozano-reune-capitanas-primera-avanzar-profesionalizacion-futbol-femenino-20201202185304.html>

- FIFA (2018). *Global Transfer Market Report 2018*. Consultado el día 5 de diciembre de 2020. <https://resources.fifa.com/image/upload/global-transfer-market-report-2018-women.pdf?cloudid=bf9rwc2pzuayqitta8gk>
- FIFA (2019). *Global Transfer Market Report 2019 – Women*. Consultado el día 5 de diciembre de 2020. <https://resources.fifa.com/image/upload/global-transfer-market-report-2019-women.pdf?cloudid=dm3mxtl95tjrufvuohwn>
- FIFA (2020). *Global Transfer Market Report 2020*. Consultado el día 5 de diciembre de 2020. <https://img.fifa.com/image/upload/ijiz9rtpkfnbhwqqr70.pdf>
- Fonseca, D. (2020, 14 de diciembre). *Acuerdo en el fútbol femenino para modular la lista de compensación y evitar cantidades abusivas*. El País. Consultado el día 29 de diciembre de 2020. <https://elpais.com/deportes/2020-12-14/acuerdo-en-el-futbol-femenino-para-modular-la-lista-de-compensacion-y-evitar-cantidades-abusivas.html>
- Jefatura del Estado. (1990, 15 de octubre). *Ley 10/1990 del Deporte*. Boletín Oficial del Estado n.º 249. Consultado el día 17 de octubre de 2020. <https://www.boe.es/buscar/pdf/1990/BOE-A-1990-25037-consolidado.pdf>
- María, P. (2019, 27 de julio). *El boom del fútbol femenino: por qué las jugadoras de élite necesitan otro empleo*. La Información. Consultado el día 8 de octubre de 2020. <https://www.lainformacion.com/management/claves-baby-boom-equipos-futbol-femenino-espana/6506864/>
- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (1985, 26 de julio). *Real Decreto 1006/1985, por el que se regula la relación laboral especial de los deportistas profesionales*. Boletín Oficial del Estado n.º 153. Consultado el día 17 de octubre de 2020. <https://www.boe.es/buscar/pdf/1985/BOE-A-1985-12313-consolidado.pdf>
- Menayo, D. (2020, 10 de septiembre). *La Primera Iberdrola se queda descolgada en la expansión televisiva del fútbol femenino*. Marca. Consultado el día 17 de noviembre de 2020. <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/primeradivision/2020/10/09/5f7def2422601dff468b458f.html>
- Palco23. (2020, 26 de agosto). *PepsiCo firma como patrocinador del fútbol femenino de la Uefa hasta 2025*. Palco23. Consultado el día 15 de noviembre de 2020. <https://www.palco23.com/media/pepsico-firma-como-patrocinador-del-futbol-femenino-de-la-uefa-hasta-2025.html>
- Pérez, A. (2019, 25 de junio). *Una media de 892.000 espectadores han seguido los partidos de España en el Mundial femenino*. El País. Consultado el día 5 de noviembre de 2020. https://elpais.com/cultura/2019/06/25/television/1561452850_060796.html
- UEFA (2017). *Women's football across the national associations 2017*. Consultado el día 17 de octubre de 2020. https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/OfficialDocument/uefaorg/Women'sfootball/02/51/60/57/2516057_DOWNLOAD.pdf

9. ANEXOS

Anexo 1: jugadoras incluidas en la Lista de Compensación

CLUB	NOMBRE Y EDAD	CANTIDAD
Athletic Club de Bilbao	Damaris (20)	250.000€
	Maite Oroz (20)	250.000€
FC Barcelona	Armengol (21)	100.000€
	Pina (18)	100.000€
	Font (20)	100.000€
	Codina (20)	100.000€
EDF Logroño	Velázquez (21)	10.000€
	Luzuriaga (20)	10.000€
Levante UD	Eva Navarro (21)	500.000€
	Ona Batlle (21)	500.000€
Madrid CFF	Laura D. (22)	15.000€
	Portales (21)	15.000€
	S. Rubio (19)	15.000€
Espanyol de Barcelona	Torrodà (20)	20.000€
	Julve (19)	15.000€

Fuente: elaboración propia a partir de datos del diario AS

Anexo 2: patrocinadores de los clubes pertenecientes a Primera Iberdrola

CLUB	PATROCINADOR
Atlético de Madrid Femenino	Herbalife
Athletic Club	Euskaltel
Real Madrid CF	Fly Emirates
Deportivo Abanca	Abanca
EDF Logroño	Gesitma
FC Barcelona	Stanley
Levante UD	Germaine de Capuccini y Delikia
Madrid CFF	Casino Gran Madrid
Real Betis Femeninas	Betway
Rayo Vallecano RCD	Genova International School of Soccer
RCD Espanyol de Barcelona	Miró
Real Sociedad	Euskaltel
Santa Teresa CD	Civitas Pacensis y Liberbank
SD Eibar	Euskaltel
Sevilla FC	Marathonbet
Sporting Huelva	Puerto de Huelva
UD Granadilla Tenerife Egatesa	Egatesa
VCF Femenino	Teika

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Palco23

Anexo 3: presupuestos de los equipos pertenecientes a Primera Iberdrola en 2019

PRESUPUESTOS LIGA IBERDROLA 2019	
EQUIPO	CANTIDAD (€)
FC Barcelona	3.500.000
Atlético de Madrid	1.800.000
Levante, Real Sociedad y Athletic	1.500.000
Valencia	1.200.000
UDG Tenerife	670.000
Betis y Sevilla	600.000
EDF Logroño	550.000
Madrid CFF	450.000
Albacete	430.000
Espanyol, Málaga y Sporting de Huelva	400.000
Rayo Vallecano	200.000

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Unión Rayo

Anexo 4: apoyo público al movimiento #MismaPasión



Fuente: https://www.elespanol.com/elbernabeu/real-madrid/futbol/20210410/misma-pasion-polemica-sexista-misa-asensio-clasico/572693369_0.html



Fuente: <https://www.diariosur.es/deportes/futbol/pasion-improvisado-lema-20210408232925-nt.html>

Anexo 5: entrevista a una jugadora perteneciente al CD Parquesol

1. *¿Cuáles son las mayores diferencias que encuentra entre los traspasos que se producen en clubes masculinos y clubes femeninos?*

En España, los traspasos tal y como los entendemos en el fútbol masculino están apenas empezando a aplicarse en el femenino. La problemática por cuadrar estudios o trabajos solía hacer que las jugadoras rara vez se comprometieran por más de una temporada así que no había traspasos tal cual sino una finalización de contrato y una nueva firma.

Ahora que se empiezan a aplicar, la mayor diferencia sin duda es la económica. No se manejan cifras ni parecidas y el traspaso más caro del fútbol español rondó los 40.000 euros que se abonaron en el traspaso de Mapi León del Atlético al Barcelona.

2. *¿Qué dificultades encuentra una jugadora si quiere abandonar su club antes de que se acabe el contrato en vigor?*

Principalmente la falta de acuerdo. El club puede tratar de retenerla basándose en el acuerdo firmado.

Existen diversas vías para negociar y la RFEF prevé cierta protección en casos concretos.

3. *¿Cómo se desarrolla un traspaso en Primera Iberdrola, Reto Iberdrola o Primera Nacional? (Ya sea por negociación entre dos clubes, finalización del contrato, etc)*

Traspaso tal cual, por pago directo de la liberación de la ficha federativa. Si se trata de una negociación de contrato nuevo, normalmente lo hacía la jugadora, sus padres y su

entorno cercano. Actualmente hay agencias y asesorías enfocadas también en el fútbol femenino y agentes intermediarios a los que contratar estos servicios.

4. *¿Existen problemas burocráticos a la hora de realizar traspasos entre distintas ligas? (De Primera Iberdrola a Reto Iberdrola, de Reto Iberdrola a Primera Nacional, etc)*

Una de las protecciones a las que aludía antes es la formalización de una ficha profesional. Si una jugadora es amateur y recibe una oferta de un club que va a formalizar ficha "P", a través del Comité Jurisdiccional de la RFEF, la jugadora consigue la libertad. Luego la burocracia es algo que depende mucho de quien la aplica. Complicar las negociaciones depende de los negociantes.

5. *El fútbol femenino ha experimentado un incremento muy importante en los últimos años. ¿Este hecho se ha visto reflejado en el número de empresas y/o marcas que quieren patrocinar a una futbolista? ¿Cree que los potenciales anunciantes tienen facilidad para acercarse a las jugadoras y conseguir su patrocinio?*

Las marcas se están acercando poco a poco porque el retorno ahora mismo lo ofrecen las jugadoras internacionales y poco más. Es frecuente ver jugadores de medio/bajo nivel en España pero internacionales en otros países que tienen algún apoyo. Puede chocar pero hay que tener en cuenta el retorno de la inversión más que el nivel. Hace unos años, la mujer de Ronaldo, que llegó a jugar en el Rayo Vallecano tenía apoyos y presencia mediática pero su nivel no era ni siquiera de lo mejor de su equipo.

6. *¿Cree que los traspasos entre clubes españoles conllevan más dificultad que entre clubes europeos/no europeos? (caso cláusulas de compensación)*

La cláusula no está mal planteada sino mal ejecutada. Ese mecanismo existe para proteger a los clubes pequeños de los trasatlánticos y garantizar una mínima viabilidad pero en la práctica, se tradujo en cifras astronómicas que no representaban la realidad ni del club ni de las jugadoras.

Fue muy perjudicial para todas las partes y afortunadamente se solucionará el error que permitió que jugadoras como Ona o Damaris Egurrola salieran fuera. A medio plazo, esto va a beneficiar a las selecciones nacionales pero perjudicar a la competición española. Además de arreglar esto, necesitaríamos dar una vuelta al límite de extranjeras. Que en Reto haya equipos con un 40% de foráneas es un atraso enorme.

7. *¿Crees que en el futuro se producirán más traspasos como el de Pernille Harder (máximo traspaso de la historia del fútbol femenino por 350.000€)? Si su respuesta es afirmativa, ¿por qué lo cree?*

El traspaso de Harder va a quedar obsoleto muy pronto. La evolución del fútbol femenino es exponencial en todos los ámbitos y también en el económico.

Anexo 6: Entrevista a la jugadora perteneciente a CF Las Majoreras

1. *¿Cuáles son las mayores diferencias que encuentra entre los traspasos que se producen en clubes masculinos y clubes femeninos?*

Las mayores diferencias evidentemente es el aspecto económico, los hombres por lo general en sus contratos futbolísticos cobran el doble e incluso el triple de muchas mujeres que están incluso en categorías superiores a las que ellos pertenecen, esta diferenciación del sueldo ha provocado a lo largo de la historia que ellas exijan en sus contratos una cláusula irrompible donde le pertenezca un mínimo de condiciones (dietas, transporte, ropa...) algo que siempre ha existido en contratos masculinos, muchos clubs apuestan por el fútbol femenino pero por desgracia todavía vemos desigualdades en traspasos futbolísticos.

2. *¿Qué dificultades encuentra una jugadora si quiere abandonar su club antes de que se acabe el contrato en vigor?*

La dificultad más evidente surge cuando una jugadora al querer abandonar el club sin finalizar su contrato deberá cumplir una sanción monetaria y la mayoría de veces no la paga el club que pretende ficharla, muchas jugadoras recurren a ellos algunos acceden pero otros por lo contrario no participan en ayudar económicamente a la jugadora con esa sanción que suelen establecer los diferentes clubs (cada uno de una forma distinta) si la jugadora no tiene dinero para pagar esa sanción le queda otra opción negativa que no podemos olvidar, son los llamados y conocidos cinco partidos ya jugados en un equipo, si una jugadora realiza esos cinco partidos en un club no podrá fichar en otro que esté en su misma categoría, deberá esperar a finalizar el contrato o de lo contrario jugar en un equipo de una categoría inferior a la que estaba (por ejemplo; primera nacional territorial deberá pasar a preferente).

3. *¿Cómo se desarrolla un traspaso en Reto Iberdrola o Primera Nacional?*

La mayoría de las veces se desarrolla de diferentes formas, la primera es por popularidad, es decir una jugadora destacada gana más alternativas para que diferentes clubs se interesen por ella, no podemos olvidar que a diferencia del fútbol masculino en el femenino se contacta directamente con la jugadora por los diferentes medios tecnológicos, lo suelen hacer las jugadoras para entablar amistad y enseñarle las diversas condiciones que el futuro club le quiere aportar, es una forma indirecta que se utiliza para ablandar y hacer sentir como en un hogar a la jugadora, otra forma que se desarrollan estos traspasos es por medio de ojeado de fútbol su función es analizar y evaluar distintas jugadoras que se puedan expresar en equipos importantes para crear una plantilla superior físicamente, técnicamente o tácticamente que puedan ganar a cualquier rival, normalmente esas jugadoras eligen por su propia voluntad si aceptar o no esas condiciones de traspasos a otros clubs y otra forma sencilla es que una jugadora directamente decida ir al club que le apetezca por simple comodidad, cercanía de su domicilio, etc.

Las negociaciones en dos clubs si hablamos de categorías superiores podemos decir que la jugadora no tiene alternativas ya que los clubs miran por el interés económico en ciertas situaciones, muchas veces ceden jugadoras a otros equipos ya que no intervienen en el juego por muchos motivos (una plantilla muy amplia, bajo rendimiento en el juego, faltas graves de asistencia o de actitud, etc), por otro lado en categorías más bajas la jugadora puede acceder en esas decisiones entre clubs y debatir o argumentar diferentes motivos para quedarse o irse.

4. *¿Existen problemas a la hora de traspasos entre distintas ligas? (De Primera Iberdrola a Reto Iberdrola, etc)*

Sí, hay problemas porque la Liga Iberdrola es la más importante, la que más manda; es básicamente donde se mueve más el dinero, donde hay más patrocinadores, más apuestas, más inversiones por parte de la gente, más público, más afición... entonces es obvio que Reto Iberdrola es simplemente como si fuera un fragmento de ellas, que están ahí arriba. Entonces la Liga Iberdrola siempre va a ser más apoyada, van a utilizar a las jugadoras del Reto para subirlas.

Hay muchas que tienen ficha B pero las pueden subir al A y eso es lo que aprovechan muchos equipos, pero también es un problema porque, por ejemplo, se van de viaje, utilizan a jugadoras del Reto simplemente como comodín. Pongamos que por si se lesiona alguna de las importantes, y después a la hora de sacarlas a jugar y demás, no juegan. Son niñas jóvenes que están empezando, que apenas tienen experiencia futbolística, porque si te fijas todas las que están en Reto Iberdrola son niñas que están empezando, y las que están en la Liga son ya mujeres adultas con experiencia, que saben lo que es el fútbol, llevan años, llevan unión...

Siempre ha habido problemas en el fútbol porque quieren siempre mejorar al A, y se olvidan del B, que al final Reto Iberdrola es muy importante, porque de ahí sale la cantera, las niñas jóvenes que están empezando a aprender a jugar al fútbol, las que quieren llegar hasta el A. Todo esto tiene un proceso que tiene sus problemas, porque llevar a las niñas a los partidos y no ponerlas a jugar, simplemente de comodín, es complicado y muy delicado, porque al final son ilusiones, y esas niñas han sido fichadas siempre con la típica frase de “vas a llegar muy lejos, vas a llegar a la Liga Iberdrola, solo te falta un paso”, y así es como les comen el tarro

5. *El fútbol femenino ha experimentado un incremento muy importante en los últimos años. ¿Este hecho se ha visto reflejado en el número de empresas y/o marcas que quieren patrocinar a una futbolista? ¿Cree que los potenciales anunciantes tienen facilidad para acercarse a las jugadoras y conseguir su patrocinio?*

Sí, se ha incrementado el número de empresas y marcas y se dedican a buscar a la estrella de los equipos, a la que más destaque, la más goleadora, la mejor defensa... para ponerla como si fuera el símbolo importante de ese equipo o de ese país, y que gracias a esos anuncios o patrocinadores que están aportando dinero al fútbol femenino, se está dando a conocer en todo el mundo.

Creo que sí, que actualmente gracias a esos potenciales anunciantes que han ido surgiendo, pues obviamente tienen esa facilidad de acercarse a las jugadoras, y conseguir su patrocinio. Es evidente que sí, porque actualmente gracias al paso del tiempo que el fútbol femenino pues ahora mismo está en auge y está más valorado, y a mucha más gente le gusta.

Entonces, por suerte, gracias a este tipo de empresas que están ahora apostando y aportando dinero para que siga creciendo el fútbol femenino pues dan a conocer a muchas jugadoras.

Si es verdad que también es un arma de doble filo porque también hay muchas empresas y patrocinadores que quieren sacar también un lado diferente del fútbol femenino a través de anuncios y demás. Un claro ejemplo pasó en Brasil, uno de los documentales que hicieron cuando fue el tema de la UEFA y los Mundiales de fútbol, hicieron digamos que unos anuncios un poco sexistas, exigiendo incluso a algunas mujeres a vestir un tipo determinado de pantalones para atraer más público, utilizando la publicidad evasiva. Y, seamos claros, el fútbol no puede venderse así, porque muchos venían a los partidos y les hacían entrevistas, cuando lo único que querían era ver cómo corrían, vamos, como si fuera un trozo de carne.

Creo que hay que tener suerte con la empresa o las campañas publicitarias que toquen, porque no todas las empresas están interesadas en el fútbol femenino obviamente, y si te toca una buena, hacer un buen anuncio y una buena publicidad, pero siempre de forma positiva, que no sea sexista ni algo machista, porque al final tenemos que darnos a conocer porque somos capaces de hacer deporte, de involucrarnos y de jugar como si no hubiera diferenciaciones en el juego, que somos todos iguales.

También hay que añadir que a las mujeres esta oportunidad les sale pocas veces, ya que no son como Messi o Cristiano, que les ofrecen miles de marca para patrocinar, pero ellos tienen la facilidad de aceptar o rechazar las que quieran, porque tienen tantas detrás que les da igual, o sea, nunca les va a faltar marcas que quieran patrocinio, y a las mujeres no.

6. *¿Cree que los traspasos entre clubes españoles conllevan más dificultad que entre clubes europeos? (caso cláusulas de compensación)*

Creo que sí, porque por desgracia los clubes españoles todavía estamos a la cola a diferencia de los europeos, estamos muy atrasados. Sí es cierto que la cláusula de compensación, pues al final es un contrato de banco, que lo que hace es que puedas utilizar el saldo de la cuenta para compensar el descubierto de las deudas que siempre se exigen o que tengamos en el banco, pero la cláusula siempre debe estar recogida en el contrato de la cuenta, donde el saldo esté para utilizarlo. Entonces, el ejemplo más claro es lo que pasó con AFE, que fue la Audiencia Nacional con los motivos de la Lista de compensación, que esto pasó porque ellos argumentaron que todas las jugadoras y sus secciones de fútbol tuvieron un acuerdo para que la jugadora pueda tener esa cláusula y que sea coherente con el salario que tienen, porque si no las futbolistas, sobre todo para ellos evitar las compensaciones elevadas que había antes, y de esta forma frenar la salida de las jugadoras hacia otros países, porque si no de nada nos sirve tener jugadoras brillantes aquí si no les estamos ofreciendo una cláusula de compensación buena. Si esto está en desequilibrio, perderíamos a todas las jugadoras, y es lo que en realidad está pasando, aunque bueno, desde que se estableció eso, pues la verdad es que la cosa se ha paralizado un poco, pero hemos perdido muchas jugadoras españolas buenas por eso mismo, porque los traspasos entre clubes españoles siempre han puesto esa dificultad, a diferencia de los europeos.

Los europeos siempre te ponen unos salarios y condiciones mucho más altas, aparte de pagarte los viajes, te buscan trabajo incluso allí, preparaciones físicas de élite... hay una diferencia muy grande.

7. *¿Crees que en el futuro se producirán más traspasos como el de Pernille Harder (máximo traspaso de la historia del fútbol femenino por 350.000€)? Si su respuesta es afirmativa, ¿por qué lo cree?*

Pienso que sí podría surgir de nuevo un fichaje tan caro como el de ella, y creo que por ella el Chelsea pagó tanto dinero porque es evidente que es la mejor jugadora del planeta, bueno, es lo que dice mucha gente, yo no lo pienso pero si que es verdad que tiene un olfato de goleadora y es muy buena, y podría pasar de nuevo.

Si tenemos una buena cantera, no solo aquí sino en todo el mundo, sobre todo en Estados Unidos, que hay muy buenas jugadoras, en Brasil también... entonces creo que podrían salir jugadoras tan importantes como Harder, que puedan pagar incluso más dinero que lo que pagó el Chelsea para quedarse con ella.

Anexo 7: entrevista a la jugadora perteneciente al CD Pozoalbense Femenino

1. *¿Cuáles son las mayores diferencias que encuentra entre los traspasos que se producen en clubes masculinos y clubes femeninos?*

A día de hoy no se puede equiparar el fútbol masculino con el femenino. No existe la base económica en el fútbol femenino, de tal forma que un traspaso sólo va a tener lugar cuando a la jugadora le compense de verdad el cambiarse de lugar. Es decir, que pueda realizar los estudios en el lugar de origen, que el nivel de vida no sea muy cara para sostenerse. No tiene nada que ver con el masculino. Además, en fútbol femenino no existen tantas posibilidades.

2. *¿Qué dificultades encuentra una jugadora si quiere abandonar su club antes de que se acabe el contrato en vigor?*

Es muy variable, hay club y directiva muy compensivas que te ayudan y favorecen tu marcha de tal forma que no te falte nada y estés a gusto. Sin embargo, hay otros que no te dejan salir del club hasta el vencimiento del contrato y te ponen todas las trabas posibles para que cumplas hasta el último min.

3. *¿Cómo se desarrolla un traspaso en Primera Iberdrola, Reto Iberdrola o Primera Nacional? (Ya sea por negociación entre dos clubes, finalización del contrato, etc)*

Cada vez más, existen representantes y directivos en el club que se encargan de eso. Así la jugadora sólo tiene que firmar y desplazarse. Cuando no existe la figura del representante, la jugadora tiene que hablar con el club varios días seguidos hasta llegar a un acuerdo. En ese momento, la jugadora hará lo acordado y lo oportuno.

4. *¿Existen problemas burocráticos a la hora de realizar traspasos entre distintas ligas? (De Primera Iberdrola a Reto Iberdrola, de Reto Iberdrola a Primera Nacional, etc)*

No hay problemas burocráticos, pero muchas veces hay problema de interés. Ya que muchos equipos buscan gente joven para hacerles una ficha B u otro tipo de contrato para que sea más económico.

5. *El fútbol femenino ha experimentado un incremento muy importante en los últimos años. ¿Este hecho se ha visto reflejado en el número de empresas y/o marcas que*

quieren patrocinar a una futbolista? ¿Cree que los potenciales anunciantes tienen facilidad para acercarse a las jugadoras y conseguir su patrocinio?

Muchísimo, antes existían 2 personas que se encargaban de representar su marca a todo el fútbol femenino. El mercado en ese aspecto ha explotado y es por eso que ha subido la calidad del deporte y la posibilidad de movimientos entre club. Ahora las marcas llegan a muchas más futbolistas porque su imagen también ha crecido y puede llegar a más gente. Los medios de comunicación son grandes divulgadores y las marcas están apostando por ello.

6. *¿Cree que los traspasos entre clubes españoles conllevan más dificultad que entre clubes europeos/no europeos? (caso cláusulas de compensación)*

Yo creo que a estas alturas ese trámite ya está bastante equiparado. Aunque las cantidades económicas que se mueven son menores.

7. *¿Crees que en el futuro se producirán más traspasos como el de Pernille Harder (máximo traspaso de la historia del fútbol femenino por 350.000€)? Si su respuesta es afirmativa, ¿por qué lo cree?*

Si lo creo porque se trata de un deporte en auge, que ya se trabaja desde la base y que su inversión y calidad ha aumentado mucho en los últimos años. Todo esto se verá recompensado y reflejado en los salarios y la práctica deportiva.

Anexo 8: entrevista a la jugadora perteneciente al PM Friol

1. *¿Cuáles son las mayores diferencias que encuentra entre los traspasos que se producen en clubes masculinos y clubes femeninos?*

La diferencia más llamativa son las cantidades de dinero.

2. *¿Qué dificultades encuentra una jugadora si quiere abandonar su club antes de que se acabe el contrato en vigor?*

En cuanto juegas 5 partidos con un equipo, no puedes cambiarte a otro de la misma categoría o grupo. Además de la carta de libertad, que tiene que otorgarla el club en el que te encuentras.

3. *¿Cómo se desarrolla un traspaso en Reto Iberdrola o Primera Nacional?*

En Reto Iberdrola ahora tiene más diferencias al haber contratos profesionales, pero en Primera Nacional creo que solo se tienen que tramitar las fichas.

4. *¿Existen problemas a la hora de traspasos entre distintas ligas? (De Primera Iberdrola a Reto Iberdrola, de Reto Iberdrola a Primera Nacional, etc)*

El mayor problema que encuentro es que a veces hay clubes que no quieren hacerte una ficha P para ahorrarse costes.

5. *El fútbol femenino ha experimentado un incremento muy importante en los últimos años. ¿Este hecho se ha visto reflejado en el número de empresas y/o marcas que*

quieren patrocinar a una futbolista? ¿Cree que los potenciales anunciantes tienen facilidad para acercarse a las jugadoras y conseguir su patrocinio?

Creo que aún hay mucha diferencia entre el masculino y el femenino, ya que aún hay muchas jugadoras sobre todo en Reto Iberdrola sin representante, lo que dificulta este acercamiento.

6. *¿Cree que los traspasos entre clubes españoles conllevan más dificultad que entre clubes europeos? (caso cláusulas de compensación)*

Creo que el fútbol femenino español se autopenaliza poniendo cláusulas para impedir el movimiento de jugadoras (mayoritariamente jóvenes) entre clubes españoles, lo que facilita las oportunidades para los clubes extranjeros (por ejemplo el caso de Ona Batlle)

7. *¿Crees que en el futuro se producirán más traspasos como el de Pernille Harder (máximo traspaso de la historia del fútbol femenino por 350.000€)? Si su respuesta es afirmativa, ¿por qué lo cree?*

Creo que el fútbol femenino está en completo auge. Cada vez hay mejores sueldos, mejores condiciones, por lo que también mucha más inversión.

Los clubes que invierten dinero avanzan y los que no se estancan.

Pienso que en unos años la cifra de Pernille Harder será anecdótica.

Anexo 9: entrevista a la Asociación Mujeres en el Deporte Profesional (AMDP)

1. *¿Creen que la RFEF está dando facilidades para que el fútbol femenino siga desarrollándose?*

La RFEF ha declarado su apuesta inequívoca por el fútbol femenino. Como miembro de la FIFA, gestiona los recursos que ésta última está inyectando a los clubs para que se implementen progresivamente las acciones necesarias para el buen desarrollo del fútbol femenino.

2. *Los derechos televisivos en España actualmente están en poder de Mediapro, gracias al acuerdo firmado con la ACFF que expira en 2022. Cuando este acuerdo expire, ¿cómo creen que evolucionará la situación sobre los derechos? ¿Creen que Mediapro, tras todos los conflictos que están acaeciendo, querrá intentar renovar el contrato si la legislación lo permite?*

El fútbol femenino es una apuesta de futuro por lo que es previsible que Mediapro siga interesada en llegar a acuerdos y suscribir contratos para seguir gestionando el tema de los derechos televisivos sea quien sea quien organice la competición femenina.

3. *Anterior al Convenio Colectivo que está en vigor en la actualidad, ¿los clubes ofrecían salarios que permitieran a la jugadora vivir solo del fútbol? ¿Daban facilidades a la hora de conciliar la vida familiar y laboral?*

Antes del convenio los clubs no ofrecían salarios que permitieran a las jugadoras vivir sólo del fútbol. Dependía de la voluntad del club, de la jugadora... A partir de la firma del convenio, se ha conseguido un nivel salarial de mínimos medianamente aceptable,

pero que solo se aplica a la Liga Iberdrola. En Reto Iberdrola la precariedad es abrumadora. Por otra parte, las facilidades para conciliar la vida familiar y laboral no existían antes del contrato, ni existen después de mismo y tampoco se las espera a corto plazo. Aunque este último no punto no es específico del fútbol, seguramente en el ámbito deportivo será donde más difícilmente se llegue a la conciliación.

4. *La COVID-19 ha evidenciado la desigualdad que sufre la Liga Iberdrola con respecto a su homóloga masculina, provocando la finalización anticipada de la Liga Iberdrola, considerada como no profesional. A raíz de todo lo acontecido desde entonces, se ha anunciado la profesionalización de Liga Iberdrola. ¿Qué consecuencias y repercusión tendrá esta decisión?*

En primer lugar la Liga Iberdrola no tiene homóloga masculina. No son comparables. Salvo por el hecho de que en ambas se juega al fútbol. Nada más.

En segundo lugar, no se trata de que a la Liga Iberdrola se la considere profesional o no, sino que a día de hoy legalmente No es profesional. Tener además una ley obsoleta de más de 30 años, no ayuda. El hecho de que la Liga Iberdrola sea declarada como profesional de cara a la próxima temporada significa, en primera instancia, tener independencia propia, por lo que la competición ya no dependerá de la RFEF.

5. *¿Qué carencias encuentran en el fútbol femenino español?*

Resumiendo: Todas. Sería muy extenso enumerar aquí los ámbitos en los que las carencias son manifiestas: formación (de técnicos, de directivos, de gestores...), presupuestarias, visualización en medios de comunicación...

6. *El contrato de patrocinio de Ada Hegerberg con Nike es, por el momento, el más importante a nivel económico que ha conseguido una jugadora de fútbol en toda la historia. Sin embargo, este contrato es algo que raramente se ve en el fútbol femenino. ¿En qué se caracterizan los contratos de patrocinio que se acuerdan con las futbolistas?*

Los contratos de patrocinios se suscriben con entidades generalmente privadas, por ello, depende de lo que busque la entidad patrocinadora y de lo que esté dispuesta a invertir. Está claro que si el fútbol femenino crece y crecen también los seguidores y la presencia en medios de las jugadoras, los patrocinios también crecerán en número y cantidades.

7. *Sobre el movimiento de igualdad salarial que propulsó la selección femenina de fútbol de EEUU, ¿saben si alguna institución con poder, como puede ser la FIFA entre otras, apoyó a las mujeres del equipo estadounidense de fútbol?*

La FIFA está comprometida con el impulso del fútbol femenino a nivel mundial y busca que todas las Federaciones que forman parte de ella implementen medidas encaminadas a la igualdad, ya se trate de EEUU, España o Brasil. Dicho esto, la FIFA y el resto de instituciones pueden llegar a donde pueden llegar. Para que las jugadoras alcancen la igualdad, tienen también que poner de su parte, luchar por ello, exigir sus derechos y reivindicar su lugar en el deporte. Es este aspecto, las jugadoras estadounidenses lo tienen claro.

8. *¿Creen que en el futuro se producirán más traspasos como el de Pernille Harder (máximo traspaso de la historia del fútbol femenino por 350.000€)? Si su respuesta es afirmativa, ¿por qué lo cree?*

Si la apuesta por impulsar el fútbol femenino que se proclama desde todas las instituciones implicadas en ello, clubs y medios de comunicación es sincera y se materializa, probablemente veremos más traspasos con cifras similares o superiores