



GRADO EN COMERCIO

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**La relación entre los resultados económicos y los
resultados deportivos en los clubes de fútbol
profesional**

Autor: Daniel González Pardo

Tutor: José Antonio Salvador Insúa

FACULTAD DE COMERCIO

VALLADOLID, 25/09/2023



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2022/23

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**La relación entre los resultados económicos y los
resultados deportivos en los clubes de fútbol
profesional**

Autor: Daniel González Pardo

Tutor: José Antonio Salvador Insúa

FACULTAD DE COMERCIO

VALLADOLID, 25/09/2023

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	7
1.1 OBJETIVO	7
1.2 JUSTIFICACIÓN	7
1.3 METODOLOGÍA	8
2.1 ECONOMÍA DEL DEPORTE	9
2.1.1 FORMAS JURÍDICAS	11
2.1.2 PROVEEDORES EN EL CONTEXTO DEPORTIVO	14
2.1.3 CLIENTES EN EL CONTEXTO DEPORTIVO	15
2.2 DIFERENTES LIGAS PROFESIONALES EN EUROPA	15
2.3 DIFERENCIAS ECONÓMICAS ENTRE COMPETICIONES EUROPEAS Y AMERICANAS	17
2.3.2 MODELO ECONÓMICO DE LAS LIGAS PROFESIONALES EUROPEAS	20
2.4 FUTBOL EUROPEO	22
2.4.1 LA LIGA (ESPAÑA)	22
2.4.2 DERECHOS TELEVISIVOS EN LA LIGA ESPAÑOLA	23
2.4.3 ANÁLISIS DE LOS INGRESOS POR RETRANSMISIÓN DE LA LIGA ESPAÑOLA	27
2.4.4 EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE TRASPASOS	29
2.4.5 PREMIER LEAGUE	30
2.4.6 DERECHOS DE RETRANSMISIÓN PREMIER LEAGUE	30
2.4.7 Evolución fichajes Liga inglesa	34
2.4.8 BUNDESLIGA	36
2.4.9 DERECHOS DE RETRANSMISIÓN BUNDESLIGA	37
2.4.10 REPARTO INGRESOS TELEVISIVOS BUNDESLIGA	38
2.4.11 EVOLUCIÓN MERCADO DE TRASPASOS BUNDESLIGA	40
2.4.12 SERIE A	42
2.4.13 DERECHOS DE RETRANSMISIÓN EN LA SERIE A	43
2.4.14 EVOLUCIÓN MERCADO DE TRASPASOS SERIE A	45
2.4.15 CORRELACIÓN ENTRE INGRESOS POR TV Y FICHAJES	48
2.5 FISCALIDAD EN EUROPA Y SU REPERCUSIÓN EL FUTBOL	48
2.5.1 CORRELACIÓN ENTRE FICHAJES Y FISCALIDAD	53
3.1 ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO REAL MADRID VS MANCHESTER CITY	57
3.1.1 INGRESOS POR TAQUILLA	57
3.1.2 SPONSORS MANCHESTER CITY	61
3.1.3 SPONSORS REAL MADRID	62

3.1.4	INGRESOS POR VENTA DE DERECHOS TELEVISIVOS	63
3.1.5	CORRELACIÓN RESULTADOS DEPORTIVOS/ GASTO EN FICHAJES	66
4.	CONCLUSIONES	68
5.	BIBLIOGRAFÍA.....	70

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Ranking UEFA 213/2023	22
Ilustración 2: Evolución ingresos Liga española (2017/2022)	22
Ilustración 3: Evolución gastos temporadas 2017/2022	23
Ilustración 4: Ingresos totales La Liga 2017/2022 (Millones).....	28
Ilustración 5: Gastos/Ingresos de fichajes (MM).....	29
Ilustración 6: Evolución ingresos totales Liga inglesa (M. euros)	30
Ilustración 7; Evolución Ingresos por derechos televisivos Premier League 2017/2022	31
Ilustración 8: Porcentaje de reparto entre ingresos procedentes del país o del extranjero 2022/2023.....	32
Ilustración 9: Evolución gastos en fichajes 2017/2023 en millones	34
Ilustración 10: Evolución ingresos fichajes 2017/2023	35
Ilustración 11: Ilustración 10: Comparación Ingresos/Gastos 2017/2023 en millones	35
Ilustración 12: Ingresos totales Bundesliga 2017/2022 Millones.....	36
Ilustración 13: Evolución ingresos por la venta de derechos televisivos 2017/2022 (millones)	38
Ilustración 14: Ejemplo de reparto ingresos televisión Bundesliga 2020/2021	39
Ilustración 15: Evolución gasto en fichajes Bundesliga 2017/2022 (Millones).....	40
Ilustración 16: Evolución ingresos 2017/2022 (millones)	42
Ilustración 17: Evolución ingresos derechos televisivos 2017/2022	43
Ilustración 18: Reparto ingresos televisión liga italiana 2022/2023	45
Ilustración 19: Evolución gasto en fichajes Serie A 2017/2023 (millones)	45
Ilustración 20: Evolución ingresos fichajes 2017/2023 (millones).....	46
Ilustración 21: Ingresos tv/gasto en fichajes 2017/2022	48
Ilustración 22: Comparación fiscalidad diferentes ligas europeas	50
Ilustración 23: Sueldo Pogba según competición	51
Ilustración 24: Comparación tributación	53
Ilustración 25: gastos fichajes/ingresos tv Liga inglesa	53
Ilustración 26: gastos fichajes/ingresos tv liga italiana	53
Ilustración 27: Ingresos por taquilla Manchester City (MILLONES)	58
Ilustración 28: Ingresos por taquilla Real Madrid (Millones)	59
Ilustración 29: Ingresos taquilla Real Madrid/Manchester City.....	60
Ilustración 30: Ingresos derechos TV 2022/2023	63
Ilustración 31: Evolución ingresos venta derechos tv Real Madrid 2017/2022.....	64
Ilustración 32: Ingresos venta derechos televisivos Manchester City 2017/2022	65

Ilustración 33: ingresos venta derechos tv Real Madrid/Manchester City 2017/2022	65
Ilustración 34: Correlación resultados deportivos/gasto en fichajes Real Madrid/Manchester City 2017/2023	66

1. INTRODUCCIÓN

1.1 OBJETIVO

La intersección entre el deporte y la economía ha sido objeto de un creciente interés en los últimos años, y en particular, el análisis de los clubes de fútbol de élite y sus estructuras financieras ha generado una fascinación continua. Por lo que, el presente Trabajo de Fin de Grado (TFG) se enfoca en el estudio económico-financiero de las cuatro ligas de fútbol más fuertes de Europa, con un enfoque destacado en dos gigantes del panorama actual: el Real Madrid y el Manchester City. Este estudio tiene como objetivo principal examinar en profundidad cómo las decisiones económicas y financieras de estos clubes han influido en su rendimiento deportivo y en su capacidad para competir en un entorno cada vez más competitivo. Al comparar los resultados deportivos con los gastos de los clubes y su gestión, veremos si existe una relación directa y sostenible entre el gasto económico de los clubes deportivos y sus resultados, o por el contrario influyen factores adicionales en su rendimiento.

1.2 JUSTIFICACIÓN

El fútbol siempre ha ocupado un lugar especial en mi vida. Ha sido una pasión que me ha inspirado desde mi infancia. Pero a medida que fui creciendo, empecé a ver que el fútbol es mucho más que un simple juego; es un fenómeno que tiene un impacto profundo en la sociedad y la economía. Esta es la razón fundamental que me lleva a realizar mi Trabajo de Fin de Grado (TFG) centrado en la economía del deporte y, en particular, en el contexto del fútbol europeo.

Desde que era niño, he sido un apasionado seguidor de las principales ligas europeas de fútbol. Me emocionaba con cada partido, cada gol y cada historia que se desarrollaba en el campo. Pero a medida que profundizaba en mis estudios de economía, comencé a apreciar que el fútbol es también un gigante económico con un alcance global. Este descubrimiento despertó mi interés y me llevó a explorar la intersección entre el deporte y la economía.

Mi decisión de emprender este proyecto va más allá de la mera curiosidad académica. El fútbol europeo, con su enorme influencia económica y social, es un tema que merece ser estudiado de manera rigurosa. Es un motor de cambio y un factor de unión para comunidades de todo el mundo. Y esta es la razón subyacente que me impulsa a investigar y comprender en profundidad la economía del deporte en el contexto del fútbol europeo.

Sin embargo, la motivación para llevar a cabo este estudio va más allá de los números y las estadísticas. Mi pasión por el fútbol está arraigada en la emoción que se vive en las gradas, en la alegría de la victoria y en la tristeza de la derrota. Es la historia de los jugadores que superan obstáculos inimaginables y de las comunidades que se unen en torno a un objetivo común. Por tanto, mi TFG no es simplemente un análisis económico, es un tributo a esa pasión que hace que el fútbol sea una parte esencial de nuestras vidas.

En el centro de la investigación y análisis, reside el deseo de comprender cómo el fútbol europeo moldea nuestra sociedad, cómo afecta a las personas y cómo puede utilizarse para generar un cambio positivo en el mundo. A través de este estudio, aspiro a contribuir, aunque sea modestamente, a la discusión sobre el papel del deporte como motor de crecimiento sostenible y equidad en nuestra sociedad.

1.3 METODOLOGÍA

En este TFG, se ha elegido método de investigación, la recopilación documental y bibliográfica, a partir de fuentes documentales escritas, con el objetivo de conocer un poco más sobre el concepto de la economía deportiva y todos los aspectos económicos que rodean a las diferentes competiciones que se han estudiado. Se ha procedido a la recolección de datos mediante un análisis cuantitativo de las diferentes cuestiones planteadas en el objetivo del estudio, como los resultados deportivos de los diferentes clubes mencionados. Posteriormente se ha procedido a la comparación de dichos datos, realizado con fuentes estadísticas y relacionado con los aspectos económicos recopilados anteriormente. Todo ello para finalizar citando una conclusión basada en el estudio de los datos empíricos que hemos obtenido y mi razonamiento personal.

2. MARCO TEORICO

2.1 ECONOMÍA DEL DEPORTE

La definición del deporte según el Consejo de Europa en 1992 abarca una amplia gama de actividades físicas que buscan mejorar la forma física, el bienestar mental, fomentar relaciones sociales y obtener resultados en competiciones en diversos niveles. A pesar de su utilidad interdisciplinaria para campos como medicina, psicología, sociología y otros, su aplicabilidad en el ámbito económico es limitada debido a la falta de referencia explícita a los mercados.

En el contexto de la Unión Europea, el deporte ha sido un tema marginal en los tratados constitutivos. No fue sino hasta el Tratado de Niza que se redactó un artículo dedicado al deporte, que posteriormente se incorporó al Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TUE) como artículo 165. Este artículo establece el compromiso de la Unión de promover los aspectos europeos del deporte, considerando sus particularidades, estructuras basadas en el voluntariado y su función social y educativa.

No obstante, esta definición, al igual que la anterior, abarca una diversidad de disciplinas y ciencias, pero no aborda específicamente el enfoque económico del deporte. La economía del deporte carece de una definición universalmente aceptada, lo que nos lleva a explorar una definición más adecuada desde una perspectiva económica.

En este sentido, podemos distinguir entre deporte “amateur” y deporte profesional. El deporte *amateur* se enmarca en el ámbito del entretenimiento y se lleva a cabo en el tiempo de ocio. Aunque no excluye la presencia de transacciones económicas, como la adquisición de equipo deportivo o el pago de acceso a instalaciones, se caracteriza por ser practicado individualmente o en grupos pequeños, motivado por la satisfacción personal o relaciones sociales esporádicas. Ejemplos incluyen actividades individuales como el *jogging* y actividades grupales informales como partidos de amigos en instalaciones alquiladas.

El enfoque económico en el deporte *amateur* podría abordar cuestiones como la industria de la ropa deportiva, servicios de fitness, clubes deportivos de membresía y gastos públicos en instalaciones deportivas, entre otros. Esto podría involucrar la medición de la contribución de la industria del deporte al Producto Interno Bruto o el análisis de las variables que influyen en la participación en actividades deportivas.

Sin embargo, este estudio se centra en el deporte de equipo profesional, que presenta características distintivas. Por tanto, en las secciones siguientes se explorarán aspectos específicos relacionados con la economía del deporte profesional.

El concepto de "todos contra todos" es una característica intrínseca de los deportes de equipo. No obstante, la mera práctica de deportes de equipo, como la que pueden llevar a cabo los estudiantes de una escuela, no conlleva en sí misma un análisis económico relevante, ya que su impacto económico puede considerarse insignificante. Lo esencial radica en comprender los "intercambios que tienen lugar en el mercado, tanto en la producción, distribución como en el consumo de deportes profesionales". Estos intercambios, expresados en términos monetarios, constituyen la clave para comprender por qué los deportistas generan ingresos, por qué los equipos eligen ciertas ciudades como su base y por qué los espectadores asisten a los partidos, ya sea en persona o a través de transmisiones televisivas. La transición hacia el profesionalismo en los deportes ha sido un factor habilitador fundamental de este desarrollo y, por ende, de la aplicación del análisis económico en este ámbito.

Sin embargo, como mencionamos previamente, el concepto de profesionalismo no se limita exclusivamente a los deportes de equipo; también abarca los deportes individuales de carácter profesional. En este contexto, la definición mencionada puede ser aplicada con algunas adaptaciones menores a estas modalidades deportivas individuales. Por lo tanto, cuando se identifican procesos productivos (oferta) y un conjunto de compradores para el producto deportivo (demanda), se configuran mercados. De este modo, se justifica la investigación y análisis económico en el ámbito deportivo, análisis que, con las adecuadas adaptaciones, puede proporcionar perspectivas aplicables a otros sectores.

En el ámbito del deporte profesional, se pueden distinguir dos categorías principales: los deportes individuales (como el boxeo, golf, tenis y atletismo) y los deportes de equipo (entre los que se incluyen el fútbol, baloncesto y rugby).

La organización de competiciones en los deportes individuales de carácter profesional se lleva a cabo a través de torneos, campeonatos o combates, los cuales son gestionados tanto por entidades privadas como por federaciones nacionales o internacionales. Es importante destacar que en disciplinas como el tenis, golf y atletismo, estos eventos suelen tener una periodicidad preestablecida, es decir, se celebran aproximadamente en las mismas fechas cada año. Sin embargo, en el caso del boxeo, la periodicidad de los combates no sigue el mismo patrón que otros deportes profesionales, ya que su programación depende de los acuerdos entre los púgiles y los promotores.

Además, en el boxeo, se presenta una peculiaridad en la regulación de la competición, dado que puede haber múltiples campeones mundiales simultáneos, correspondientes a los diversos organismos de nivel global que supervisan este deporte.

Por otra parte, aunque en ocasiones en disciplinas como el tenis, golf y atletismo se llevan a cabo competiciones que podrían considerarse de carácter colectivo, como la Copa Davis, la Copa Federación en tenis, la Ryder Cup en golf o los Campeonatos de Europa por países en atletismo, es relevante destacar que, desde nuestra perspectiva, estos deportes siguen manteniendo un enfoque predominantemente individual. En contraposición, los deportes de equipo profesionales se rigen por Ligas conformadas por clubes que compiten en el terreno de juego, en función de un número específico de equipos, de acuerdo con las reglas establecidas por las propias Ligas.

El concepto de "todos contra todos" se encuentra intrínsecamente asociado a los deportes de equipo. Sin embargo, la mera práctica de deportes de equipo en sí misma no constituye un punto de partida relevante para el análisis económico. Por ejemplo, la participación de niños en actividades deportivas en un entorno escolar no conlleva un impacto económico significativo. La cuestión crítica radica en la comprensión de los "intercambios que se producen a través del mercado, en lo que concierne a la producción, distribución y consumo en el contexto de los deportes profesionales". Estos intercambios, expresados en términos monetarios, desempeñan un papel fundamental para comprender las razones subyacentes a los ingresos de los deportistas, la elección de ubicación de los equipos en ciudades específicas y el motivo por el cual los espectadores asisten a los eventos deportivos, ya sea presencialmente o mediante transmisiones televisivas. Es importante destacar que el surgimiento del profesionalismo en el ámbito deportivo ha posibilitado el desarrollo de estas dinámicas y, en consecuencia, ha abierto la puerta a la aplicación de análisis económico en este contexto.

2.1.1 FORMAS JURÍDICAS

Establecer un club deportivo implica elegir una forma jurídica específica, lo cual es un paso importante que puede variar significativamente según el contexto legal y regulatorio de un país determinado. A continuación, se detallan las diferentes formas jurídicas que se pueden utilizar para constituir un club deportivo internacional, así como sus características distintivas:

Asociación sin fines de lucro

Los clubes deportivos que se denominan asociaciones sin ánimo de lucro son entidades privadas con una personalidad jurídica propia, la cual es formada por un conjunto de personas físicas, las cuales tienen como objetivo fomentar el deporte sin ningún tipo de ánimo de lucro. Por otra parte, este tipo de organizaciones podrían generar beneficios en el desarrollo de su actividad, pero nunca esta podrá ser repartida entre sus socios. Estos beneficios, serán usados para incentivar el desarrollo del club, atendiendo a los costes de infraestructura, personal y financieros

Estas asociaciones sin ánimo de lucro se encuentran principalmente en el ámbito del deporte “aficionado” la cual reúnen a personas interesadas en practicar un deporte en particular, su ámbito de participación suele ser a nivel local y en un entorno “amateur”. Se encuentran en todo el mundo, siendo comunes en ciudades y áreas rurales. Estos clubes son de participación abierta, los cuales pueden participar personas de diferentes edades, desde niños a adultos, fomentando el desarrollo del deporte. Para su funcionamiento, este tipo de organizaciones suele contar con membresías de sus miembros, patrocinios locales y actividades para la recaudación de fondos.

Sociedad anónima deportiva (SAD)

Una Sociedad Anónima Deportiva (S.A.D.) es un marco legal utilizado en el ámbito deportivo que permite a los clubes deportivos funcionar como empresas orientadas a obtener beneficios económicos. A través de esta estructura legal, los clubes pueden recaudar fondos vendiendo acciones a inversores y accionistas, lo que les proporciona los recursos financieros necesarios para competir a nivel profesional. Estas acciones representan participación en la propiedad del club y pueden ser adquiridas y transferidas.

Las S.A.D. se enfocan en la gestión empresarial eficiente de los clubes deportivos, buscando generar ingresos a través de diversas fuentes, como la venta de boletos para eventos deportivos, acuerdos de patrocinio con empresas, la comercialización de derechos de transmisión de partidos y la venta de productos relacionados con el equipo, como camisetas y mercancía. El objetivo principal es maximizar los ingresos y la rentabilidad del club.

A pesar de su enfoque comercial, las S.A.D. también deben cumplir con las regulaciones deportivas y financieras establecidas por las ligas o federaciones deportivas en las que compiten. Esto puede incluir límites salariales para los jugadores, reglas de

competencia justa y requisitos de transparencia financiera. Además, generalmente están sujetas a requisitos de rendición de cuentas, lo que significa que deben presentar informes financieros y demostrar que están operando de manera ética y cumpliendo con las normativas deportivas.

Una característica importante de las S.A.D. es que la propiedad del club puede cambiar con el tiempo, ya que las acciones pueden ser compradas y vendidas en el mercado secundario. Esto implica que diferentes inversores pueden tener participaciones en el club en momentos diferentes.

Club deportivo

Un club deportivo como entidad jurídica es una organización legalmente reconocida que se constituye con el propósito principal de impulsar y administrar actividades deportivas. Esto involucra la creación de una estructura organizativa que incluye dirigentes, entrenadores y miembros que participan en la práctica y promoción de deportes específicos. Dependiendo de la legislación y de los objetivos del club, puede operar bajo la modalidad sin ánimo de lucro, donde los ingresos se reinvierten en la organización y se prioriza el desarrollo deportivo y comunitario, o como entidad con fines de lucro, en busca de beneficios económicos. Estos clubes se adhieren a regulaciones deportivas y compiten en eventos a nivel local, nacional o internacional, representando a su comunidad o región en su disciplina deportiva respectiva, lo que contribuye al avance del deporte y la participación comunitaria en actividades deportivas.

La implementación de esta estructura legal en pocos clubes puede deberse a varias razones. En primer lugar, algunos clubes pueden preferir mantener una estructura más informal, sin la necesidad de constituirse legalmente como entidad jurídica. Además, los requisitos legales y administrativos para establecer y mantener un club deportivo pueden ser complicados y costosos, lo que disuade a algunas organizaciones. También, la elección entre operar como entidad sin ánimo de lucro o con fines de lucro puede depender de los objetivos y recursos disponibles para el club. Por último, la tradición y la cultura deportiva en cada región pueden influir en la adopción de esta forma jurídica, y algunos clubes pueden optar por seguir modelos existentes en lugar de crear nuevas estructuras legales.

2.1.2 PROVEEDORES EN EL CONTEXTO DEPORTIVO

Es esencial comprender el papel crucial que desempeñan los proveedores en esta ecuación y cómo su influencia económica se extiende a lo largo de la industria deportiva. Los clubes deportivos, como empresas multifacéticas, operan en un entorno económico en constante evolución, y su estabilidad financiera y éxito dependen en gran medida de una red de proveedores que suministran bienes y servicios fundamentales. Este apartado explorará en detalle quiénes son estos proveedores, los servicios que ofrecen y, en particular, el impacto significativo que tienen en la economía deportiva en su conjunto.

Los proveedores en el contexto deportivo desempeñan un papel fundamental en el ecosistema deportivo a nivel global. Estas empresas y entidades proporcionan una variedad de bienes y servicios esenciales que no solo son críticos para el funcionamiento y la gestión de los clubes deportivos, sino que también tienen un impacto profundo en la economía deportiva en su totalidad.

En primer lugar, los patrocinadores y las compañías de marketing deportivo representan una fuente sustancial de ingresos para los clubes deportivos a través de acuerdos de patrocinio y promoción. Estas inversiones no solo respaldan las operaciones de los clubes, sino que también contribuyen al crecimiento económico del deporte en general al generar oportunidades comerciales y de marketing.

Las empresas de equipamiento deportivo, por otro lado, no solo suministran uniformes y equipamiento, sino que también desempeñan un papel crucial en la identidad de marca de los clubes y en la generación de ingresos a través de la venta de productos con la marca del club. Su influencia económica se refleja en el atractivo comercial de los clubes y su capacidad para generar ventas y empleo.

En lo que respecta a los servicios de alimentos y bebidas, las empresas de este sector son esenciales para enriquecer la experiencia de los espectadores en eventos deportivos. Además de satisfacer la demanda de los aficionados, estas empresas generan ingresos significativos y contribuyen al empleo en la industria de la hospitalidad, lo que tiene un efecto positivo en la economía local y regional.

Las empresas de medios de comunicación y transmisión adquieren derechos de transmisión y promocionan eventos deportivos, lo que aporta ingresos considerables a los clubes y amplía la audiencia global del deporte. Esta inversión en medios no solo beneficia a los clubes individuales, sino que también fortalece la industria deportiva en su conjunto al aumentar la visibilidad y la atracción de los eventos deportivos.

Las empresas de tecnología y software mejoran la eficiencia operativa y la experiencia del espectador mediante soluciones tecnológicas avanzadas. Su influencia se extiende a la economía deportiva al impulsar el desarrollo de la tecnología y la innovación en el deporte, lo que, a su vez, puede tener efectos positivos en la economía en general.

Finalmente, los proveedores de servicios de eventos y seguridad garantizan la seguridad de los espectadores y la ejecución exitosa de competiciones y partidos. Su papel es crucial para mantener la integridad y la seguridad en la industria deportiva, lo que a su vez fortalece la confianza de los aficionados y la sostenibilidad a largo plazo del deporte.

2.1.3 CLIENTES EN EL CONTEXTO DEPORTIVO

Los clubes deportivos, tanto profesionales como amateurs, dependen de diversas categorías de clientes para asegurar su viabilidad financiera y operativa. Entre estos clientes, destacan los aficionados y espectadores, que representan una fuente importante de ingresos a través de la compra de boletos, mercancía y la participación en eventos deportivos. Además, algunos clubes ofrecen membresías de socios o abonados, brindando beneficios exclusivos y generando ingresos estables. Las empresas patrocinadoras son esenciales, ya que invierten en acuerdos de patrocinio que proporcionan visibilidad en activos del club. Los medios de comunicación adquieren derechos de transmisión, generando ingresos significativos y promocionando el club. Empresas de equipamiento deportivo suministran uniformes y equipo, y empresas de alimentos y bebidas operan en instalaciones deportivas, generando ingresos adicionales y mejorando la experiencia del público. Los patrocinadores locales también contribuyen financieramente en busca de reconocimiento en la comunidad. Aunque jugadores y personal no son clientes en el sentido convencional, su satisfacción es esencial para el entorno de trabajo y el rendimiento del club. Esta diversidad de clientes tiene un impacto económico que va más allá del club y afecta a la economía deportiva en general.

En este apartado, nos dispondremos a enumerar las diferentes ligas profesionales que existen en Europa en el ámbito deportivo. (FERNANDES, 2013)

2.2 DIFERENTES LIGAS PROFESIONALES EN EUROPA

- La liga (Fútbol- España)

La liga es la categoría máxima del fútbol español, y una de las ligas más atractivas del mundo actualmente. Cuenta con equipos icónicos como, por ejemplo, Real Madrid o F, C Barcelona.

- Premier League (Fútbol-Inglaterra)

La Premier League es la liga de fútbol profesional disputada en Inglaterra. Actualmente, se considera la mejor liga del mundo. Tanto por su poder económico como por su nivel de competitividad.

- Serie A (Fútbol-Alemania)

La Serie A es la máxima categoría del fútbol en Italia y ha sido históricamente uno de los epicentros del fútbol mundial. Equipos como la Juventus, AC Milán e Inter de Milán son figuras destacadas en esta liga. La Serie A es conocida por su enfoque en la defensa táctica y por producir algunos de los jugadores más talentosos del mundo.

- Bundesliga (Fútbol-Alemania)

La Bundesliga es la liga de fútbol profesional de Alemania y es famosa por su atmósfera vibrante en los estadios. Equipos como el Bayern de Múnich y el Borussia Dortmund tienen una gran base de seguidores. La liga se caracteriza por su estilo de juego ofensivo y por promover jóvenes talentos.

- Euroleague (Baloncesto)

Se trata de la máxima competición del baloncesto europeo, los mejores equipos de diversos países juegan una liga regular, para después avanzar hacia los *playoffs*. Esta competición es un escaparate para el talento europeo.

- Liga Endesa (Baloncesto-España)

Liga de Baloncesto profesional de España, conocida principalmente por dos gigantes del baloncesto europeo como el Real Madrid y el F.C Barcelona. Esta liga, está considerada como una de las mejores competiciones a nivel europeo. Además, un semillero de futuros talentos para la *NBA*.

- PRO14 (Rugby-Escocia, Irlanda, Gales, Inglaterra y Sudáfrica)

Liga de rugby profesional, en la que disputan clubes pertenecientes a Escocia, Irlanda, Gales, Inglaterra y Sudáfrica. Países donde el rugby se trata de un

deporte con una gran importancia. Se podría decir que la PRO14, se trata de la liga de Rugby con mayor reputación en Europa.

- Liga Asoball (Balonmano-España)

La liga Asoball es la máxima competición de Balonmano en España, se caracteriza por su alto nivel de competencia. Siendo muchos de los clubes más importantes de Europa, participantes en esta competición. Equipos como el FC Barcelona, el Club Balonmano Ciudad de Logroño, el ABANCA Ademar León y el BM Granollers son algunos de los equipos prominentes de la liga.

- Handball-Bundesliga (Alemania)

La Bundesliga de Balonmano, es otra de las ligas más reconocidas en el mundo del balonmano europeo. a Handball-Bundesliga cuenta con varios equipos destacados que tienen una rica historia en el balonmano alemán e internacional. Equipos como el THW Kiel, el SG Flensburg-Handewitt, el Rhein-Neckar Löwen y el Fühse Berlin son figuras prominentes en la liga masculina, mientras que, en la liga femenina, equipos como el SG BBM Bietigheim y el Thüringer HC también han tenido un éxito notable.

2.3 DIFERENCIAS ECONÓMICAS ENTRE COMPETICIONES EUROPEAS Y AMERICANAS

La economía del deporte ha evolucionado notablemente durante los últimos años. Cada vez, las diferencias económicas entre el deporte americano y europeo son más notables, tanto en estructura financiera como en su impacto socioeconómico. Aunque en los dos continentes existan competiciones deportivas de un gran nivel, ambas difieren en su modelo de organización, ingresos y alcance económico de sus respectivas competiciones continentales.

2.3.1 MODELO ECONÓMICO DE LAS LIGAS PROFESIONALES AMERICANAS

El modelo económico de las principales ligas americanas es distinguido por su alto enfoque en la propiedad de franquicias, la regulación de la competencia entre clubes y su maximización de ingresos en su explotación. Mediante contratos televisivos y patrocinios. Este modelo es clave para la progresión continua de las principales ligas deportivas del continente americano. Como, por ejemplo: la NFL (Liga nacional de Fútbol Americano),

NBA (Liga nacional de baloncesto americano) o la NHL (liga nacional de hockey). En el siguiente punto se desarrollarán estos aspectos:

Propiedad de franquicias

La gestión de las ligas profesionales mediante el modelo de franquicia en el deporte americano es bastante sencilla. El organizador de las distintas ligas profesionales admite a distintos clubes bajo el cumplimiento de ciertos aspectos económicos, siendo sometidos a una regulación de normas específicas ciertas de una franquicia. Sin los sistemas de “promoción” propios de las ligas europeas o sudamericanas. En cierta parte, las ligas americanas no pretenden satisfacer el objetivo de una organización mayor, dichas ligas surgieron de la iniciativa empresarial y el deseo de conseguir una alta rentabilidad, mediante la venta de un espectáculo como modelo de negocio.

El modelo de franquicia se implementa en estas ligas como una concesión que se otorga a una determinada sociedad, habilitándola para explotar un equipo que participe en dicha competición, vinculándola a un territorio específico. Otorgando determinados derechos exclusivos, con el fin de asegurarse la viabilidad económica del proyecto empresarial.

La base del modelo de gestión deportiva americano es la privacidad de sus competiciones, ya que ningún organismo público tiene la potestad para intervenir en ellas, ni ningún organismo federal que las regule. Debido a esto, la aplicación del ordenamiento jurídico privado a las ligas norteamericanas es similar a cualquier otra actividad empresarial.

El modelo de franquicia que tienen implantado es un sistema cerrado, donde lo más importante es la búsqueda de la rentabilidad y la estabilidad de los participantes. Olvidándose así, de los sistemas meritocráticos de descenso o ascenso que se implementan en las ligas europeas.

Uno de los mejores ejemplos de esta filosofía de franquicia en el modelo deportivo americano, es la competición de baloncesto americana (NBA). Esta es un modelo de negocio totalmente independiente, gestionado fuera de las competencias de la federación americana (*US basketball*). Así, los distintos equipos que conforman esta liga son cada uno una franquicia, que, a su vez, son corporaciones. Distintas sociedades anónimas que forman un gigantesco holding en conjunto. Donde la liga, en este caso la NBA, está considerada como una sociedad Limitada y en la cual sus socios, son los clubes que operan como un modelo de franquicias.

Para poder ser parte de esta sociedad limitada, las diferentes franquicias o clubes, deberán pagar diferentes cánones y enfrentarse a diferentes auditorias para comprobar su transparencia, su viabilidad y su plan de desarrollo y negocio.

Una vez aceptados, cada franquicia se ocupará de su difusión y comunicación a nivel local, pero será la liga la que se reserve el derecho de todos los contratos a nivel local, la liga centralizará todos los acuerdos de *partnership* distribuyendo dichos dividendos con un modelo equitativo entre sus socios.

La liga, además, controlará toda la explotación de los recursos, y finalmente, será esta la que determine el reparto de sus beneficios.

Las bases de su éxito como modelo de negocio deportivo, se podría considerar que son la equidad entre todos sus participantes y el empeño de elaborar un producto deportivo, donde el entretenimiento continuo es la base de este negocio y como consecuencia su rentabilidad. (BARAJAS, 2004)

Draft y gestión de talento

El draft, es el mecanismo de fichajes aplicado por las diferentes ligas deportivas americanas. El aspecto más relevante del draft es en el cual, los equipos peor clasificados en la pasada temporada gozan de mejores posibilidades de fichar, teniendo preferencia a la hora de alcanzar contratos con los jugadores mejores clasificados en el draft de las ligas universitarias. Así, uno de los principios de la gestión deportiva americana, como es la equidad se cumple año tras año, dando incertidumbre al espectador y una gran competitividad año tras año, convirtiendo esto es un gran atractivo y por lo tanto en grandes beneficios.

Limite salarial

Otro de los aspectos implementados en las ligas norteamericanas, para conseguir su ansiada equidad deportiva es el límite salarial, implementado en todas las competiciones deportivas.

El límite salarial consiste en la implementación de un tope máximo en el salario de sus jugadores, una cifra exacta de dinero, la cual cada club deberá repartir entre sus 18/20 jugadores. Evitando así, el modelo del deporte europeo. Donde los clubes con mayores ingresos y/o poder adquisitivo tienen la mayor potestad en el mercado de fichajes.

La finalidad de dicho límite es la búsqueda de nivelar el campo de juego al evitar que los equipos más “ricos” obtengan una ventaja abrumadora al gastar más dinero en jugadores.

Derechos de televisión y patrocinios

El deporte de elite es un negocio que genera millones de beneficios al año, las grandes ligas y grandes equipos facturan muchas cantidades de dinero, debido a los contratos millonarios que obtienen con diferentes cadenas de televisión, aplicaciones móviles, marcas de ropa o patrocinios de empresas de todo tipo.

Las ligas profesionales americanas suelen obtener sus mayores beneficios en base a sus contratos con grandes cadenas de televisión. He incluso, con plataformas en *streaming* para transmitir los partidos en directo. Las cadenas de televisión están dispuestas a pagar grandes cantidades de dinero por estos derechos. Ya que existe una gran base de aficionados a los deportes en América. Estos acuerdos también incluyen cláusulas sobre la distribución geográfica de las retransmisiones, ganando exclusividad.

Por otra parte, las ligas profesionales también incluyen como parte de sus ingresos los acuerdos de patrocinio con empresas. La implementación de logotipos en uniformes, instalaciones de marcas deportivas, vallas publicitarias, entrevistas y demás. Estas empresas pagan para asociarse a un equipo o a una liga y crear una imagen de marca entorno al conjunto deportivo. Alguno de estos equipos lleva el nombre de su empresa patrocinadora incluido en su denominación. Como, por ejemplo, el “*Bank of America Stadium*” estadio en el que los *Carolina Panthers* juegan sus partidos de la NFL.

2.3.2 MODELO ECONÓMICO DE LAS LIGAS PROFESIONALES EUROPEAS

En el modelo de las ligas europeas, se centra en el enfoque de un sistema de promoción y descenso, donde los equipos compiten en una liga piramidal. En Europa los equipos juegan en ligas superiores a través de su rendimiento deportivo en ligas anteriores, mientras los equipos con bajo rendimiento descienden en a divisiones inferiores, creando un sistema dinámico y competitivo.

Ingresos y financiación

Las ligas europeas han adoptado un enfoque muy diversificado para generar ingresos, aunque los derechos de televisión son una fuente muy importante de ingreso, en

Europa se tomó la tendencia de diversificar estas fuentes de ingresos. Como, por ejemplo, la venta de entradas, productos con licencia, patrocinios y acuerdos comerciales.

Esto ha llevado a los equipos de las ligas europeas a tener una gran dependencia de sus aficionados ya que la asistencia a los partidos y el compromiso con el equipo es esencial para la sostenibilidad de un club europeo.

Competición y equilibrio

El sistema de promoción y descenso de las ligas europeas tiene como objetivo aumentar la competitividad y el equilibrio en el deporte. A diferencia de las ligas americanas, donde esta equidad la buscan a través del draft, en Europa, los equipos compiten por mantener su estatus y ascender en la jerarquía de clubes. Esto busca evitar el dominio de unos pocos, dando posibilidad de ascender a equipos más pequeños.

Impacto socioeconómico

Las ligas europeas tienen un gran impacto en la economía local, los equipos europeos son sellos de identidad de muchas localidades, las cuales pueden generar empleo en áreas como el turismo o el comercio.

Tendencias

Aunque el modelo de gestión de ligas deportivas europeas ha demostrado ser efectivo con su sistema de promociones e identidad local, Europa, se enfrenta a la brecha salarial entre sus equipos, una notable diferencia entre el poder adquisitivo, que, podría poner en peligro una equidad competitiva, además de la dependencia de los derechos televisivos y su volatilidad. Todo esto ha dado pie a la implantación de nuevas propuestas como el famoso *Fair play* financiero.¹

¹ *Fair play* financiero: Sistema de regulación establecido por la UEFA, el cual su objetivo principal es regular vigilar y controlar la capacidad económica de los clubes de fútbol europeos.

2.4 FUTBOL EUROPEO

El fútbol profesional en Europa es uno de los deportes más seguidos a nivel mundial. Cada año millones de espectadores acuden a los estadios para ver a su club favorito. Finalmente, esto se traduce en una gran cantidad de ingresos para diferentes clubes. A continuación, se analizará las cuatro ligas europeas con más peso en el ámbito deportivo y su modelo económico en los últimos diez años.

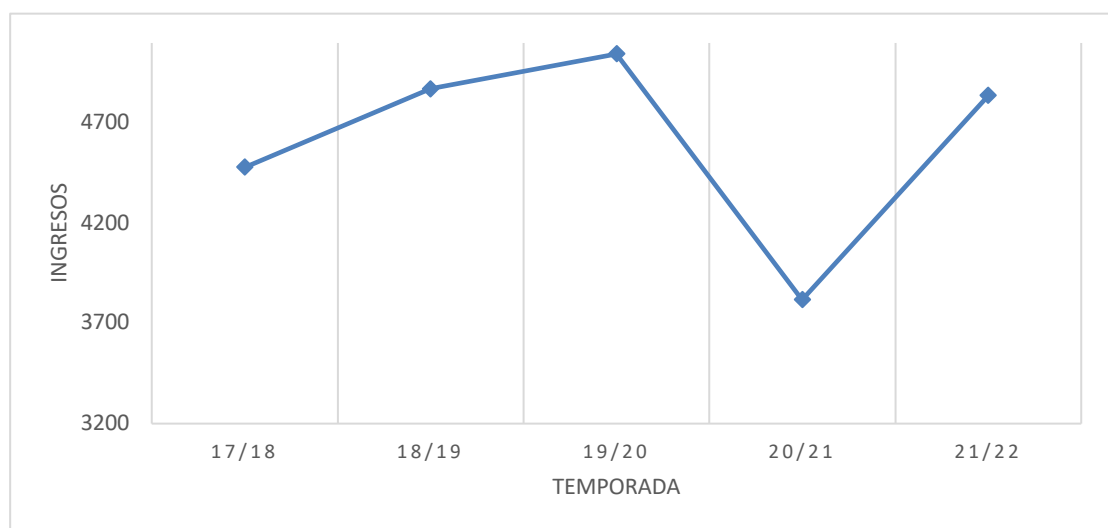
Ilustración 1: Ranking UEFA 213/2023

Pos	Club	13/14	14/15	15/16	16/17	17/18	18/19	19/20	20/21	21/22	22/23	Título	Pts	Fed
1 =	Real Madrid España	35.000	29.000	33.000	33.000	32.000	19.000	17.000	26.000	30.000	29.000	98.000	381.000	39.999
7 =	Atlético de Madrid España	33.000	22.000	28.000	29.000	28.000	20.000	22.000	16.000	19.000	8.000	8.000	233.000	39.999
15 =	Benfica Portugal	29.000	8.000	22.000	17.000	4.000	17.000	10.000	10.000	20.000	25.000	8.000	170.000	20.692
2 =	Bayern Alemania	27.000	28.000	29.000	22.000	29.000	20.000	36.000	27.000	26.000	27.000	43.000	314.000	30.781
6 =	Chelsea Inglaterra	25.000	21.000	18.000	-	18.000	30.000	17.000	33.000	25.000	21.000	28.000	236.000	37.835
9 =	Paris Francia	25.000	21.000	24.000	20.000	19.000	19.000	31.000	24.000	19.000	19.000	2.000	223.000	23.515
3 =	Barcelona España	24.000	34.000	26.000	23.000	25.000	30.000	24.000	20.000	15.000	9.000	41.000	271.000	39.999
5 =	Juventus Italia	23.000	29.000	18.000	33.000	23.000	21.000	22.000	21.000	20.000	17.000	17.000	244.000	31.635
11 =	Man United Inglaterra	23.000	-	13.000	26.000	20.000	19.000	22.000	26.000	18.000	19.000	23.000	209.000	37.835
10 =	Sevilla España	22.000	28.000	23.000	19.000	21.000	13.000	26.000	19.000	12.000	21.000	13.000	217.000	39.999

(FIFA)

2.4.1 LA LIGA (ESPAÑA)

Ilustración 2: Evolución ingresos Liga española (2017/2022)



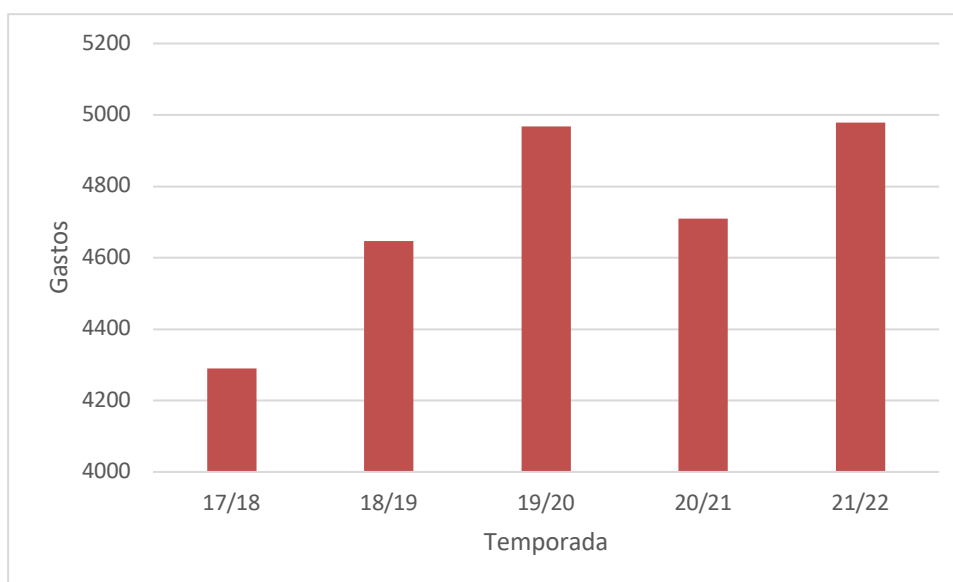
(Elaboración propia a partir de datos recogidos en informes de La liga)

En este gráfico se puede observar la evolución de los ingresos de la liga entre las temporadas 2017 y 2022 respectivamente.

La tendencia de esta línea fue en aumento debido a los contratos televisivos de plataformas privadas como DAZN o Movistar, lo cual dio pie a un aumento considerable de los ingresos de la liga.

Por otra parte, se puede observar un gran descenso en los ingresos en la temporada 20/21, debido a la pandemia mundial Covid-19. El parón de las competiciones deportivas y la clausura de los estadios en prácticamente toda la temporada.

Ilustración 3: Evolución gastos temporadas 2017/2022



(Elaboración propia a partir de datos recogidos en informes de La Liga)

En esta gráfica se puede observar el aumento de los gastos en la Liga Española de fútbol entre las temporadas 17/18 y 21/22. Se puede observar una tendencia al alza durante estos 5 años. Las principales causas son el aumento del costo de traspasos y el desempeño para revocar el desastre tras la pandemia mundial.

2.4.2 DERECHOS TELEVISIVOS EN LA LIGA ESPAÑOLA

Los derechos de televisión hacen referencia a la exclusividad de emisión de los partidos de una competición a cambio de una suma de dinero. Existen dos modelos de

negociación en términos de comercio de los derechos televisivos, el individualizado y el colectivo.

Real decreto- ley 5/2015

Hasta 2015, no existía ningún marco normativo que regulara la comercialización de los derechos televisivos en la liga española. El Real decreto Ley 5/2015 fue la adaptación de la venta de los derechos televisivos de la liga española al modelo europeo. Su repercusión fue debido a el modelo de inestabilidad y fracturación del modelo de venta individualizado que se utilizaba hasta la fecha. Este modelo tenía como consecuencia una debilidad estructural del sistema. Por lo que finalmente, el gobierno fue participe debido a su relevancia social y por una reiterada demanda por alguno de los sectores.

El real decreto-ley 5/2015 recoge:

- Establece las normas de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales correspondientes a La Liga.
- La titularidad de dichos derechos corresponde a los clubes, pero su participación en dicha competición dará pie a la cesión de estos derechos a la entidad organizadora. En este caso la Liga
- A partir de su entrada en vigor, ningún club podrá suscribir contratos individuales.
- Si la cantidad disponible para el reparto entre los clubes es inferior a la suma de los ingresos por participante por la comercialización individual, no será de aplicación. (COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA, 2023)

Reparto de los ingresos televisivos en la Liga Española

La mitad de los ingresos producidos por los derechos televisivos de la liga española se reparten por igual entre todos los equipos integrantes de esta competición, la otra mitad se dividen en dos partes: 25% por implantación social y el otro 25% restante mediante méritos deportivos. Este último 25% tiene en cuenta la clasificación de los diferentes clubes en la liga nacional, repartiendo estos en un 17% para el primer clasificado, 15% para el segundo y así sucesivamente hasta el quinto clasificado que recibirá un 5%. Para el resto, se proporcionará un 3,5% para el octavo, un 3% para el noveno y así sucesivamente hasta el último clasificado, reduciendo un 0.5% cada escalón de la tabla bajado.

Este 25 % recibido por los méritos deportivos de dichos clubes se obtienen realizando una ponderación de las clasificaciones en las últimas 5 temporadas, teniendo a

la última temporada realizada con un 35 % de peso en esta ponderación, seguido de la temporada anterior con un 20% y, por último, con un 15% las tres anteriores.

Tabla 1: Reparto ingresos derechos televisivos

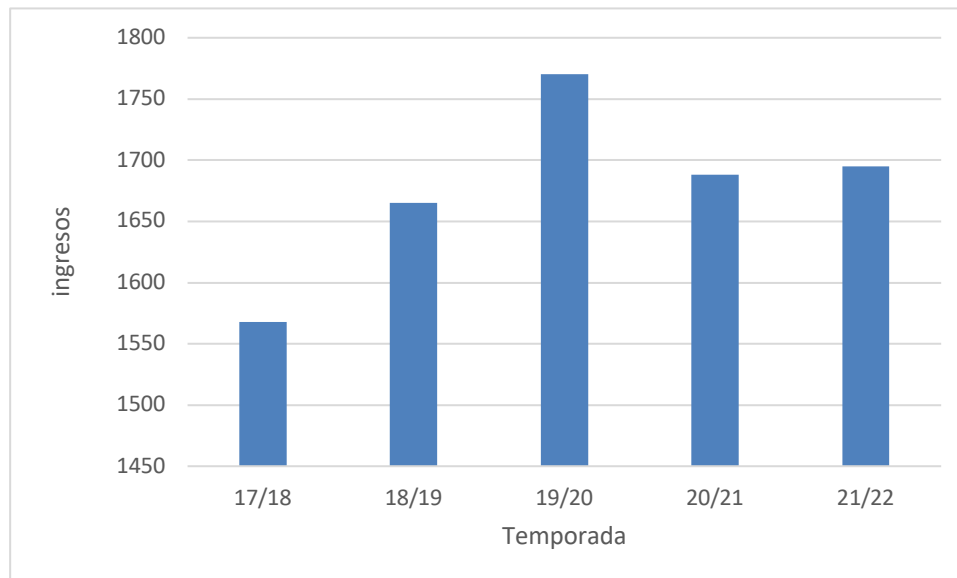
Clasificación	Porcentaje
1º CLASIFICADO	17%
2º CLASIFICADO	15%
3º CLASIFICADO	13%
4º CLASIFICADO	11%
5º CLASIFICADO	9%
6º CLASIFICADO	7%
7º CLASIFICADO	5%
8º CLASIFICADO	3,50%
9º CLASIFICADO	3%
10º CLASIFICADO	2,75%
11º CLASIFICADO	2,50%

12° CLASIFICADO	2,25%
13° CLASIFICADO	2%
14° CLASIFICADO	1,75%
15° CLASIFICADO	1,50%
16° CLASIFICADO	1,25%
17° CLASIFICADO	1%
18° CLASIFICADO	0,75%
19° CLASIFICADO	0,50%
20° CLASIFICADO	0,25%

(elaboración propia a través el boletín oficial del estado)

2.4.3 ANÁLISIS DE LOS INGRESOS POR RETRANSMISIÓN DE LA LIGA ESPAÑOLA

Tabla 2: Evolución de los ingresos por retransmisión



(Elaboración propia a través de La Liga)

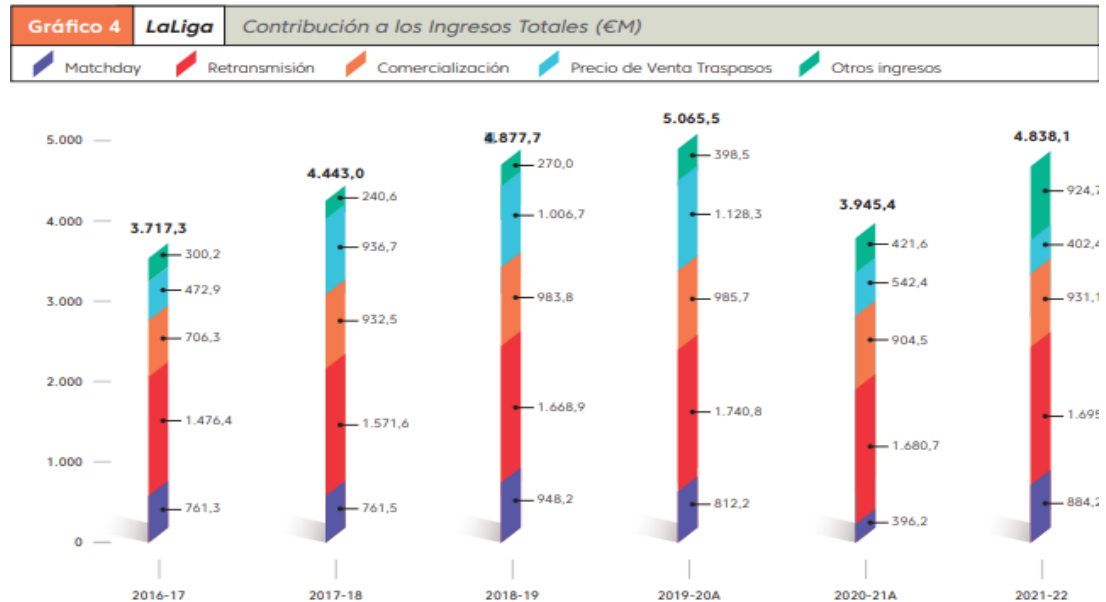
Antes de la temporada 2021/2022, la liga experimentó un aumento significativo en los ingresos por retransmisión durante varios años. Este crecimiento se debió en parte a la participación de grandes estrellas en esta competición y su repercusión en la popularidad de la liga, impulsada principalmente por la aparición de equipos de un “alto calibre”, como Real Madrid o FC Barcelona.

Los contratos de derechos de televisión nacionales e internacionales fueron una fuente crucial de ingresos para la liga. Estos acuerdos se fueron renegociando periódicamente, lo que ha llevado a un aumento de estos ingresos. Además, la expansión de la cobertura nacional a otros países ayudó a aumentar estos ingresos en países extranjeros. Su ampliación hacia plataformas de *streaming* en los últimos años como parte de su estrategia para llegar a un mercado global ha sido uno de sus “platos fuertes en las últimas temporadas.

La pandemia Covid-19 tuvo un gran impacto en la temporada 19/20 y 20/21, con partidos a puerta cerrada. Esto tuvo un gran impacto en los ingresos por ventas en la

taquilla y pudo haber tenido repercusión en los ingresos por retransmisión debido a la menor cantidad de público en los bares y restaurantes que retransmitían estos partidos.

Ilustración 4: Ingresos totales La Liga 2017/2022 (Millones)

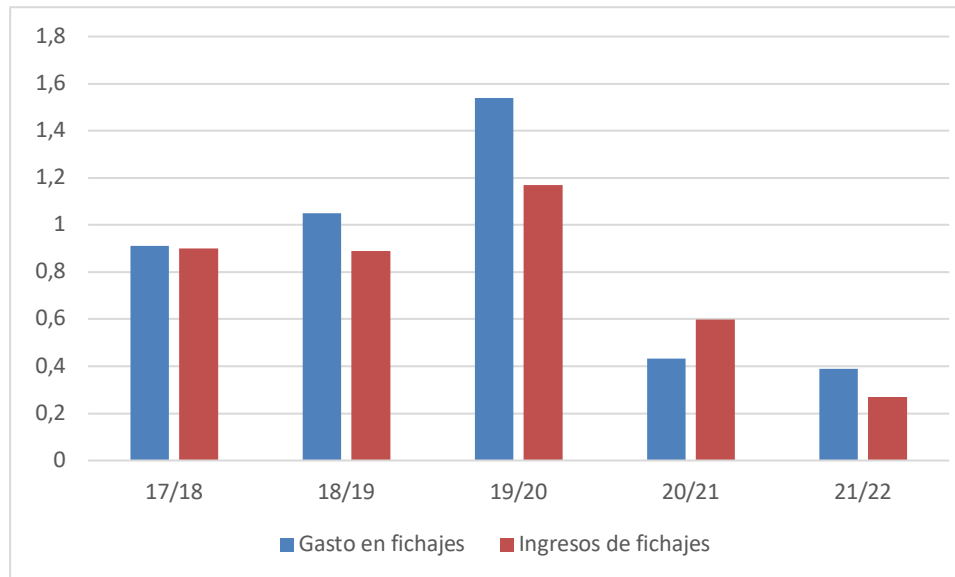


(La Liga, 2022)

Como se puede observar, La Liga, tiene una fuerte dependencia de sus ingresos por retransmisión, siendo año tras año notablemente su fuente principal de ingresos. Si bien esto ha permitido a la liga mantener su competitividad y atraer a jugadores de alto nivel, también conlleva riesgos asociados a la dependencia de estos contratos de televisión y desafíos vinculados a la competencia global y la evolución tecnológica. La diversificación de sus ingresos es un aspecto clave para garantizar su sostenibilidad en un largo plazo.

2.4.4 EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE TRASPASOS

Ilustración 5: Gastos/Ingresos de fichajes (MM)



(Elaboración propia a través de datos obtenidos en Transfermarkt)

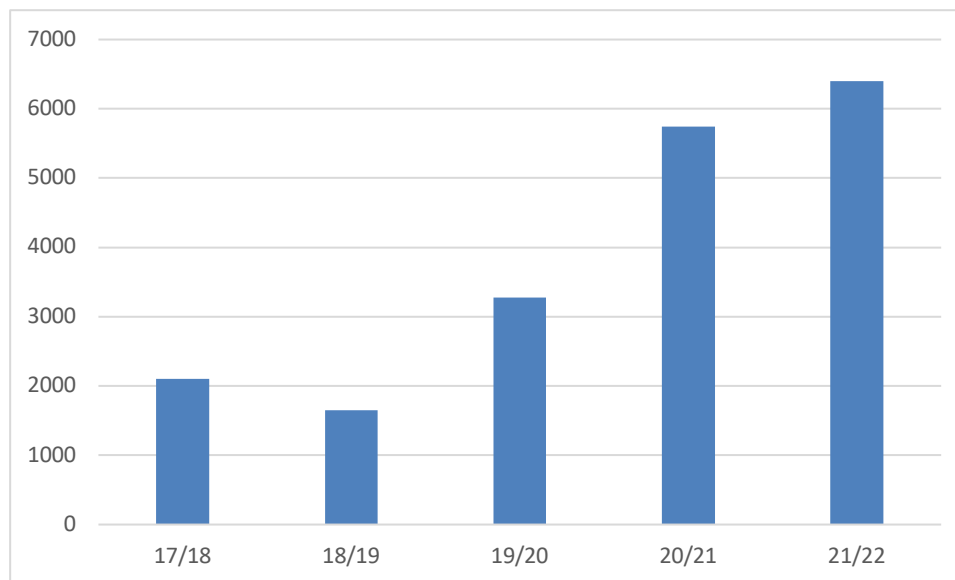
Desde la temporada 19/20 el gasto en fichajes de la liga española ha tenido una tendencia bastante negativa, esto se puede achacar a varias situaciones. Según Senn Ferrero” La pandemia dio lugar a que muchos clubes tuvieran una reducción casi total de los ingresos por *ticketing* y, las cuotas de socios además de la caída significativa de la venta comercial de los días de partido”, asegura.

Los clubes están dirigiendo esta situación después de la pandemia y hace que su capacidad de generar recursos para realizar nuevas incorporaciones no sea de carácter primordial, si no que su primer objetivo es equilibrar de nuevo la estructura financiera del club.

Por otra parte, otra de las claves de este “desastre” de mercado, es el exhaustivo control económico que realiza La Liga actualmente sobre sus clubes. La liga utiliza un sistema muy proteccionista que exige dos tipos de controles económicos, el control económico a priori, que sirve para que La Liga sepa en qué situación se encuentran los clubes antes del mercado de fichajes y el control a posteriori, que consiste en supervisar que durante la temporada se haya cumplido los presupuestos, con medidas como la $\frac{1}{4}$, $\frac{1}{4}$ y $\frac{1}{1}$. Es decir, por cada salario que sale, puede entrar uno igual. (pais)

2.4.5 PREMIER LEAGUE

Ilustración 6: Evolución ingresos totales Liga inglesa (M. euros)



(elaboración propia a través de Deloitte)

En este gráfico, se puede observar la tendencia de crecimiento que está sufriendo la Premier League estos últimos años, una tendencia que cada temporada aumenta exponencialmente. Olvidándonos de los datos de ingresos recogidos en la temporada 19/20 tras la pandemia COVID-19, la liga inglesa ha sabido sacar rentabilidad y recoger unos ingresos bastante sorprendentes. Los motivos principales de estos ingresos totales han sido el gran atractivo de esta competición, que año tras año brinda a sus competidores con nuevos fichajes de futbolistas de talla mundial. Como consecuencia esto se traslada en la venta de derechos de retransmisión de la liga, uno de los pilares de su financiación.

2.4.6 DERECHOS DE RETRANSMISIÓN PREMIER LEAGUE

La Premier League. Es una de las competiciones más exitosas del fútbol. Alcanzando más de 600 millones de espectadores alrededor del mundo, sus partidos son retransmitidos en más de 200 lenguas diferentes y su expansión internacional aumenta cada año.

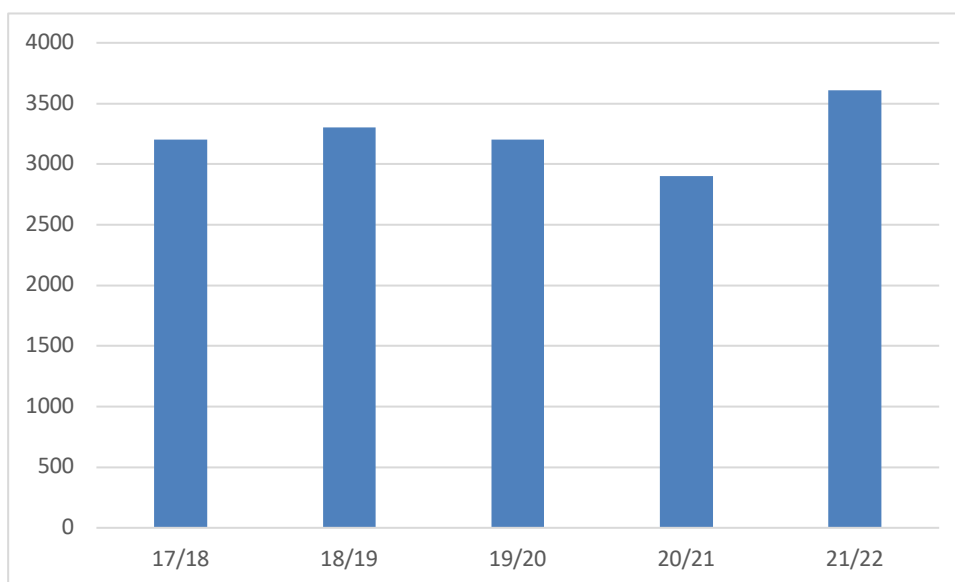
Desde 1992, la competición fue regulada por la asociación de fútbol premier league, una corporación donde sus accionistas son los 20 equipos pertenecientes a la premier league. Hasta 2006 todos los derechos televisivos fueron vendidos a una única compañía con un contrato de exclusividad BSKYB.

El éxito económico de la premier league es innegable, la liga con más ingresos televisivos del momento.

Para las autoridades de la competición, que un solo medio tuviera todo el derecho de retransmisión, podría ser un hecho altamente restrictivo. Por lo que, la comisión europea realizó un procedimiento de investigación donde se llegó a la conclusión, de que, el modelo de venta de los derechos televisivos de la Premier reducía el crecimiento de mercado, y dejaba fuera de la subasta a las compañías de televisión más pequeñas. Siendo indirectamente una situación monopolística.

El contrato es muy diferente a los anteriores, los derechos televisivos de la premier se dividen en paquetes separados donde las diferentes cadenas de televisión pueden ofertar, asegurándose de que ninguna emisora posea la oferta total de un país en concreto. Actualmente los paquetes de la premier league son propiedad de SKYSPORTS, AMAZON Y BT SPORT, gigantes de las cadenas de televisión donde la premier genera un gran beneficio.

Ilustración 7; Evolución Ingresos por derechos televisivos Premier League 2017/2022



(elaboración propia a través de Premier League)

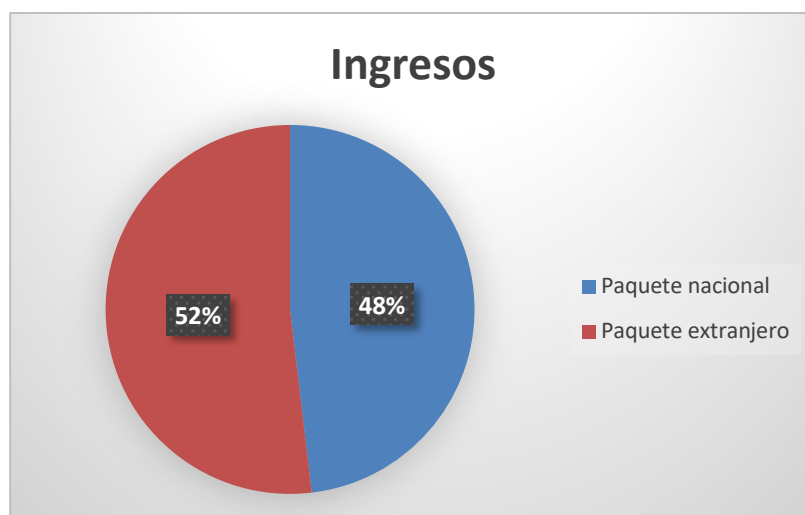
Derechos de retransmisión de la premier league en el extranjero

Los derechos televisivos de la liga nacional inglesa no han conseguido generar grandes aumentos los últimos años, los derechos de retransmisión siguen teniendo un coste

similar a temporadas anteriores, y no se espera que esto aumente en un futuro. Por el contrario, en el ámbito internacional. Es muy diferente. El gran atractivo de la Premier league, y el reconocimiento de la marca, ha resultado generar un activo formidable, generando acuerdos muy beneficiosos y en múltiples países. Los dos elementos más significativos son el acuerdo en Estados Unidos. Donde ENBC tiene la exclusividad para retransmitir los partidos, y NENT, el grupo nórdico que retransmitirá en Suecia Noruega y Dinamarca.

La premier league, ha sabido aprovecharse de su gran atractivo e imagen de marca. Convirtiendo sus derechos de retransmisión en su activo más importante, generando y expandiéndose cada vez mas año tras año.

Ilustración 8: Porcentaje de reparto entre ingresos procedentes del país o del extranjero 2022/2023



(elaboración propia a través de Marca)

Como se puede observar en este gráfico, el porcentaje de ingresos por derechos televisivos en la Liga Inglesa en el extranjero ha superado a los ingresos por televisión nacional en esta última temporada. Aquí se puede observar la importancia y el atractivo de la marca Premier League y sus beneficios alrededor de todo el mundo.

Reparto de ingresos televisivos Liga Inglesa

El reparto de los derechos televisivos es mucho más equitativo que en otras ligas, y esto es una de sus fórmulas de éxito. El torneo británico concedió sus derechos televisivos por un valor de 9.479 millones de euros, renovables para tres años. En esta competición como la liga inglesa, el monto total ingresado por la venta de sus derechos televisivos es repartido equitativamente entre todos los equipos de la Premier, y durante la duración de su contrato. Por lo que con el contrato actual (2022-2025), todos los equipos participantes en la competición recibirán 157,87 Millones de euros por curso de base. Además, se tendrá que sumar una bonificación por la posición en la que se finaliza en la clasificación que se encuentra entre 55 millones de euros para el ganador y 2.6 millones para el colista.

Por otra parte, también existe otra cifra que cada club negocia individualmente con los canales de retransmisión para la emisión de sus partidos.

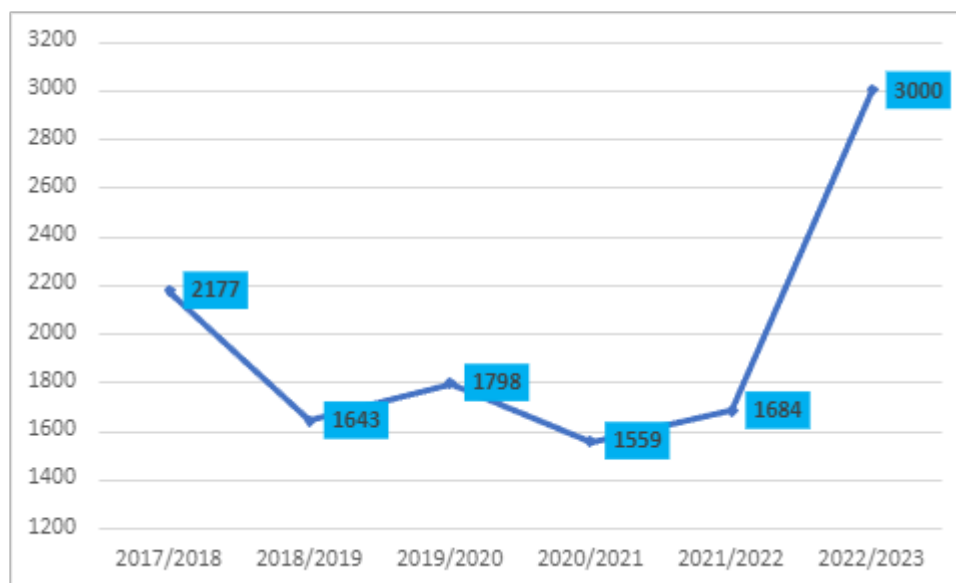
Tabla 3: Reparto de Ingresos tv liga inglesa 2023

Posición	Ganancias
1º	Manchester City (£357.6 M)
2º	Liverpool (£294.8 M)
3º	Tottenham (£277.3 M)
4º	Manchester United (£273.1 M)
5º	Chelsea (£267.5 M)
6º	Arsenal (£266.2 M)
7º	Newcastle (£243.8 M)
8º	Brighton (£224.2 M)
9º	Aston Villa (£221.2 M)
10º	Brentford (£211 M)
11º	West Ham (£20.64.9 M)
12º	Fulham (£204.4 M)

13º	Crystal Palace (£202 M)
14º	Wolverhampton (£194.4 M)
15º	Everton (£180.3 M)
16º	Bournemouth (£179.7 M)
17º	Nottingham Forest (175 M)
18º	Leicester City (£173.8 M)
19º	Leeds United (£165.9 M)
20º	Southampton (£163.2 M)

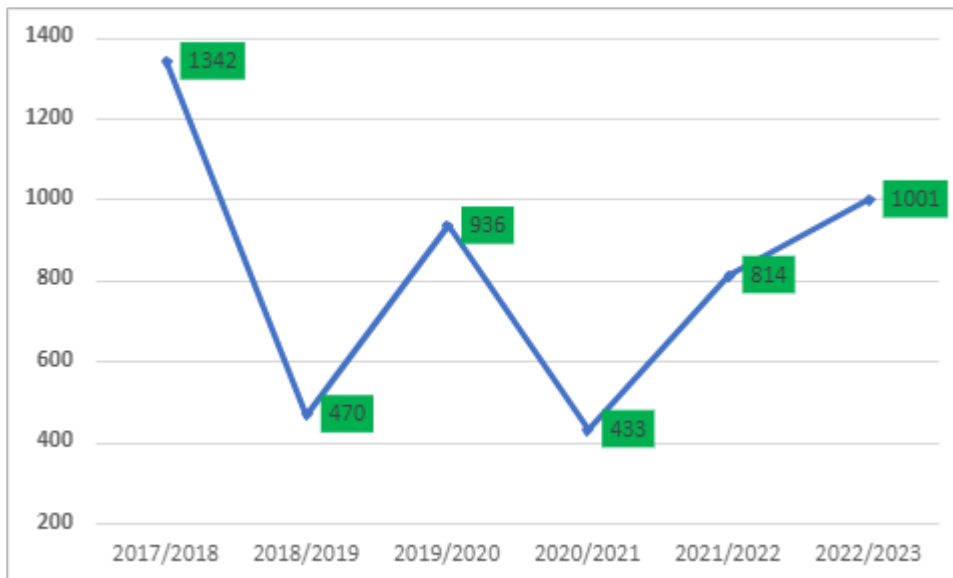
2.4.7 Evolución fichajes Liga inglesa

Ilustración 9: Evolución gastos en fichajes 2017/2023 en millones



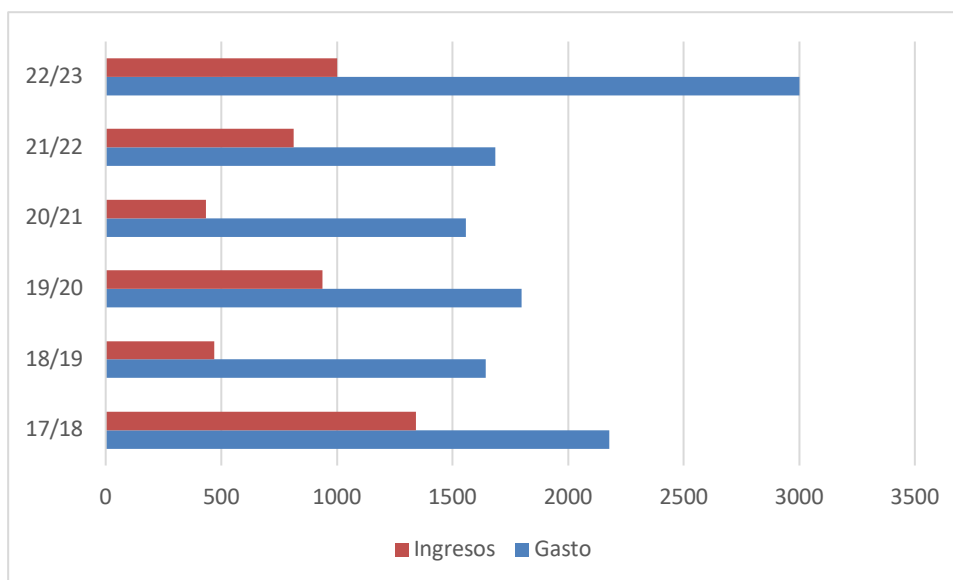
(Elaboración propia a través de Transfermarkt.)

Ilustración 10: Evolución ingresos fichajes 2017/2023



(Elaboración propia a través de transfermarkt)

Ilustración 11: Ilustración 10: Comparación Ingresos/Gastos 2017/2023 en millones



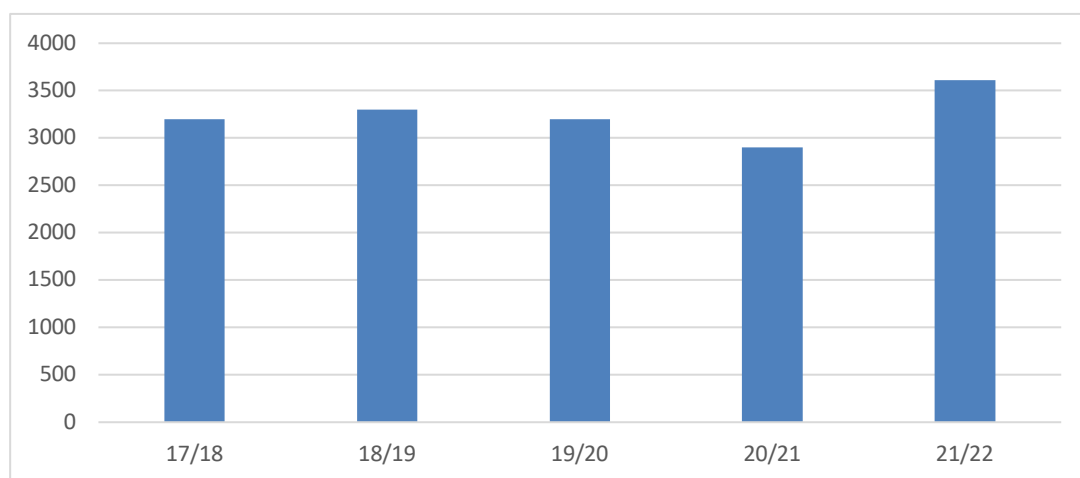
(Elaboración propia a través de Benchmark)

Como se puede observar, la Premier League gasta muchísimo más que ingresa en todas sus temporadas. La realidad es que económicamente al menos, la Premier es una

“Superliga” a años luz de las demás ligas europeas. Su política de ingresos por retransmisión y las inyecciones de dinero realizadas por la multitud de magnates que existen como presidentes en los distintos clubes son unas de las razones principales de esta superioridad. Además, La premier League dispone de un *Fair Play* financiero propio, mucho menos prohibitivo. Que dejan a sus clubes más margen para invertir y endeudarse.

2.4.8 BUNDESLIGA

Ilustración 12: Ingresos totales Bundesliga 2017/2022 Millones



(Elaboración propia a partir de Transfermarkt)

Como se puede observar en este gráfico, la liga alemana de fútbol siempre ha tenido una evolución “constante” en sus ingresos totales. Esto se debe a una serie de factores que ha contribuido a su crecimiento económico a lo largo de los años. Una de sus principales causas es su política de precios razonables. En la que, el precio de las entradas para todos sus partidos tiene un coste máximo asequible para la mayoría de la población, como consecuencia de esto, el aforo se completa partido tras partido.

Otra de las razones principales de este desarrollo económico es la presencia del Bayern de Múnich como militante de esta competición, su gran palmarés y reputación global realiza una gran publicidad a la liga. Transmitiéndose en contratos de publicidad o venta de derechos de retransmisión, entre otros.

2.4.9 DERECHOS DE RETRANSMISIÓN BUNDESLIGA

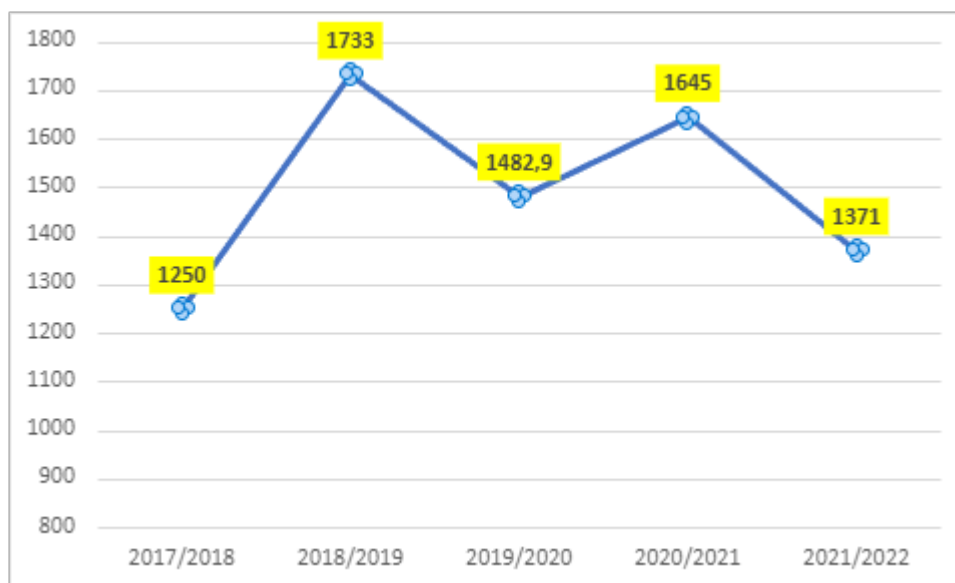
La Bundesliga poseía una política de venta de sus derechos de retransmisión centralizada, en casi 10 años de monopolio su poseedor fue, nada menos que el gigante SKY. Muchos de los grandes cargos de la competición no estaban de acuerdo con esta postura.” *Si pudiéramos vender de manera autónoma nuestros derechos de televisión podríamos obtener 200 millones de euros al año, casi cuatro veces más de lo que obtenemos actualmente*” declaró *Rumenigge*, presidente del consejo directivo del Bayern de Múnich.

En 2017, los reguladores en Alemania no vieron factible seguir con esta política. Tras la ruptura del monopolio, la liga realizó un nuevo contrato suponiendo un crecimiento del 85% respecto a temporadas pasadas.

La Liga alemana, fue una de las competiciones más golpeadas por la crisis del COVID-19, esta tuvo muchas confrontaciones con grandes sus grandes cadenas (*Dazn* y *Sky*) para la renovación del contrato de venta de los derechos tv, pero finalmente, estas accedieron por miedo a la devaluación de dichos derechos. la DFL (*Deutsche Football League*) cerró un contrato con telefónica hasta 2025, valorado en 250.000 euros menos que el contrato anterior.

Actualmente la DFL, ha decidido dar un paso a delante y vender sus derechos de retransmisión a un fondo de inversión extranjero, con el objetivo de revalorizarse. Según *Palco23*, “*La venta del 25% de los derechos de la DFL a los fondos de capital privado, por unos 20 Billones de euros. Por otra parte, se prevé el beneficio de asociaciones comerciales con firmas como la casa de apuestas típico, el conglomerado estadounidense de alimentación Mondelez o la plataforma de servicios en la nube Amazon Web Services*”.

Ilustración 13: Evolución ingresos por la venta de derechos televisivos 2017/2022
(millones)



(Elaboración propia a partir de Capology)

2.4.10 REPARTO INGRESOS TELEVISIVOS BUNDESLIGA

Anteriormente, en la liga de fútbol alemana, existía un código de reparto muy distinto al que rige actualmente, esta manera, que finalizó en el año 2017, premiaba las posiciones privilegiadas en la tabla al final de año. Repartiendo el 70% de los ingresos en función de los resultados de las 5 últimas temporadas.

Actualmente, tras la pandemia del Covid-19 la DFL, decidió reorganizar el tema de reparto de los ingresos por derechos de televisión para dotar de una mayor estabilidad económica a la liga, y generar ingresos estables después de la pandemia. Debido a la reducción de este tipo de ingreso.

Tal y como explicó Christian Seifert, ejecutivo de la DFL, "el nuevo sistema de reparto se basa en cuatro ejes: distribución equitativa, resultados, desarrollo del talento joven e intereses de los propios clubes"

Según el criterio de reparto equitativo, el 53% de los ingresos totales de las temporadas 2021/2022 y 2022/2023 y el 50% en 2023/2024 y 2024/2025 se distribuirá de forma igualitaria entre los equipos. En segunda parte, que será de un 42% en las primeras dos temporadas y de un 43% las restantes, se repartirán en función del rendimiento de las últimas cinco y diez temporadas.

Por último, el 6% restante, se bonificará entre los clubs que más apoyen al desarrollo de jugadores jóvenes (menores de 23 años), y una buena implicación en redes sociales. (PALCO23, 2020)

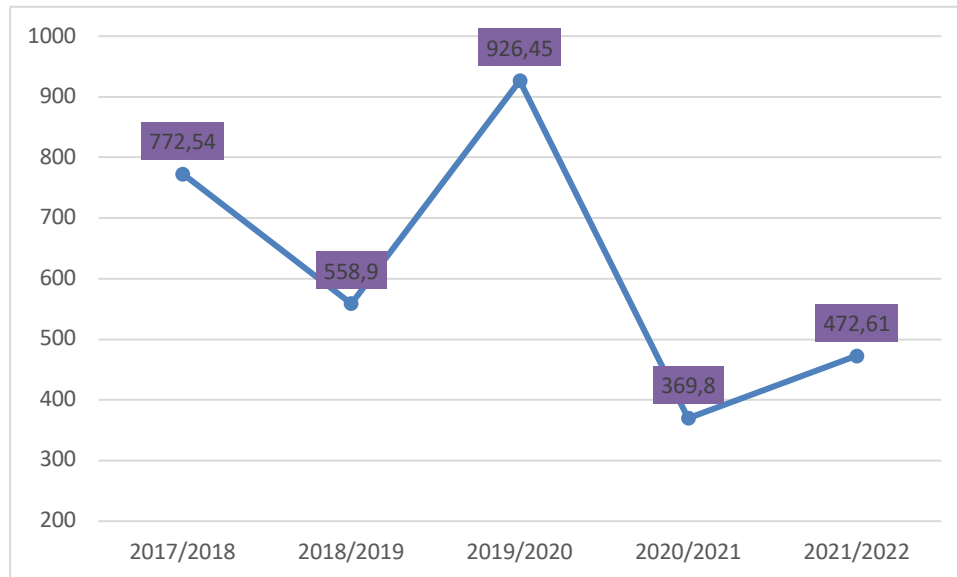
Ilustración 14: Ejemplo de reparto ingresos televisión Bundesliga 2020/2021



(Kicker)

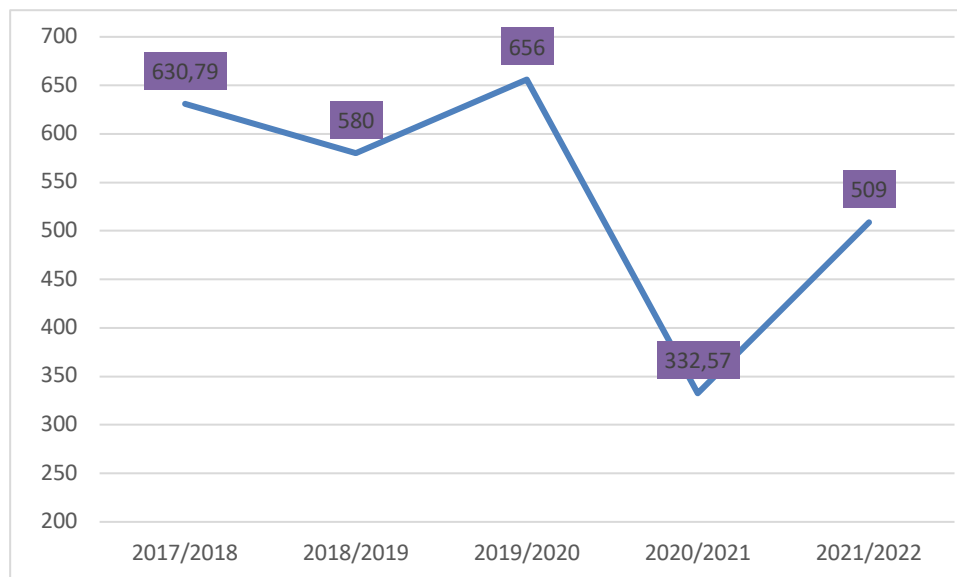
2.4.11 EVOLUCIÓN MERCADO DE TRASPASOS BUNDESLIGA

Ilustración 15: Evolución gasto en fichajes Bundesliga 2017/2022 (Millones)



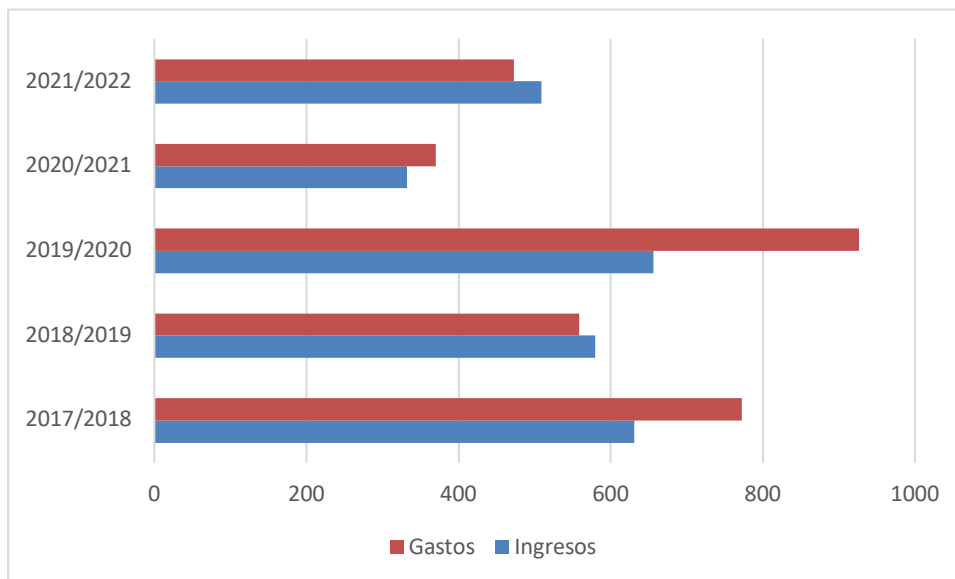
(Elaboración propia a partir de Capology)

Ilustración 16: Evolución ingresos en fichajes 201/2022 (millones)



(Elaboración propia a partir de Capology)

Ilustración 17: Comparación Ingresos/gastos fichajes 2017/2022



(Elaboración propia a partir de Capology)

Como se puede ver en el gráfico, la Bundesliga tiene una gran reputación por su enfoque en un modelo económico sostenible comparado con otras ligas. La Bundesliga se basa en un modelo económico en el que prima la estabilidad financiera. Todos los equipos están sujetos a unas pautas de control financiero en las que se limita su capacidad para gastar más allá de sus ingresos. En resumen, no pueden endeudarse, o por lo menos excesivamente.

Otra de los factores por lo que la Bundesliga consigue casi un equilibrio perfecto en el saldo de fichajes, es el desarrollo de jóvenes talentos. En lugar de gastar sumas de dinero desorbitadas por jugadores extranjeros de renombre, se enfocan en “explotar” el talento joven del país, a través de sus academias juveniles. No solo reducen su importe de gastos en fichajes, si no que además fomentan el talento de Alemania.

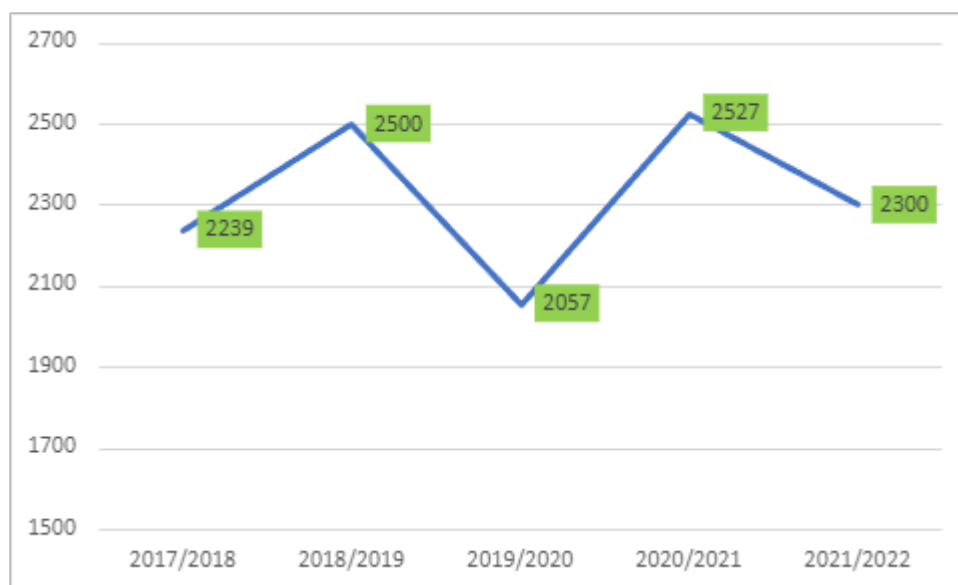
La Bundesliga enfatiza la estabilidad financiera, la gestión responsable y la igualdad entre clubes, lo que resulta en tarifas de transferencia modestas en comparación con algunas de las ligas más ricas de Europa. Eso no significa que la liga no gaste en incorporar

nuevos jugadores, pero tiende a ser más conservadora en este sentido que otras ligas de élite.

2.4.12 SERIE A

La Serie A es la principal liga de fútbol de Italia, conocida por su rica historia, clubes icónicos y énfasis en la defensa y la táctica. Ha sido hogar de legendarios jugadores y alberga algunas de las rivalidades más intensas en el fútbol europeo.

Ilustración 16: Evolución ingresos 2017/2022 (millones)

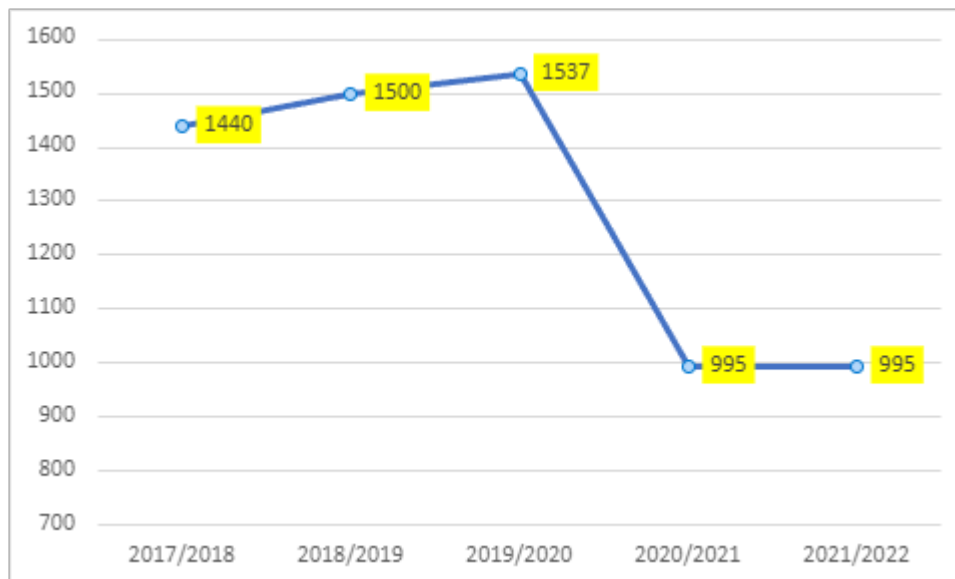


(Elaboración propia a través del Pais)

Como se puede observar en este gráfico, la política de ingresos de la Serie A ha aumentado a lo largo de los años. Anteriormente, el principal flujo de ingresos provenía de los derechos de retransmisión nacional y la venta de entradas. Sin embargo, mientras la popularidad del fútbol italiano aumentó, también lo hicieron la venta de sus derechos televisivos a nivel internacional convirtiéndose en la pieza clave de su economía. No obstante, se puede ver como la pandemia COVID-19, golpeó gravemente a sus ingresos anuales en la temporada 19/20. Consecuencias que todavía intentan solventar con cambios en la distribución de los ingresos entre clubes.

2.4.13 DERECHOS DE RETRANSMISIÓN EN LA SERIE A

Ilustración 17: Evolución ingresos derechos televisivos 2017/2022



(Elaboración propia a través de Transfermarkt)

En este gráfico se puede observar el gran descenso de los ingresos por venta de derechos televisivos de la liga italiana. A raíz de la pandemia COVID-19. Sus grandes represalias para el país italiano y su fútbol es una de las principales causas de este descenso económico.

La falta de estrellas futbolísticas y su gran atractivo para las grandes masas es otra de las principales causas de esta debacle televisiva, sus equipos no han llegado a tener un buen rendimiento en las últimas temporadas en competiciones de alto nivel como podría ser la Champions League. El dominio de prácticamente un club en la competición ha hecho de esta una historia muy aburrida y predecible donde disminuye el interés de los aficionados, sobre todo internacionales, y por consecuencia el descenso del valor de sus derechos de retransmisión.

La plataforma DAZN, ha sido la última en comprar los derechos audiovisuales de la liga italiana. La gran perdedora de esta "batalla" fue la gigante cadena SKY, la cual decidió impugnar este acuerdo accediendo a la ley "melandri". Ley que sentencia la creación de monopolios en la oferta televisiva del fútbol italiano. Caso el cual todavía sigue abierto.

Reparto derechos televisión Liga Italiana

En el año 2018, el gobierno italiano aprobó una reforma del modelo de repartición de los ingresos por la venta de sus derechos de retransmisión. Tras el descenso de la competitividad de la liga se ha buscado la forma de tener un campeonato más equilibrado y, por lo tanto, más atractivo para la audiencia.

En la actualidad, el reparto de los ingresos en base en tres pilares fundamentales haciendo referencia a los criterios impuestos por la ley *Melandri*:

- El 50% se reparte a partes iguales entre todos los clubes pertenecientes a la serie A.
- EL 8% se reparte en función de los índices de audiencia televisiva de los diferentes equipos
- 12% se distribuye en equivalencia a la media de aficionados que acuden al estadio.
- 5% vinculado a los logros históricos de los diferentes clubes.
- 10% asignado en función del resultado en las 5 temporadas anteriores.
- 15% por la clasificación de la última temporada.

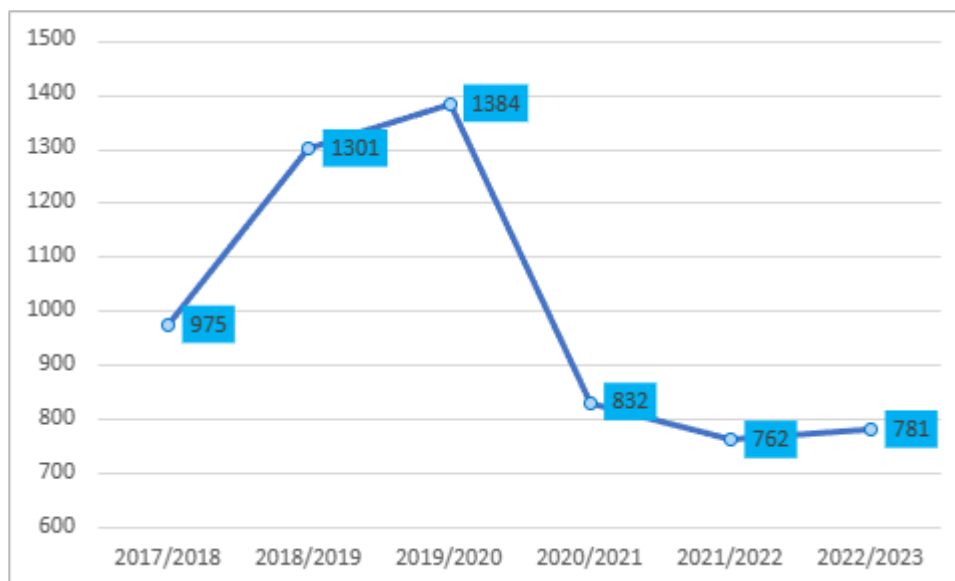
Ilustración 18: Reparto ingresos televisión liga italiana 2022/2023

Club	Parti uguali	Ascolti	Pubblico	Storia	5 anni precedenti	Ultimo anno	Totale
	50%	8%	12%	5%	10%	15%	100%
Inter	25,5	9,0	19,0	4,5	13,3	15,8	87,1
Napoli	25,5	8,8	9,6	3,3	11,4	21,7	80,3
Milan	25,5	10,3	16,0	4,6	10,1	13,5	80,0
Juventus	25,5	12,7	11,2	4,7	15,9	8,7	78,6
Lazio	25,5	6,1	10,7	3,4	7,0	18,2	70,7
Roma	25,5	7,4	13,7	3,8	7,6	10,2	68,2
Fiorentina	25,5	5,0	8,4	3,6	5,1	7,7	55,2
Atalanta	25,5	4,8	1,5	2,7	8,9	11,8	55,2
Torino	25,5	4,5	5,5	3,2	4,3	6,1	49,1
Bologna	25,5	0,5	6,1	2,9	1,6	6,9	43,5
Udinese	25,5	3,5	3,2	2,5	1,3	4,8	40,7
Sampdoria	25,5	2,0	4,1	3,1	3,3	0,9	39,0
Sassuolo	25,5	1,3	1,2	0,4	6,0	4,4	38,7
Lecce	25,5	1,0	7,2	1,3	0,6	3,0	38,6
Monza	25,5	1,5	0,8	1,0	0,2	5,3	34,2
Verona	25,5	0,6	1,4	2,0	2,5	2,1	34,1
Salernitana	25,5	1,1	1,1	0,9	0,5	3,5	32,6
Empoli	25,5	0,5	0,4	1,2	1,1	3,9	32,6
Spezia	25,5	0,4	0,4	0,6	0,8	2,4	30,1
Cremonese	25,5	0,4	0,8	1,0	0,3	1,6	29,4
TOTALE	509,0	81,4	122,2	50,9	101,8	152,7	1018,0

(CALCIOEFINAZA)

2.4.14 EVOLUCIÓN MERCADO DE TRASPASOS SERIE A

Ilustración 19: Evolución gasto en fichajes Serie A 2017/2023 (millones)



(Elaboración propia a través de apology)

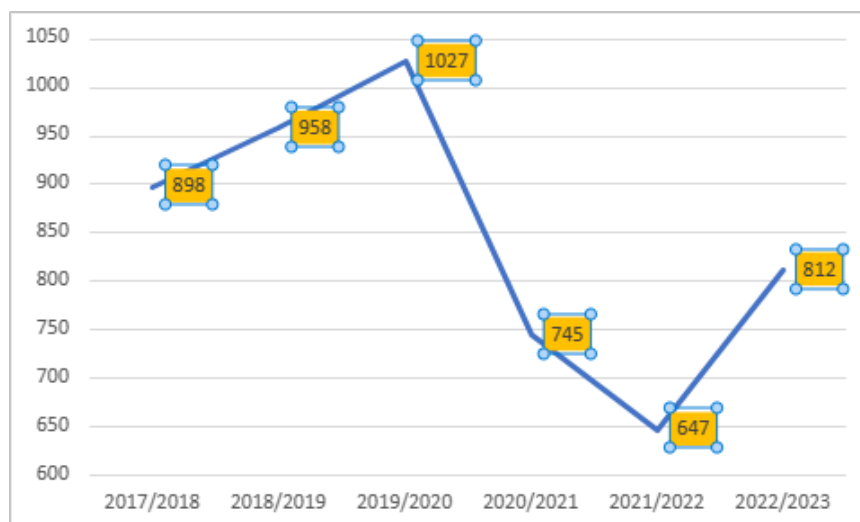
En cuestión de dinero, actualmente la serie A esta a años luz de otras ligas europeas como la Premier League o La Liga. La epidemia del COVID-19 no ayudó a la mala salud financiera de los equipos de la competición italiana. Actualmente hay tres equipos que destacan en el ambito economico por encima de los demás, la Juventu de Turín, el Inter de Milán y por ultimo el A.C Milan. Pero por el contrario, ninguno esta entre los diez equipos con mejor estabilidad económica de Europa. La situación economica actual es alarmante, la Gazzetta de lo sport, llegó a comunicar unas perdidas de 700 millones de euros tras la pandemia, donde pocos equipos se han sabido recuperar satisfactoriamente.

Otro de las causas de esta evolución son las deudas que arrastran los equipos italianos, tras las compras abusivas que se realizaron años atrás o los grandes salarios de la Serie A.

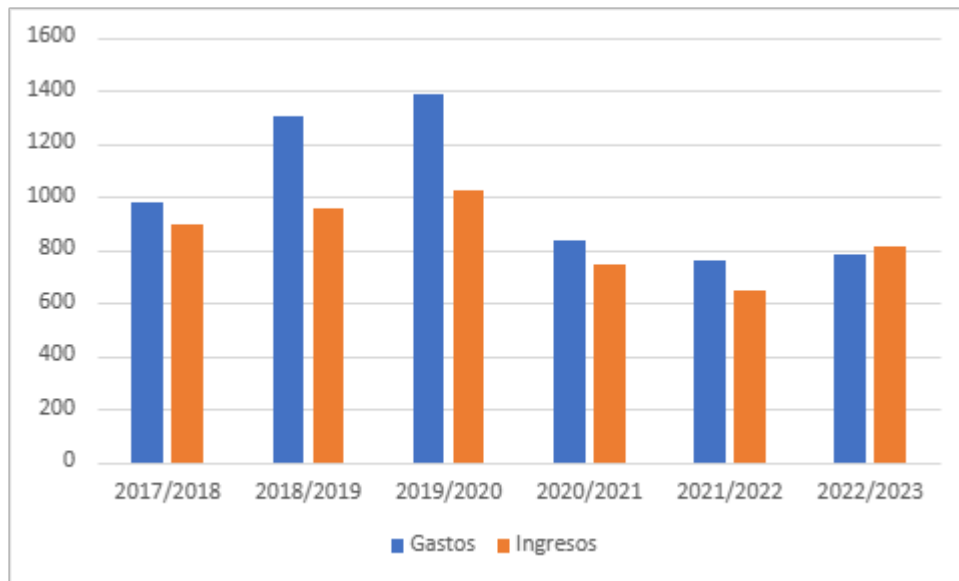
Los clubes de la Calcio adeudan mas de 800 millones de euros en cocnepto de cotizaciones a la seguridad social,estos pagos fueron suspendidos durante la pandemia, pero después los equipos italianos no han encontrado la suficiente estabilidad financiera como para hacer frente a estos pagos. Tanto es asi, que para evitar el colapso del futbol italiano el gobierno ha acudido a su rescate ofreciendo la posibilidad de repartir estos pagos en un plazo de 60 cuotas, Con un 3% de interes.

La baja calidad de competicion de la liga italiana, tampoco es de gran ayuda para aumentar sus ingresos y hacer frente a dichas deudas, la poca visibilidad de la liga en el extranjero hizo descender la cotizacion de sus derechos de televisión su fuente de ingresos principal.

Ilustración 20: Evolución ingresos fichajes 2017/2023 (millones)



(Elaboración propia a través de apology)



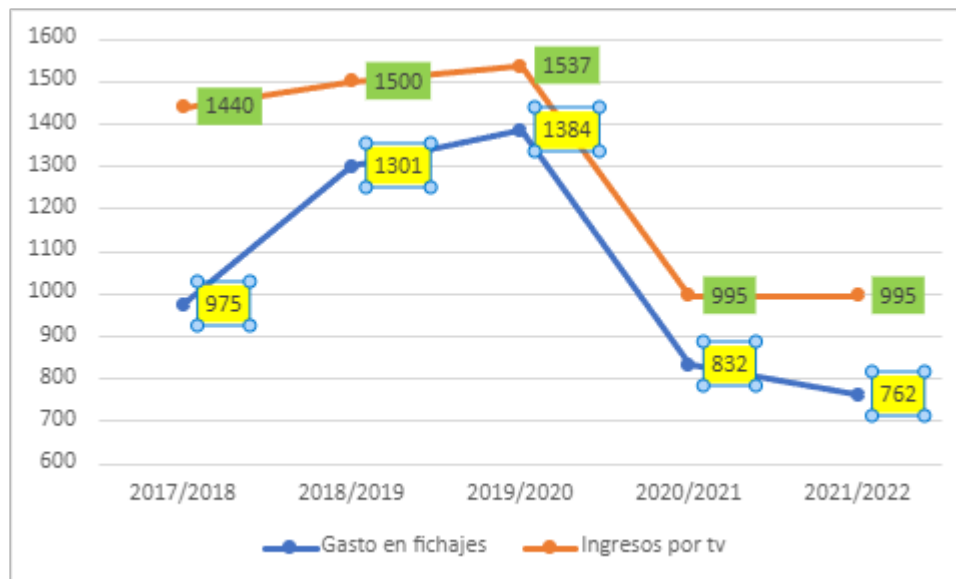
(Elaboración propia a través de Benchmark)

La liga italiana no está pasando por sus mejores momentos económicos y esto se puede observar en su balance de ingresos y gastos. Aunque sea una de las ligas que más dinero ha gastado en los últimos años, todo ha sido mediante trueques destinados a cuadrar balances. Permitiendo imputar estas ventas como ingresos directos con cantidades pactadas entre los distintos clubes, mientras que la amortización de los jugadores se reparte entre los años de contrato. Un ejemplo de esto fue el intercambio entre el futbolista Arthur, procedente del F.C Barcelona y Pjnic de la Juventus de Turín.

El problema de la decadencia del fútbol italiano y su pérdida de protagonismo en el fútbol europeo, no es más que su falta de cultura financiera moderna, y su obsesión por implantar medidas a corto plazo que no sirven para remediar esta dinámica.

2.4.15 CORRELACIÓN ENTRE INGRESOS POR TV Y FICHAJES

Ilustración 21: Ingresos tv/gasto en fichajes 2017/2022



(Elaboración propia a través de Benchmark)

Como podemos observar en el siguiente gráfico, la evolución de los gastos en fichajes y los ingresos por derechos televisivos han seguido la misma tendencia en estas últimas cinco temporadas. Por lo que podríamos deducir que, la liga italiana, sufre una gran dependencia económica por los ingresos generados a través de la venta de sus derechos televisivos. La liga italiana fue una de las competiciones europeas mas afectadas con esta situación, que, tras el cierre de sus estadios y el parón de las ligas, perdió mucho atractivo televisivo, una de sus mayores fuentes de ingresos, afectando directamente a los gastos en fichajes de los clubes participantes.

2.5 FISCALIDAD EN EUROPA Y SU REPERCUSIÓN EL FUTBOL

La fiscalidad española tiene una gran influencia en el futbol español, tanto en los clubes como en los jugadores.

La fiscalidad de los deportistas de alto tiene un carácter especial dentro del ordenamiento jurídico español. En España los futbolistas deben declarar el 85% de sus ingresos en el IRPF, por otra parte, el 15% restante, puede ser cobrado como concepto de derechos de imagen a través de sociedades. Esto se puede ver reflejado a la hora de ver

movimientos de grandes futbolistas en el mercado del futbol español. “desde un punto de vista fiscal, España está hoy por hoy en desventaja” recalca Félix plaza, socio del departamento de derecho tributario de Garrigues.

Con el principal objetivo de traer talento a España, en 2005 se aprobó una ley que tenía como misión la reducción fiscal del IRPF tributando solo por las rentas obtenidas en España y al tipo impositivo para no residentes del 24%. Ley que se mantiene en vigor, a excepto de unos pocos deportistas que se les excluyo de esta. Uno de los primeros fue el exfutbolista David Beckham. Rebautizando el Real Decreto 687/2005 como la ley Beckham.

Uno de los debates principales en aquel tiempo fue si era conveniente que una persona que cobraba millones de euros tributara menos que un ciudadano de a pie. Pero actualmente cada vez son más personas las que piensan que una fiscalidad atractiva para los jugadores beneficiaría a hacienda en un largo plazo.” Una fiscalidad atractiva haría que más jugadores tributaran año tras año en el territorio nacional, esto supondría además un incremento de los beneficios de los clubes españoles y de la liga por explotación de derechos tributando en España. Pero de esta manera el efecto está siendo el contrario, los grandes jugadores se van y no aportar dinero a las arcas del estado español” comentó Félix.

A partir de la abolición de la ley Beckham, calcular la fiscalidad para el salario bruto de un jugador en España es muy caro, en comparación con otras ligas como la inglesa o la italiana. Esta diferencia fiscal entre países obliga a los clubes españoles a incrementar de manera asombrosa el salario bruto de sus fichajes, lo que dificulta mucho la contratación de talento en España y por lo tanto merma la competitividad de su competición.

En nuestro país para las rentas altas, el tipo de IRPF varía según la comunidad autonómica en la que se tribute, pero ronda el 45%, muy superior al del país italiano. El cual se podría tributar al 30% o incluso al 10% si resides al sur del país. Una práctica que beneficia enormemente a los clubes de la Serie A.

Ilustración 22: Comparación fiscalidad diferentes ligas europeas

	TRATAMIENTO ESPECIAL EXTRANJEROS	PAGOS A AGENTES DE JUGADORES	TRIBUTACIÓN DE LOS DERECHOS DE TRASPASO
 LaLiga	Ventajas fiscales no aplicables a futbolistas	El club paga dos veces impuestos	Tributación en España
 Premier League	Régimen fiscal ventajoso para jugadores de fútbol	El club paga 1,5 veces impuestos	No tributación en Reino Unido
 SERIE A	Régimen fiscal ventajoso para jugadores de fútbol	El club paga una sola vez impuestos	No tributación en Italia
 DFL	Ventajas fiscales no aplicables a futbolistas	El club paga una sola vez impuestos	No tributación en Alemania (solo cesiones)

(EI PAÍS)

La mayoría de las diferencias entre los futbolistas que juegan en la liga española con los futbolistas que juegan en las demás competiciones de Europa, es la gestión los derechos de imagen y los ingresos de los extranjeros percibidos por esta práctica.

Fórmula 85/15

La fórmula 85/15, es una regla la cual los deportistas profesionales en España podrían tributar el 15% de sus ganancias como derechos de imagen. Así, los deportistas profesionales podrían cobrar el 85% de su sueldo mediante contrato laboral abonando el 45% de dicha cantidad en impuestos.

El 15% restante se atribuía al cobro por derechos de imagen. Los cuales, los futbolistas cobran a través de una sociedad abonando solamente el 25% de estos ingresos como tributación, ahorrando el 20% restante.

En 2015, hacienda cambió este enfoque, considerando que la cesión de los derechos de imagen a sociedades era una práctica fraudulenta. Obligando a tributar el 45% de este tipo de ingresos. Además de aplicar la política de tributar en España, todas las rentas percibidas de otros países si el asalariado tenía su residencia fiscal en España. (Benavides, 2022)

Por otro lado, en Italia y Inglaterra, tienen otras prácticas para estos sucesos. En Italia es posible pagar una tarifa fija de 100.000 euros de tributación anual, sea cual sea la cantidad percibida por derechos de imagen en el extranjero. También pueden utilizar otro formato, donde tributarían el 50% de la renta.

En Inglaterra, también existen dos tipos de regímenes tributarios. En primer lugar, en el año en el que un jugador es fichado o por el contrario vendido, el jugador solo tributará por el periodo que estuvo en dicho país. En segundo lugar, otro régimen para los residentes no domiciliados, donde todas las rentas generadas fuera de reino unido no son tributadas allí. Además, os jugadores sólo tributan por los derechos de imagen que generan dentro del país y, aunque el salario tiene un tipo del 45% pueden cobrar el 20% a través de una sociedad y cotizar esa parte al 19%.

Y, por último, Alemania, donde los deportistas de élite están obligados a tributar un 48% del salario, pero solo de los ingresos generados por derechos de imagen locales.

Ilustración 23: Sueldo Pogba según competición



(MARCA.COM, 2023)

Como podemos observar en este estudio realizado por el diario Marca, si un club español quisiera igualar la oferta para el fichaje de este jugador, debería pagar 4 millones de euros más, destinados a la agencia tributaria. Esto provoca una situación que poco a poco se vuelve insostenible. "En Inglaterra, Francia e Italia hay un mejor tratamiento a la renta de deportistas y eso provoca una huida de talento a estos países". Javier Tebas, presidente de LA LIGA.

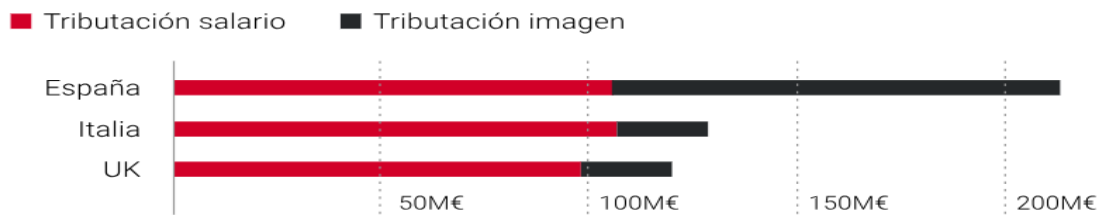
Otro de los grandes problemas de la liga española, es la tributación de los derechos de imagen en España. Cuando un futbolista es fichado por un club, cede parte de sus derechos a la entidad deportiva, pero un porcentaje es para su explotación individual. En España, la agencia tributaria obliga a tributar la totalidad de sus ingresos, incluyendo los obtenidos por la explotación de sus derechos de imagen, también al 47%.

Si un futbolista cobrara 108 millones de euros, de los cuales 41 fueran por derechos de imagen:

- *En territorio español, sería obligatorio tributar la totalidad de sus derechos de imagen en territorio nacional, con lo que se quedaría en 24 millones netos.*
- *En Italia, el futbolista abonaría una tasa fija de 100.000e independientemente de la cifra ingresada. Tributando los ingresos por derechos de imagen en el país de procedencia. Si este país fuera por ejemplo Andorra, donde el impuesto de IRPF es del 10%, la cifra ingresada sería de 36,9 millones.*
- *En Inglaterra, se daría el mismo caso que en Italia, pero sin abonar la tasa fija de 100.000 euros.*

Ilustración 24: Comparación tributación

	Tributación salario	Tributación imagen	Totales	Diferencias respecto a España
España	106,3€	108,8€	215,1€	0,00€
Italia	107,7€	22,7€	130,4€	-84,70€
UK	98,7€	22,0€	120,7€	-94,40€



Derechos de imagen. Neto percibido en millones de euros



(EL CONFIDENCIAL, 2023)

2.5.1 CORRELACIÓN ENTRE FICHAJES Y FISCALIDAD

Ilustración 25: gastos fichajes/ingresos tv Liga inglesa

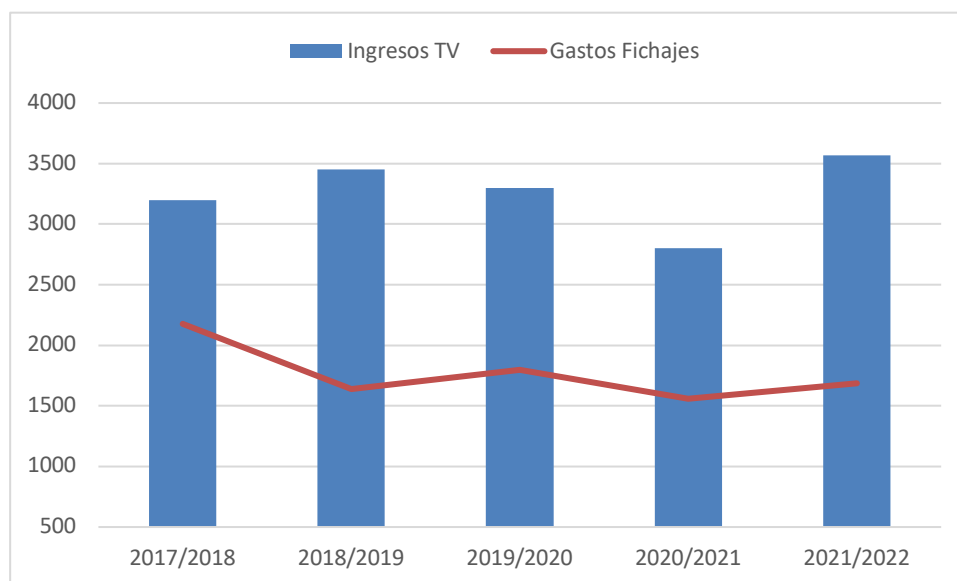


Ilustración 26: gastos fichajes/ingresos tv liga italiana

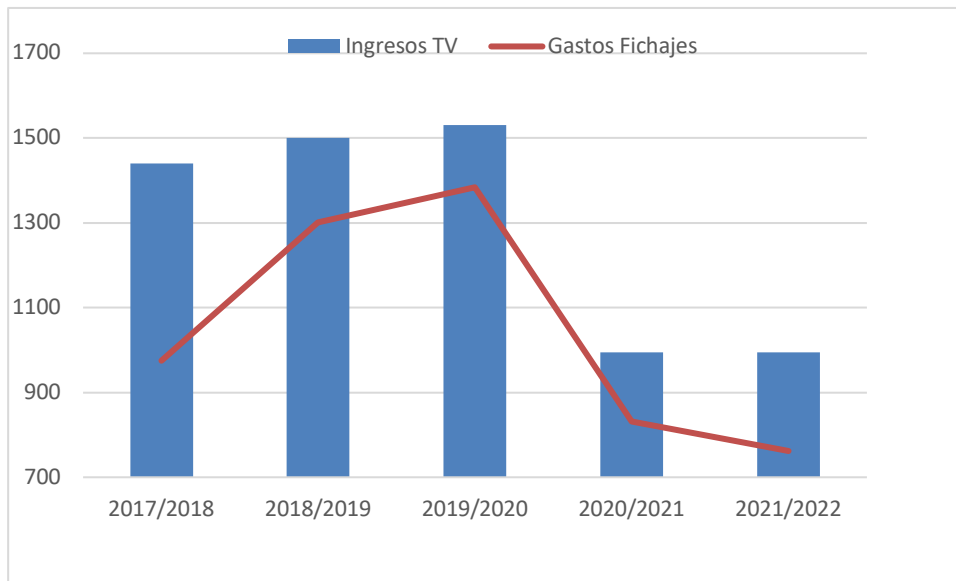


Ilustración 26: Correlación gastos fichajes/ ingresos tv liga española

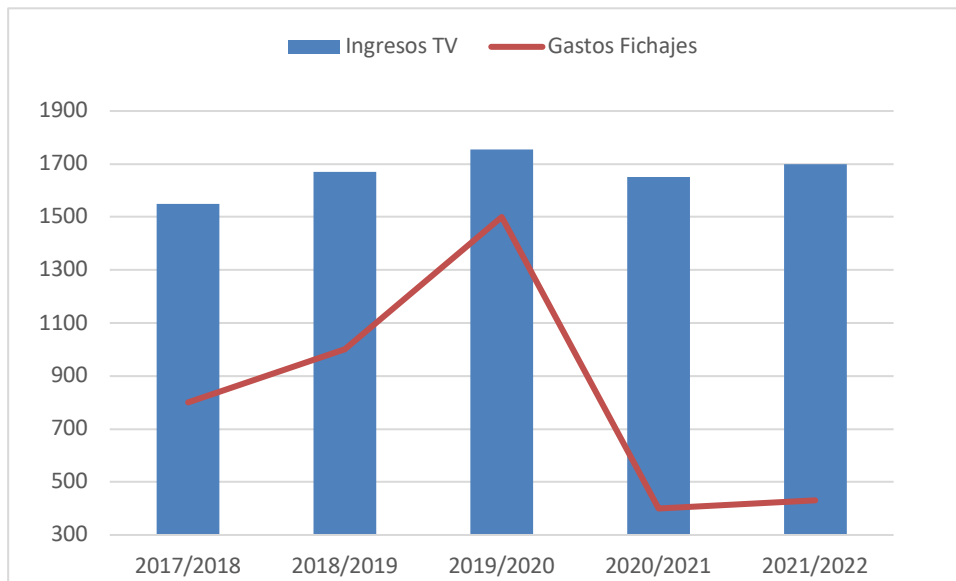
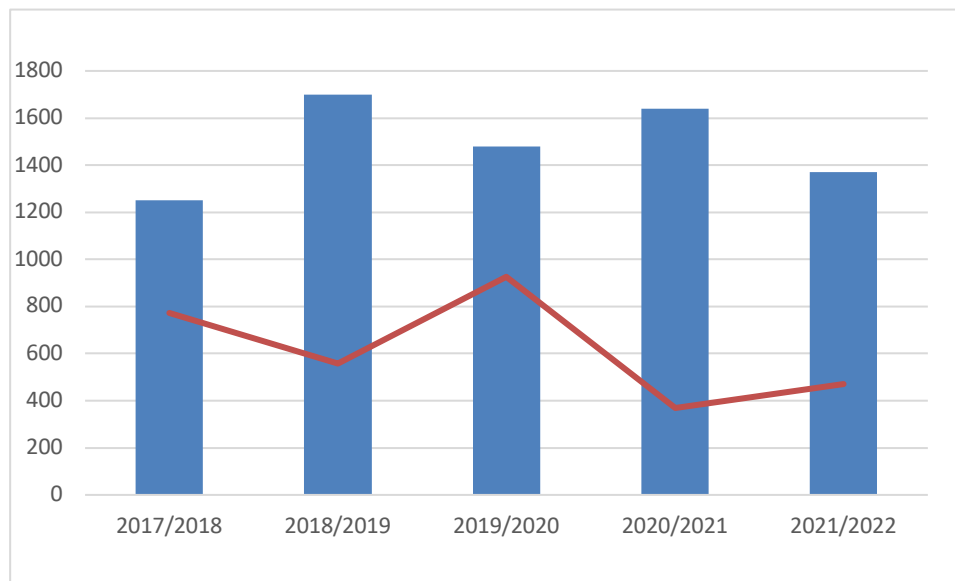


Ilustración 27: Correlación gastos fichajes / ingresos tv liga alemana



Tras analizar la correlación entre gastos en fichajes e ingresos por la venta de derechos televisivos, se puede observar la supremacía de la liga inglesa, ya que prácticamente, no se ha realizado ningún cambio en su tendencia de fichajes. Una de sus principales causas es su alto índice de ventas de derechos televisivos en el extranjero, superando los 2500 millones de euros en las últimas 5 temporadas.

Por otro lado, apreciamos como en la liga italiana el índice de gastos en fichajes ha seguido la tendencia de los ingresos por la venta de derechos televisivos, que desde la pandemia COVID-19, perdieron mucho valor en sus subastas. Haciendo entrar a esta competición, en un círculo vicioso en el que los ingresos televisivos son muy importantes a la hora de tener un buen equilibrio económico para la inversión en fichajes, y, por lo tanto, sin talento, la liga perderá competitividad y visualización.

En el caso alemán, la liga se caracteriza por ser una competición muy conservadora, en la que sus políticas siempre buscan el equilibrio económico, no realizando gastos en fichajes muy elevados. Por lo que se podría considerar que los fichajes y sus ingresos por ventas de derechos televisivos, contienen una tendencia aproximadamente unísona.

La liga española, aunque no haya sufrido grandes cambios en sus ingresos televisivos, sí que ha tenido un gran descenso en su gasto en fichajes, sobre todo en los dos últimos años. Esto se debe a las políticas económicas establecidas por la competición

y los clubes tras la pandemia del COVID-19. Y, además, por la situación fiscal del país como hemos comentado anteriormente.

Aunque los ingresos por televisión no sea la totalidad del poder adquisitivo de los clubes a la hora de reforzar sus banquillos cada año, podríamos tener la conclusión de que es una parte esencial a la hora de poder contratar nuevos jugadores y talentos sin poner en riesgo la economía de la competición. ya que como en el caso de la Premier League, esta diferencia de ingresos televisivos en comparación con las otras ligas ha podido ser participe de la desigualdad que actualmente existe en el futbol europeo.

3. ANÁLISIS DE DATOS

3.1 ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO REAL MADRID VS MANCHESTER

CITY

El análisis comparativo de los modelos de ingresos del Manchester City y el Real Madrid en el mundo del fútbol nos ofrece una fascinante visión de dos enfoques contrastantes en la generación de recursos financieros para dos de los clubes más prominentes y exitosos en Europa. Tanto el Manchester City como el Real Madrid han experimentado un ascenso impresionante en términos de ingresos en las últimas décadas, pero sus estrategias y fuentes de ingresos difieren considerablemente.

El Manchester City, bajo la propiedad del Grupo *City Football* desde 2008, ha experimentado una transformación notable tanto en el campo como en términos financieros. Su modelo de ingresos se caracteriza por una fuerte inversión en infraestructura, marketing y la adquisición de talento futbolístico de primer nivel. Este enfoque ha llevado al club a convertirse en una potencia económica, con un énfasis en la expansión global de su marca y una creciente base de seguidores en todo el mundo.

Por otro lado, el Real Madrid, uno de los clubes más emblemáticos del fútbol mundial, ha mantenido su modelo de ingresos tradicional, basado en su rica historia, éxito en competiciones y una base de seguidores leales y apasionados. Su capacidad para generar ingresos se sustenta en gran medida en contratos de patrocinio, derechos televisivos y acuerdos comerciales, aprovechando su legado y estatus en el fútbol mundial.

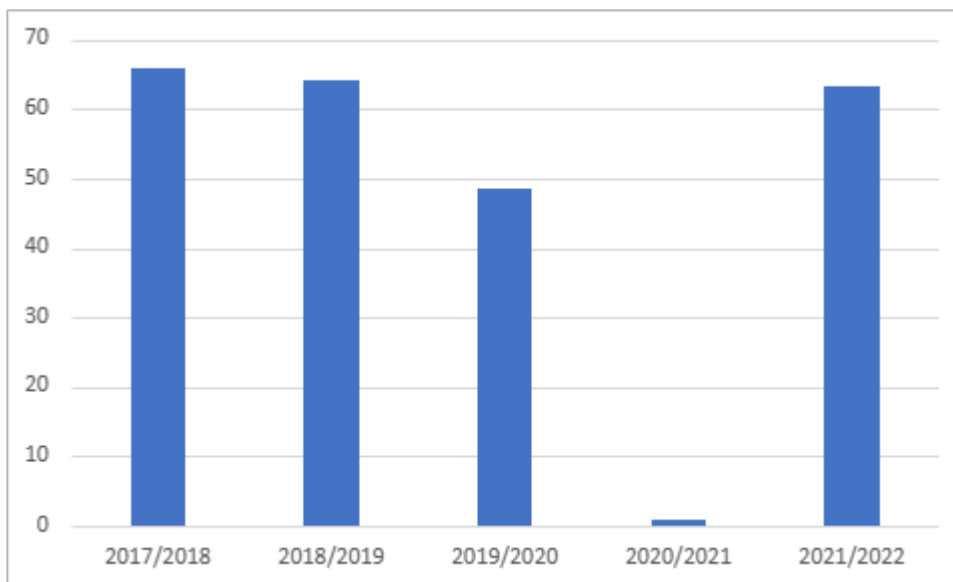
Este análisis comparativo explorará las diferencias clave en las fuentes de ingresos, estrategias comerciales y enfoques de gestión financiera de estos dos gigantes del fútbol europeo, destacando cómo cada uno ha adaptado su modelo para prosperar en un entorno deportivo y económico en constante cambio. Además, examinaremos cómo estas estrategias han influido en su capacidad para competir en la élite del fútbol y mantenerse a la vanguardia de la industria, convirtiéndolos en ejemplos destacados de la diversidad de enfoques en la gestión financiera de los clubes de fútbol de élite.

3.1.1 INGRESOS POR TAQUILLA

Los ingresos por taquilla representan el dinero que los aficionados han pagado por ver los partidos en el estadio. Estos, son una fuente de ingresos muy importante para los

clubes, sobre todo, para aquellos donde existe una afición fuerte y consolidada. En este caso el Real Madrid y el Manchester City.

Ilustración 27: Ingresos por taquilla Manchester City (MILLONES)

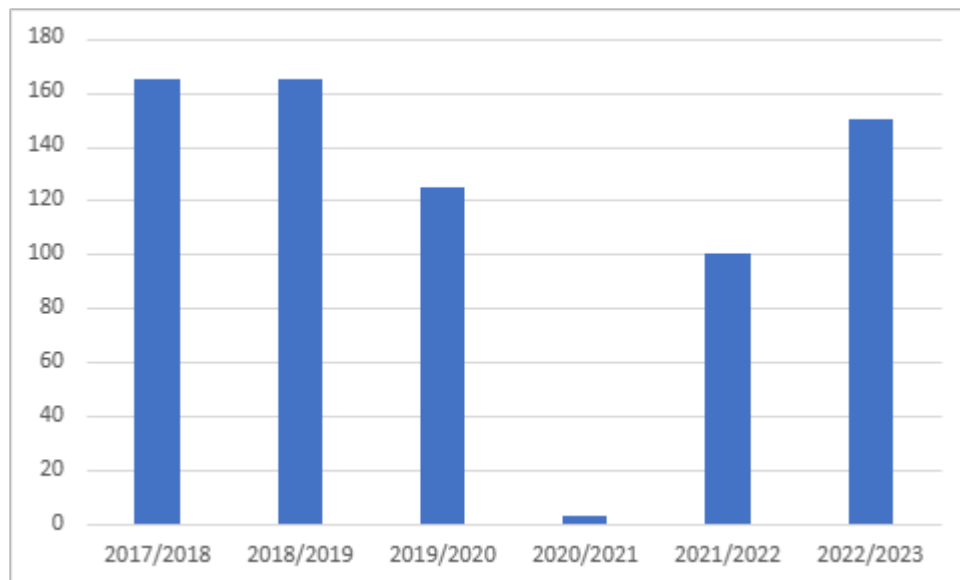


Como podemos observar, el club inglés a mantenido unos buenos niveles de ingreso a lo largo de las últimas cinco temporadas. En la temporada 2017/2018, los aficionados *cityzens* rompieron su récord histórico de asistencia al estadio, con una ocupación media de 50.000 espectadores. Cumpliendo el 99% del aforo jornada a jornada. Tras el paso de las temporadas, el club ha incluido o reforzado diferentes aspectos que han hecho que los ingresos por taquilla siguieran siendo rentables. Por un lado, el club ha mantenido unas políticas de desarrollo de marketing muy beneficiosas, han sabido como crear una gran comunidad de seguidores y fanáticos, teniendo en cuenta la comodidad del espectador y la inmersión de su afición los días de partido, realizando diferentes actividades en las horas previas a la disputa de un encuentro. También, el desarrollo de las plataformas digitales ha sido una de las piezas clave de este impulso en los ingresos por taquilla, ya que, a través del apoyo de internet, han sabido conectar con el aficionado, día a día, haciéndole sentir uno más del club.

Por otro lado, hay que añadir que tras los evidentes gastos en fichajes y la asombrosa gestión del club desde su compra por *City Football Group* en 2018, hizo que el equipo inglés empezara a tener un equipo más competitivo y atractivo. Datos que se transmitieron en la venta de entradas.

Por el contrario, se puede observar un receso entre las temporadas 2019/2020 y 2020/2021, debido a la pandemia Covid-19. Este virus mundial afecto al futbol debido a que se restringió la venta de entradas y los partidos se disputaron a puerta cerrada.

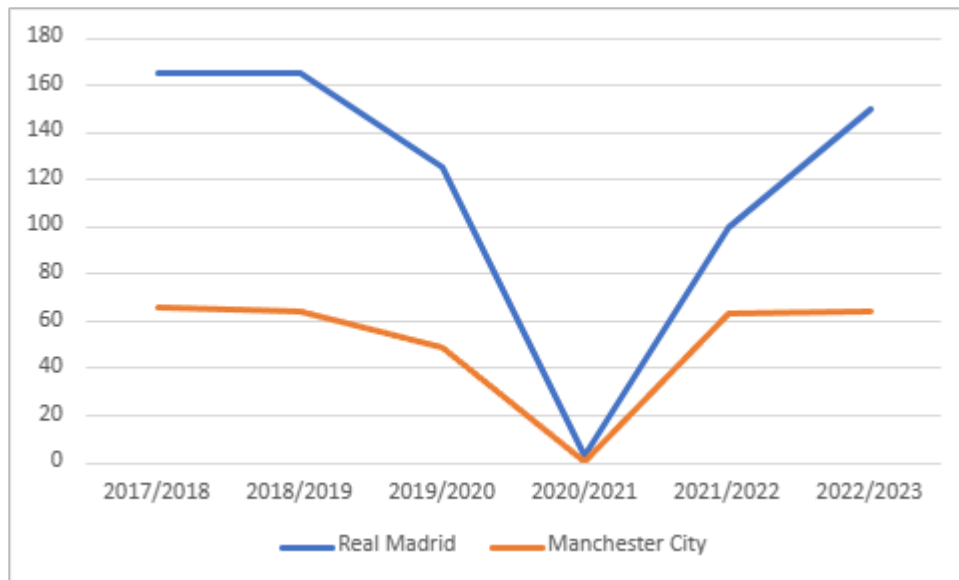
Ilustración 28: Ingresos por taquilla Real Madrid (Millones)



Al igual que el club inglés, el Real Madrid ingresa importantes beneficios por venta de entradas año tras año. Los resultados de taquilla del Real Madrid a lo largo de la historia han sido testimonio del constante crecimiento y cambio del club. En los primeros años, los ingresos de taquilla constituían una parte importante de los ingresos, ya que el fútbol era principalmente un deporte local y los ingresos de taquilla eran una fuente importante de financiación. Sin embargo, con la globalización del fútbol y la introducción de los medios de *streaming*, la dependencia de los ingresos de taquilla disminuyó gradualmente. El estadio Santiago Bernabéu fue ampliado y modernizado varias veces para aumentar la capacidad de los espectadores y el confort, lo que permitió aumentar los precios de las entradas y aumentar los ingresos de taquilla. Además, el Real Madrid ha invertido en estrategias comerciales y de marketing para atraer aficionados de todo el mundo, lo que ha dado lugar a giras internacionales y partidos amistosos lucrativos. La incorporación de estrellas internacionales y el éxito continuo del equipo en competiciones nacionales e internacionales también contribuyeron a la demanda de entradas. En general, los resultados de taquilla del Real Madrid reflejan la adaptación del club a un entorno deportivo

y económico en constante cambio, diversificando sus fuentes de ingresos y manteniendo su atractivo global.

Ilustración 29: Ingresos taquilla Real Madrid/Manchester City



Como se puede observar, aunque el Manchester City tenga una tendencia “similar” a la evolución de los ingresos en la taquilla, los ingresos del club español a lo largo de las temporadas son altamente superior. Las razones principales son:

- Capacidad del estadio: el estadio Santiago Bernabéu, perteneciente al Real Madrid C.F puede albergar actualmente a 80.000 espectadores. Por el contrario, el *Etihad Stadium*, posee una capacidad de 53.000. La mayor capacidad del Bernabéu hace que pueda vender mayor número de entradas cada jornada, lo que lógicamente se traduzcan en ingresos mayores.
- Historia: El Real Madrid es un equipo histórico, para algunos el mejor equipo del mundo. Este “título” y sus éxitos a lo largo de su historia hace que albergue aficionados de todo el mundo, lo cual se traduce en mayor número de venta de entradas.
- Precio de entrada: La política de precios de las entradas del Real Madrid, es mucho alta que los precios impuestos en Manchester. La alta demanda y el fanatismo global, hace posible este hecho. Además de que, para muchos

seguidores, ver un partido del Real Madrid, podría considerarse como un lujo, situación de la que el club español se beneficia.

3.1.2 SPONSORS MANCHESTER CITY

Tras la temporada 2022/2023, el Manchester City recibió 372 Millones de euros en ingresos comerciales, Un 51% de estos ingresos son producidos por sus patrocinios, incluyendo a 52 empresas de todo el mundo. Tras estos últimos datos recogidos por DELOITTE, estos ingresos han sufrido un incremento del 563% desde que el club fue adquirido por parte de los Emiratos Árabes.

Los ingresos comerciales del Manchester City le colocan como el tercer club con más ingresos en este ámbito, solo por detrás del Paris Saint Germain (583 millones) y el Bayern de Múnich (378 millones)

Para poder analizar el gran crecimiento del equipo inglés, tenemos que remontarnos hasta la temporada 2008/2009, que, tras la llegada del fondo de inversión de los Emiratos árabes, el City tuvo unos ingresos de 21 millones de euros, alcanzando en esta temporada un aumento del 563% en dichos ingresos.

En ese mismo año, el Real Madrid, antes de la segunda etapa de Florentino Pérez como presidente del club, reportó ganancias comerciales por un total de 139 millones de euros. Sin embargo, las cifras de crecimiento de este equipo, que ha ganado cinco Champions desde entonces, no se comparan en absoluto con las del Manchester City, que experimentó un asombroso respaldo financiero por parte de empresas como *Etihad Airways*, que es propiedad de los Emiratos Árabes Unidos. Esta aerolínea comenzó su patrocinio con el City en mayo de 2009 y, además de patrocinar la camiseta, también le dio nombre al estadio, el *Etihad Stadium*. (EL PAIS, 2023)

De acuerdo con Deloitte, en ese primer acuerdo, que se extendió durante tres años, *Etihad* aportó aproximadamente 30 millones de euros. El nuevo estatus del equipo, que se esperaba que pasara de estar en la mitad de la tabla a competir por la Champions, también permitió que Umbro reemplazara a *Le Coq Sportif* como proveedor de las camisetas, con una inversión de 60 millones de euros a lo largo de tres años.

Tres años más tarde, *Etihad* renovó su compromiso, triplicando su inversión con un contrato de patrocinio de 10 años. En ese momento, las cifras se dispararon aún más. El City logró ingresos comerciales de 138 millones de euros en la temporada 2011/2012, su

primera participación en la Champions y el año en que se proclamaron campeones de la Premier League por primera vez en cuarenta años.

Desde entonces, sus ingresos no han dejado de crecer, a excepción de la temporada 2016/2017, en la que experimentaron una disminución de apenas 8 millones de euros, y la temporada 2018/2019, en la que se ralentizó el crecimiento con una disminución de 4 millones de euros. Incluso la temporada 2020/2021, afectada gravemente por la pandemia de COVID-19 para la mayoría de los equipos, no tuvo un impacto significativo en el City, ya que sus patrocinios aumentaron en más de 20 millones durante esa campaña.

En la actualidad, el Manchester City tiene acuerdos comerciales con 52 empresas a nivel mundial, regional y local, y ocho de estas empresas tienen estrechas relaciones con el Gobierno de los Emiratos Árabes Unidos. Estas compañías incluyen a *Etihad* (aerolínea), *Experience Abu Dabi* (Turismo), E& (telecomunicaciones), *Emiratos Palace* (hoteles), Aldar (inversiones en bienes raíces), *Masdar* (energías renovables), *First Abu Dabi Bank* (banca) y *Healthpoint* (hospitales).

En otras palabras, una parte significativa de los ingresos por patrocinio del Manchester City proviene de empresas que son propiedad de los mismos dueños que el club. Esta práctica se intentó limitar el año pasado con la compra del Newcastle por parte de un fondo de inversión de Arabia Saudí, pero finalmente se revirtió después de algunas semanas y volvió a la normalidad. La Premier League sigue en cierto modo la línea de la UEFA, que acusó al Manchester City en 2020 de inflar sus cuentas a través de los patrocinios, lo que resultó en una sanción de dos años sin competiciones europeas, aunque finalmente el Tribunal de Arbitraje Deportivo redujo la sanción a una multa de 10 millones de euros. (DELOITTE, 2023)

3.1.3 SPONSORS REAL MADRID

Hoy en día, el Real Madrid se ha consolidado como uno de los clubes de fútbol más exitosos y reconocidos a nivel mundial, tanto en términos de logros deportivos como de ingresos comerciales. La mayoría de las fuentes de ingresos provienen de acuerdos de patrocinio con diversas marcas y empresas. En este informe, analizamos de cerca los patrocinadores del Real Madrid y sus términos contractuales, destacando la importancia de estos contratos en la estrategia financiera del club.

El contrato con Adidas siempre ha sido un pilar de la estructura de patrocinio del Real Madrid. La marca alemana es desde hace tiempo el proveedor deportivo oficial del

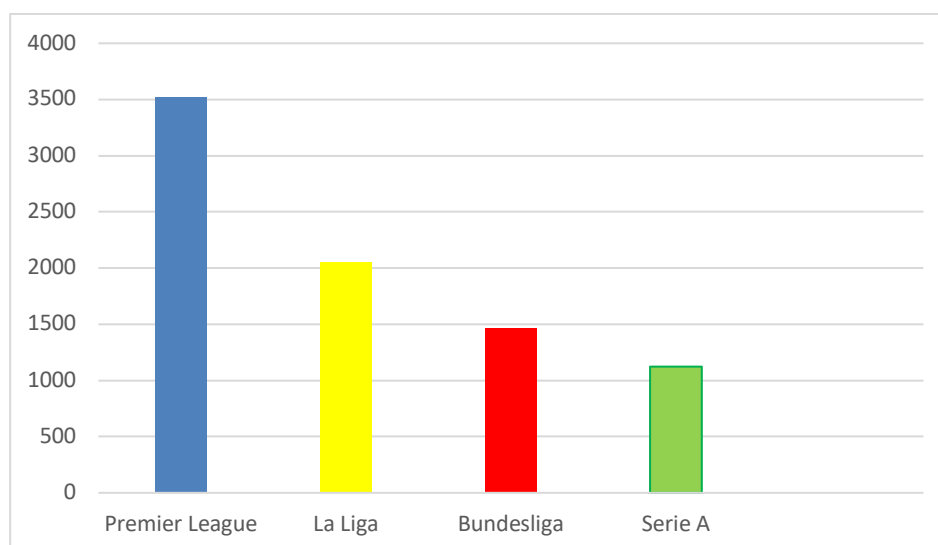
club. Un importante anuncio en 2019 confirmó la extensión de este acuerdo hasta 2031, lo que demuestra la relación sólida y duradera entre el club y Adidas. Además de la calidad de los uniformes suministrados, Adidas también contribuyó significativamente a los ingresos comerciales del Real Madrid a través de esta colaboración. Se estima que el valor de su contrato ronde los 120 millones de euros anuales.

Fly Emirates, la aerolínea de los Emiratos Árabes Unidos es desde hace muchos años uno de los principales patrocinadores del Real Madrid. Este acuerdo incluye la inclusión del logo de *Fly Emirates* en la camiseta del equipo y una presencia destacada en el Estadio Santiago Bernabéu. La relación contractual fue mutuamente beneficiosa ya que permitió al club expandirse globalmente y aumentó considerablemente su visibilidad tanto a nivel nacional como internacional. Este contrato se considera uno de los más lucrativos en el fútbol con unos beneficios de unos 70 millones de euros anuales.

Por otra parte, El Real Madrid ha firmado una alianza estratégica con Microsoft como socio tecnológico oficial. Este acuerdo va más allá de la mera presentación de la marca, ya que incluye la implementación de tecnología de punta en las operaciones del club y la mejora de la experiencia de los aficionados tanto en el estadio como en las plataformas online. En el entorno deportivo moderno, este enfoque en la innovación tecnológica se ha convertido en una parte integral del éxito y el rendimiento.

3.1.4 INGRESOS POR VENTA DE DERECHOS TELEVISIVOS

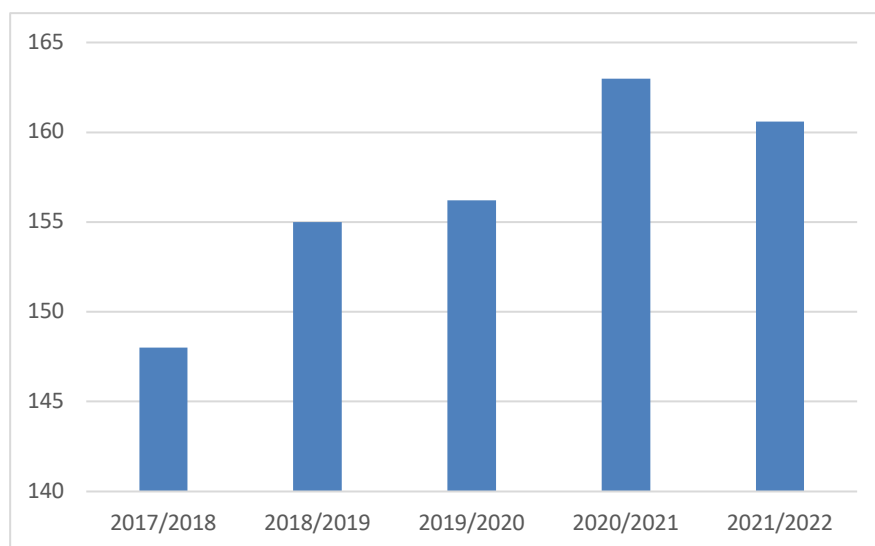
Ilustración 30: Ingresos derechos TV 2022/2023



(STATISTA, 2023)

La disparidad en los ingresos televisivos entre las distintas ligas de fútbol europeas ha sido un tema destacado en el mundo del deporte durante años, ninguna liga ha resaltado más esta disparidad que la Premier League inglesa. El dominio de la liga inglesa en términos de ingresos televisivos fue indiscutible y atrajo la atención mundial elevando a la Premier League a una posición de liderazgo en el mundo del fútbol internacional. Este fenómeno no sólo ha cambiado la forma en que se comercializa el fútbol, sino también la dinámica de poder del deporte, que ha tenido un impacto significativo en los clubes, jugadores y audiencias de todo el mundo.

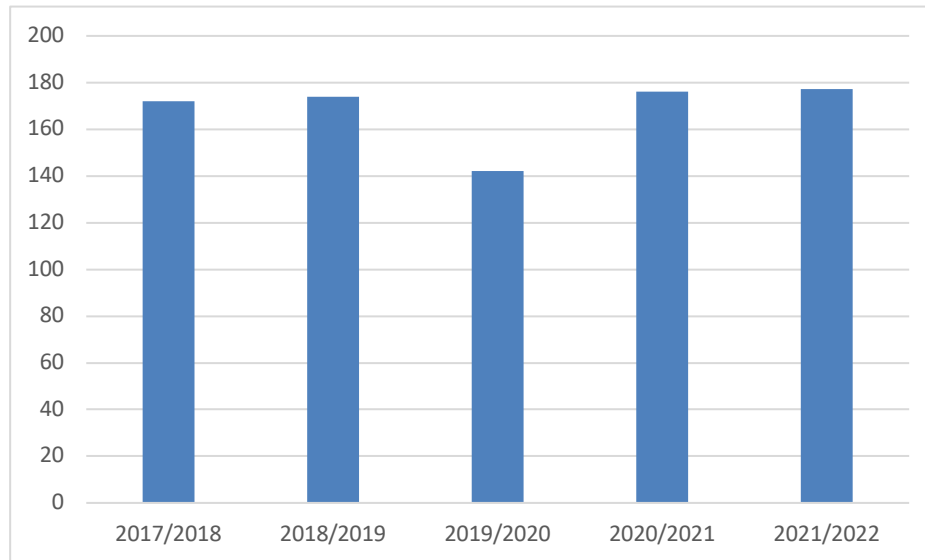
Ilustración 31: Evolución ingresos venta derechos tv Real Madrid 2017/2022



(Elaboración propia a través de Marca.com)

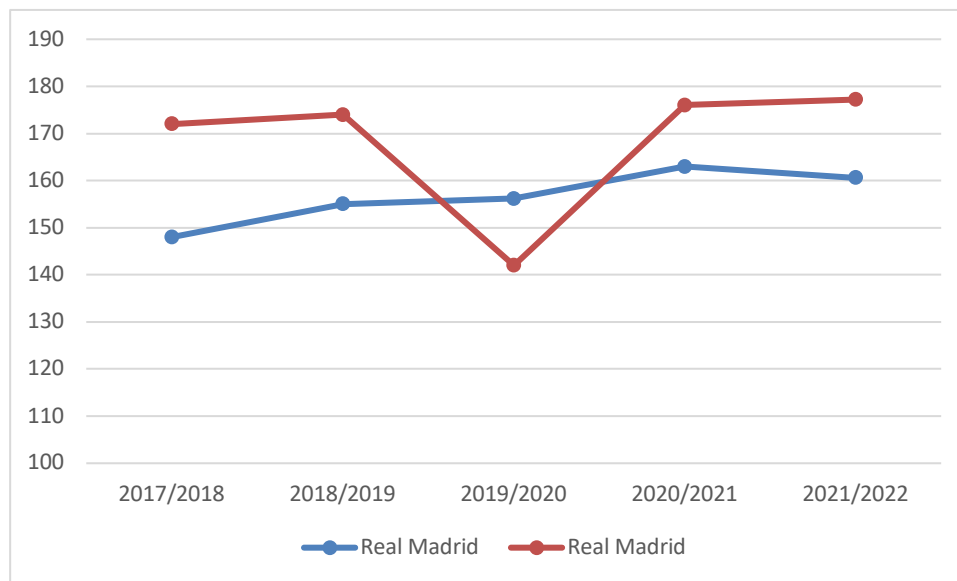
Analizando este gráfico, se puede observar de los ingresos generados a través de los derechos televisivos del Real Madrid. Estos valores se podrían considerar como un ingreso bastante alto relacionado con las ganancias de los demás clubes militantes de la liga española. Esto es consecuencia del alto rendimiento del equipo en las últimas temporadas, además del componente histórico. El real Madrid es uno de los clubes mas exitosos del mundo, su palmarés en la liga como en competiciones internacionales ha contribuido a generar una gran red de aficionados en todo el mundo, esto se traduce en una mayor audiencia global por lo que sus derechos televisivos con llevan un mayor valor que en el resto de los clubes.

Ilustración 32: Ingresos venta derechos televisivos Manchester City 2017/2022



(Elaboración propia a través de Marca.com)

Ilustración 33: ingresos venta derechos tv Real Madrid/Manchester City 2017/2022



(Elaboración propia a través de Marca.com)

Aunque el Real Madrid sea un equipo seguido en todo el mundo, sus ingresos por derechos televisivos son superados por los del club inglés. La razón con más peso se podría adjudicar al volumen de negocio que existe en la retransmisión de la Premier League, cuando más grande es el mercado audiovisual del país, más potencial de negocio tiene tu competición.

La liga inglesa fue pionera en el enfoque centralizado de la gestión de reparto de los ingresos televisivos de la competición, este hecho hace que todos sus integrantes reciban una cantidad equitativa como base de ingresos por derechos de retransmisión. Que añadido a su gran volumen de negocio, les permite obtener grandes ganancias a todos sus clubes. Por lo cual, la premier genera un gran nivel de competitividad y atractivo que hace que el valor de su retransmisión aumente día tras día y como consecuencia el poder económico de sus equipos.

3.1.5 CORRELACIÓN RESULTADOS DEPORTIVOS/ GASTO EN FICHAJES

Ilustración 34: Correlación resultados deportivos/gasto en fichajes Real Madrid/Manchester City 2017/2023

REAL MADRID CF		
temporada	Gasto en fichajes	títulos
2017/2018	40,5.M	Super copa España
		Super copa Europa
		Champions League
		Mundial de clubes
2018/2019	164.M	Mundial de clubes
2019/2020	355,5.M	Liga española
		Super copa España
2020/2021	0M	0
2021/2022	31.M	Super copa España
		Liga española
		Champions League
2022/2023	80.M	Mundial de clubes
		Super copa Europa

		Copa del rey
TOTAL	671.M	13 TITULOS GANADOS
MANCHESTER CITY FC		
temporada	Gasto en fichajes	títulos
2017/2018	317.M	Copa Inglaterra
		Premier League
2018/2019	78,56.M	Premier League
		Copa Inglaterra
		FA cup
		Super copa de Inglaterra
2019/2020	159,52.M	Copa Inglaterra
		Premier League
2020/2021	173,4.M	Copa Inglaterra
		Copa Inglaterra
		Premier League
2021/2022	138,9.M	Premier League
2022/2023	150,5.M	Champions League
		FA cup
		Premier League
TOTAL	1017,88.M	15 TITULOS GANADOS

(Elaboración propia a través de Transfermarkt)

4. CONCLUSIONES

En la búsqueda constante del éxito deportivo, la inversión de los clubes y el gasto en fichajes se ha convertido en una característica esencial. Los equipos destinan cantidades enormes de dinero para adquirir talento joven y fortalecer sus plantillas. Pero, por otra parte, este desembolso no garantiza el triunfo. Detrás de estos fichajes existe una gran gestión deportiva que puede determinar si un club prosperará o fracasará.

Uno de los factores más importantes a la hora de conseguir resultados deportivos, además de la inversión en fichajes, es una buena gestión económica por parte del club, como de la liga en la que se compete. La liga inglesa en particular es un gran ejemplo de cómo una competición deportiva puede prosperar. No solo con una gran inversión monetaria, si no con una gestión eficiente de sus recursos y políticas. Los clubes de la Premier League han atraído grandes inversiones, que han sabido gestionar sensatamente, permitiendo que la liga crezca sosteniblemente.

Está claro que una gran inversión en fichajes es esencial para sumar éxitos deportivos año tras año, pero podría decirse que no es un factor único, ya que estas grandes inversiones se gestionan en los factores económicos anteriores y que, como hemos visto, no todos saben aprovechar.

Los ingresos por derechos televisivos internacionales se han convertido en uno de los ejes fundamentales de la economía futbolística desempeñando un papel muy importante en la prosperidad de los clubes deportivos.

Nosotros, los aficionados, desempeñamos un papel crucial en la economía de este deporte. Cada vez que encendemos la televisión para ver un partido, contribuimos directamente a la generación de ingresos por derechos de televisión. Nuestra lealtad y pasión es un gran activo económico, ya que los altos índices de audiencia son el principal atractivo para las cadenas televisivas y sus patrocinadores. La liga inglesa ha sabido gestionar este factor, por eso es tan potente económicamente.

El reparto equitativo de los grandes beneficios por venta de derechos televisivos fuera del país hace de esta competición la más fuerte en términos económicos. Con este hecho, los clubes más pequeños pueden ingresar altas cantidades de dinero, pudiendo soportar fichajes con costes más altos, añadiendo a la competición una mayor sensación de igualdad en el terreno de juego y, por ende, un mayor atractivo para los aficionados y las cadenas televisivas de todo el mundo, lo que proporciona unos grandes beneficios. Una de las características que diferencian la liga inglesa de la española es que, su último

clasificado podría llegar a soportar mayores ingresos televisivos que el tercer clasificado de la liga española. Esto hace de la Premier League, un gran atractivo tanto para sus aficionados como para futuros deportistas, que ven con buenos ojos los proyectos a futuro de los clubes ingleses.

Otro de las políticas que diferencian a la liga inglesa, es el tratamiento específico a las rentas de los deportistas. En España, cuando un jugador es fichado por un club, el país obliga a tributar la totalidad de sus ingresos en el territorio nacional, traducándose en un 47% de sus ganancias. Por el contrario, en las políticas inglesas, los futbolistas pueden adjudicar sus ingresos por derechos de imagen a empresas o sociedades, pudiendo así, deducir dichos gastos, beneficiándose de impuestos mucho más bajos o diferidos. Esto se traduce en que, nuevamente, la liga inglesa aporta un mayor atractivo para los jugadores y sus rentas.

Las fuertes políticas que rigen la inversión en la liga española, también han sido un peso a la hora de equilibrar su competición respecto a la Premier League. Por un lado, La Liga mantiene un límite salarial y un *fair play* financiero muy estricto, el cual no permite un gasto exhaustivo por parte de sus clubes. Por el contrario, la liga inglesa no ha adoptado reglas tan restrictivas en este sentido, por lo que los clubes tienen una mayor flexibilidad a la hora de gastar en fichajes y salarios, además de ser un gran atractivo para inversores extranjeros.

Finalmente, un gran gasto por parte de los clubes deportivos no es sinónimo de éxito. Lo que sí marca la diferencia es una buena gestión de las políticas económicas de la competición, basándose en la combinación de una inversión significativa, reparto justo de ingresos y una mayor apertura a la inversión extranjera. Estos factores, han garantizado que la Premier League esté en una posición sólida para mantener su estatus como una de las ligas de fútbol más fuertes de este deporte.

5. BIBLIOGRAFÍA

APOLOGY

BARAJAS, A. (2004). *Valuation model for football clubs based*.

Benavides, Á. D. (2022). *RODRIGUEZBARBERO.ES*.

Benitez, R. (23 de Agosto de 2013). La gestión de un club según Rafa Benítez.

CALCIOEFINAZA. (s.f.). Serie A ricavi diritti tv 2022 2023, gli incassi club per club.

COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA. (2023). *INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA LIGA NACIONAL DE FUTBOL*.

DELOITTE. (2023). FOOTBALL ECONOMY

EL CONFIDENCIAL. (2023). Obtenido de https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/2020-10-01/fichajes-fiscalidad-impuestos-inglaterra-italia-espana-bra_2769564/

EL PAIS. (19 de ENERO de 2023). Los petrodólares consolidan al Manchester City como líder en ingresos del fútbol europeo.

ESPN DEPORTES. (24 de 07 de 2022). El origen del fútbol en Inglaterra, la cuna del juego más popular del mundo.

estado, E. p. (2020).

FERNANDES, E. (2013). *EFDEPORTES*.

FIFA.

FOOTBALLBENCHMARK(2023).

jepsportsmanagement. (2020).

kicker.

La Liga. (2022). *Informe Economico-Financiero*.

LEAGUE, P. (2019).

Liga, E. p. (s.f.). *Informe Economico La Liga*.

MARCA.COM. (2023).

PALCO23. (8 de 12 de 2020). El fútbol alemán revisa el sistema de reparto de ingresos de la TV local por el Covid.

Premier League. (2023). *premierleague.com*.

Relevo. (s.f.). Reparto de derechos televisivos Liga española.

Simkin, J. (Septiembre de 1997). *www.espartacus-educational.com*.

STATISTA. (2023).

TRANSFERMARKT. (s.f.). *TRANSFERMARKT.COM*.

UEFA. *UEFA.COM*.

