



GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

**“Impacto de la liga de fútbol profesional en la
economía española”**

RODRIGO ARQUERO VILLALBA

FACULTAD DE COMERCIO

VALLADOLID, Julio de 2025



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2024/2025

TRABAJO FIN DE GRADO

**“Impacto de la liga de fútbol profesional en la
economía española”**

Trabajo presentado por: Rodrigo Arquero Villalba

Tutor: Juan Carlos de Margarida Sanz

FACULTAD DE COMERCIO Y RELACIONES LABORALES

Valladolid, Julio de 2025

Índice de Contenidos

1. INTRODUCCIÓN.....	5
1.1.Introducción y justificación del tema.....	5
1.2. Objetivos del estudio.	7
1.3. Metodología.	8
2. MARCO TEÓRICO.....	11
2.1 Historia de la Liga Española.....	12
2.2 Impacto económico del deporte.....	14
2.3 Modelos económicos aplicados al fútbol.	15
3. ANÁLISIS DE LA LIGA ESPAÑOLA.	15
3.1 Estructura de la liga.	15
3.2 Principales clubes y su influencia económica.	19
3.3 Comparativa con otras ligas europeas.	20
4. REPERCUSIÓN ECONÓMICA DE LA LIGA.....	21
4.1 Generación de ingresos y creación de empleo.	21
4.2 Turismo y su relación con el fútbol.....	22
4.3 Efecto en el comercio local.	22
4.4 Análisis externo. (PESTEL).....	23
4.5 Análisis interno. (DAFO)	25
5. ESTUDIO DE CAMPO.....	26
5.1 Introducción e intencionalidad del estudio.	26
5.2 Análisis de resultados.	30
5.3 Discusión de hallazgos.	43
6. CONCLUSIONES.....	48
6.1 Resumen de hallazgos.....	48
6.2 Recomendaciones para futuras líneas de investigación.	49
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	51

Índice de Tablas, figuras y gráficos.

Tabla 1. Contenido de la herramienta de recolección de datos elaborada.	27
Figura 1: Evolución de la marca.....	12
Figura 2. Historia de La Liga Temp. 1928-29.	14
Figura 3. Organigrama de La Liga.....	17
Figura 4. Organigrama societario.	18
Figura 5. Protesta grada animación Alavés.....	49
Gráfico 1. Respuestas ítem 1.....	30
Gráfico 2. Respuestas ítem 2.....	31
Gráfico 3. Respuestas ítem 3.....	31
Gráfico 4. Respuestas ítem 4.....	32
Gráfico 5. Respuestas ítem 5.....	33
Gráfico 6. Respuestas ítem 6.....	34
Gráfico 7. Respuestas ítem 7.....	34
Gráfico 8. Respuestas ítem 8.....	35
Gráfico 9. Respuestas ítem 9.....	36
Gráfico 10. Respuestas ítem 10.....	37
Gráfico 11. Respuestas ítem 11.....	38
Gráfico 12. Respuestas ítem 12.....	39
Gráfico 13. Respuestas ítem 13.....	40
Gráfico 14. Respuestas ítem: I.....	41
Gráfico 15. Facturación hostelera en jornadas con retransmisión de partidos frente a jornadas sin retransmisión	45

1. INTRODUCCIÓN.

1.1.Introducción y justificación del tema.

La Liga de Fútbol Profesional Española (La Liga) es una parte muy importante respecto a la economía de nuestro país, España. La Liga no solo es relevante en el ámbito deportivo, sino que también impulsa la economía de nuestro país generando beneficios para varios sectores. El fútbol no sólo es querido por todos en este país, también es un gran motor económico que impulsa el crecimiento del PIB, genera empleo, promueve el turismo y fortalece el sector audiovisual. En España, el fútbol tiene gran relevancia, con equipos como el Real Madrid, el FC Barcelona y el Atlético de Madrid, entre otros, que son reconocidos a nivel universal. Este fenómeno es destacado en este país por la popularidad y éxito de su competición principal, aunque no es único en el mundo.

LaLiga tiene un alto impacto económico en España, siendo una de las primordiales fuentes de ingresos para el PIB del país. El fútbol profesional en España contribuye con el 1,37% del Producto Interior Bruto, lo que recalca su relevancia económica en respecto a otras industrias. Los clubes generan una importante contribución económica no sólo a través de la venta de entradas y derechos de televisión, sino también gracias al impacto positivo que tienen en sectores como el turismo, la hostelería y el comercio. Durante los días de partido, sobre todo en las ciudades grandes, aumenta la actividad económica ayudando a bares, restaurantes, hoteles y otros negocios locales que dependen de la presencia de los aficionados (Redacción Barcelona, 2019).

Además, este deporte asimismo tiene un gran impacto en el turismo. España es un destino turístico muy popular y el fútbol también es un factor significativo que atrae a millones de visitantes del país. El número de turistas que vienen al país para asistir a un partido de LaLiga es de varios cientos de miles al año, según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Grandes clubes de fútbol con sede en ciudades como Madrid y Barcelona inducen el turismo, aumentan la ocupación hotelera y los flujos de transporte y entretenimiento.

El "turismo futbolístico" se ha convertido en una significativa fuente de ingresos, reforzando la posición de España como destino no solo cultural, sino también deportivo. Además de su influencia en los sectores del turismo y la hostelería, LaLiga es una pieza fundamental en la creación de empleo en España.

De acuerdo con datos de PwC (2018), el fútbol profesional genera más de 180.000 puestos de trabajo, tanto de manera directa como indirecta.

Los puestos de trabajo directos abarcan a futbolistas, entrenadores, árbitros y otros expertos vinculados directamente con los clubes y las competencias. No obstante, el fútbol también ejerce un efecto multiplicador que genera puestos de trabajo en sectores

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

vinculados, como la seguridad, el transporte, los medios de comunicación y los servicios de marketing. Esto representa que el efecto laboral de LaLiga no se circunscribe únicamente a los grandes clubes, sino que también beneficia a las pequeñas y medianas empresas que se apoyan en el juego del fútbol.

Otra faceta significativa del efecto económico de LaLiga es su contribución al sector de la economía digital y al sector audiovisual. La venta de derechos televisivos ha sido, en las últimas décadas, un motor importante para el crecimiento económico tanto de los clubes como del fútbol profesional en general en España. Compañías como Mediapro y Telefónica han invertido grandes cantidades para asegurar la transmisión de los partidos de LaLiga, tanto a nivel nacional como internacional. La competencia entre plataformas por los derechos de emisión ha mejorado la calidad de las retransmisiones y ha impulsado la innovación en la forma en que los aficionados consumen el fútbol, con un aumento en los servicios de streaming y contenidos personalizados. Esto ha generado un ecosistema digital centrado en el fútbol que no solo aporta directamente al PIB, sino que también ha establecido a España como pionera en la producción y difusión de contenidos audiovisuales relacionados con el deporte.

El crecimiento económico de LaLiga ha estado apoyado por su gradual presencia en los mercados globales. En años recientes, el fútbol español ha logrado convenios para la difusión de sus torneos en más de 180 naciones, consolidándose como una marca internacional con oficinas en ciudades importantes como Nueva York, Dubái y Shanghái.

Esta expansión internacional ha captado la atención de inversores foráneos que perciben en el fútbol español una oportunidad comercial ventajosa. Los ingresos generados por estos acuerdos no sólo favorecen a los clubes más reconocidos, sino que también permiten que equipos más modestos se beneficien del reparto económico, lo que fomenta la competitividad y estabilidad financiera de todo el ecosistema del fútbol en España.

A pesar de estos avances, el impacto económico del fútbol enfrenta ciertos desafíos. El modelo de negocio de LaLiga ha sido discutido en varias ocasiones, especialmente en relación con la sostenibilidad financiera de algunos clubes y su dependencia de los derechos televisivos. La crisis provocada por la pandemia de COVID-19 recalcó la fragilidad de este sistema, al reducir drásticamente los ingresos debido a la falta de espectadores en los estadios y la incertidumbre sobre los contratos de televisión. Esto ha puesto de relieve la necesidad de diversificar las fuentes de ingresos y fortalecer las estructuras económicas de los clubes para asegurar su sostenibilidad a largo plazo. (Coll,

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

Arquero Villalba, Rodrigo.

2020).

En conclusión, el efecto de LaLiga en la economía de España es extenso y relevante. Desde su aporte al Producto Interno Bruto hasta la generación de puestos de trabajo, incluyendo su impacto en el sector turístico y los medios, el fútbol profesional se destaca como uno de los principales motores económicos de la nación. Examinar este fenómeno no solo facilita entender su aspecto económico, sino también reconocer los desafíos y posibilidades a los que se enfrenta una industria en constante cambio.

Como justificación personal de mi elección del tema, quiero destacar mi interés por todo lo relacionado con el fútbol, especialmente lo relacionado con la explotación comercial del mundo del fútbol en relación con mi ámbito de formación educativa y profesional. Por lo tanto, mi interés es averiguar el verdadero impacto que tiene el fútbol profesional español en la economía del país, y estoy tratando de buscar los ámbitos donde se puede observar la mayor influencia.

1.2. Objetivos del estudio.

El propósito principal de este estudio es examinar el impacto económico de la Liga Española de fútbol en diferentes escenarios, añadiendo su contribución a la economía a distintos niveles: nacional, regional y local. También analizar su impacto en sectores como el turismo y el comercio.

Los objetivos específicos del estudio son:

- Analizar la evolución histórica de la Liga Española y su posición actual en el fútbol global.
- Evaluar los modelos financieros que implementan los clubes de fútbol en España y su rentabilidad en el largo plazo.
- Hacer una comparación de la Liga Española respecto a otras ligas europeas en términos de ingresos, gastos y su atractivo para patrocinadores y público.
- Realizar un cálculo sobre los ingresos y empleos, directos como indirectos, generados por el juego de fútbol en España.
- Evaluar el impacto del fútbol en el ámbito turístico y su contribución al desarrollo de las ciudades y áreas donde operan los clubes.
- Análisis del impacto del fútbol en el comercio local y su capacidad para impulsar la economía de las empresas de pequeña y mediana escala.
- Identificar las fortalezas y elementos a potenciar de la Liga Española desde una perspectiva financiera.

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

Arquero Villalba, Rodrigo.

- Ofrecer recomendaciones para potenciar al máximo el impacto económico del fútbol en España y asegurar su factibilidad a largo plazo.

Para finalizar, este análisis busca comprender el rol económico del fútbol español, detectar oportunidades de mejora y sugerir tácticas para optimizar su capacidad económica.

1.3. Metodología.

Para enriquecer la investigación y determinar la situación actual del asunto, se sugiere llevar a cabo un análisis detallado sobre el efecto económico que produce el Campeonato Nacional de Liga de Primera División (hoy en día Liga EA Sports) en España. Para ello, se ha trazado una estrategia que permitirá analizar los diferentes factores que inciden en las ganancias procedentes de este destacado evento, que abarca múltiples competiciones coordinadas a lo largo del país. Se ha considerado oportuno tomar La Liga como un caso de estudio para evaluar su impacto y rentabilidad, utilizando herramientas analíticas como el análisis PESTEL y DAFO, lo que contribuye a la viabilidad y relevancia de este trabajo.

El estudio utilizará diversas metodologías de análisis. El análisis PESTEL permitirá examinar el entorno (económico y político, entre otros) en el que se desarrolla el evento, mientras que el análisis DAFO identificará sus fortalezas y debilidades, entre otras. Asimismo, se llevará a cabo una encuesta para obtener datos de la mayor cantidad posible de personas y evaluar el seguimiento que tiene este evento en la población actual.

La encuesta tiene como objetivo investigar y comprender el efecto económico de La Liga en España desde diversas perspectivas, poniendo especial atención en cómo este deporte afecta los patrones de consumo y en áreas fundamentales de la economía.

El objetivo principal es recopilar datos que permitan validar la hipótesis de que, en cualquier muestra aleatoria de población, un alto porcentaje de personas sigue el fútbol, y dentro de ese grupo, una parte significativa realiza algún tipo de gasto relacionado con su afición, ya sea pequeño o considerable.

Esta conjetura se basa en la idea de que el interés por el fútbol moviliza grandes cantidades de recursos, lo que no solo se refleja en la información del mercado deportivo, sino también en sectores como el turismo, la restauración y el transporte. El objetivo de la encuesta es entender cómo distintos grupos demográficos, categorizados por edad y género, perciben el efecto de La Liga y su relación económica. Las primeras preguntas dividirán las respuestas, proporcionando una perspectiva exhaustiva de cómo diferentes generaciones y géneros se asocian con el fútbol y hasta qué punto su

entusiasmo se convierte en conductas de consumo que favorecen a la economía.

La principal cuestión sobre si los participantes en la encuesta consideran que La Liga tiene un impacto significativo en la economía de España tiene como objetivo evaluar el nivel de comprensión que la población tiene sobre el rol del fútbol en la economía del país. El objetivo es establecer si la población admite que La Liga, más allá de ser un evento deportivo, es un potente impulsor económico que impacta a diversos sectores. Adicionalmente, se explorará en profundidad qué sectores se ven como los más favorecidos por el efecto económico del fútbol. La Liga produce importantes flujos financieros que afectan áreas como el turismo, la restauración, el transporte, los medios de comunicación, la publicidad y el marketing, además de la industria textil y de merchandising.

La visión de los participantes en la encuesta acerca de qué sector se beneficia más puede contribuir a comprender cómo se reparte este impacto económico. Otro factor clave de este análisis es el turismo, en el que se cuestionará si los participantes en la encuesta consideran que La Liga tiene un papel importante en la atracción de turismo internacional a España.

El fútbol español, considerado uno de los más prestigiosos a nivel mundial, atrae a miles de espectadores anualmente, lo que repercute directamente en la economía, particularmente en ciudades con equipos de gran importancia, como Madrid, Barcelona o Sevilla. También se investigará la creación de empleo, tanto directo como indirecto, para entender cómo el fútbol contribuye a la generación de puestos de trabajo en sectores relacionados con su actividad.

La hipótesis acerca del consumo de fútbol y el desembolso relacionado se examina mediante cuestionamientos que estudian el comportamiento financiero de los seguidores. El sondeo evalúa el número de participantes que invierten en bienes o servicios relacionados con La Liga, como boletos para partidos, suscripciones a plataformas de transmisión en línea, ropa de los equipos, apuestas deportivas y el consumo en bares y restaurantes durante las acciones.

La meta es verificar que el consumo vinculado a La Liga es amplio y que la pasión por el fútbol promueve un desembolso considerable. El cálculo del desembolso mensual de los seguidores ofrecerá una perspectiva precisa acerca de la envergadura del efecto económico del fútbol en la vida diaria.

Se evaluará también el efecto del turismo deportivo, preguntando si los participantes han viajado a otras ciudades para ver partidos de La Liga y cuánto han invertido en estos traslados. Esto posibilitará evaluar cómo La Liga no solo potencia las economías locales, sino también el turismo nacional y la movilidad interna. La encuesta también tratará el rol de los medios de comunicación, particularmente con relación a la relevancia de los derechos de televisión, que constituyen una fuente clave de ingresos para los clubes e influyen directamente en la economía del fútbol.

Un asunto clave será la función del gobierno en el respaldo al fútbol profesional. Se preguntará a los participantes en la encuesta si piensan que el gobierno debería destinar más recursos al fútbol para potenciar su repercusión económica. Este asunto está vinculado con la idea de que el fútbol, más allá de ser un deporte, es un fenómeno cultural y económico con la capacidad de aportar de manera significativa al progreso nacional. Finalmente, se ofrecerá a los participantes en la encuesta la posibilidad de sugerir ideas acerca de cómo La Liga podría incrementar su aporte a la economía de España.

Esto facilitará la recolección de propuestas acerca de posibles mejoras o innovaciones para potenciar el efecto económico del fútbol en el futuro, generando el debate acerca de cómo este deporte puede continuar progresando como un impulsor económico. En conclusión, la meta es entender cómo el fútbol afecta diferentes áreas de la economía y cómo podría seguir aportando al desarrollo económico en los años venideros.

2. MARCO TEÓRICO.

Liga Nacional de Fútbol Profesional (LNFP), también conocida como LALIGA y anteriormente, hasta la 2015-16, conocida como Liga de Fútbol Profesional (LFP), es una asociación deportiva formada por clubes y asociaciones deportivas que participan en la categoría profesional en España. 1era división (20 equipos) y 2da división (22 equipos). Por motivos de patrocinio, a partir de 2023-2024 se han empezado a denominar como LALIGA EA SPORTS y LALIGA HYPERMOTION respectivamente. La Liga Nacional de Fútbol Profesional fue creada en 1984 y está afiliada a la Real Federación Española de Fútbol (RFEF). Tiene personalidad jurídica independiente y autonomía operativa. Su presidente es el abogado hispano-costarricense Javier Tebas.

Su función principal no es sólo proteger los intereses de los socios, sino también organizar campeonatos de liga nacional en categorías profesionales (Primera y segunda división) en colaboración con la Federación Española de Fútbol. La Liga Nacional sólo ha sido suspendida dos veces, una durante la Guerra Civil Española (1936-1939) y otra en 2020, cuando la competición estuvo suspendida desde el 9 de marzo de 2020 debido a la pandemia del coronavirus (COVID-19) hasta que se reanuda tras el cierre.

En Madrid reside su sede central. Aunque, también está presente en 55 países en los que cuenta con unos 46 delegados además de 11 oficinas. La mayor parte de su acción social, que la asociación desarrolla, es por medio de la Fundación LaLiga. Las principales tareas de La Liga son la organización de partidos de fútbol profesional, el control financiero, la venta centralizada de derechos de autor de audio y vídeo, así como la estrategia internacional y la gestión tecnológica.

La Liga lleva años destapando el racismo y la xenofobia y lo ha denunciado ante el Comité de Competición de la Federación Española de Fútbol y el Comité Nacional Antiviolenencia. Debido a los diferentes estándares y la falta de antecedentes penales de los fiscales, La Liga ha dado un paso más y a partir de la 2022/23. ha llevado casos de insultos racistas directamente a los tribunales. Aunque esta ruta ha comenzado a dar frutos, los avances han sido lentos. Por tanto, ante la falta de sanciones y condenas por parte de La Liga, es necesaria la facultad de imponer sanciones, ordenar el cierre total o parcial de los estadios, prohibir el acceso a los estadios e imponer sanciones financieras. La Liga también dijo que acabaría con el racismo en el fútbol en unos meses si era sancionado.

La Liga Nacional de Fútbol Profesional se enfrenta a la Superliga como un torneo exclusivo y excluyente que no recompensa los logros deportivos, excluye las ligas nacionales como medio para ganar un lugar en la élite europea y se opone a su modelo de gestión basado en el poder de los equipos ricos.

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

Arquero Villalba, Rodrigo.

Durante la pandemia de Covid-19, cuando se declaró el estado de alerta en el país y la población fue encerrada en sus casas, La Liga organizó diversos eventos culturales y deportivos de manera digital. En agosto de 2021, La Liga acordó crear un holding y una cuenta subsidiaria con el fondo de capital riesgo CVC Capital Partners, que invirtió 2.700 millones de euros a cambio del 10,95% de los beneficios generados por la explotación comercial de los distintos productos de LaLiga, a devolver por los clubes en 50 años. El nombre del proyecto es LaLiga Impulso.

EVOLUCIÓN DE LA MARCA

DENOMINACIÓN SOCIAL: LIGA NACIONAL DE FÚTBOL PROFESIONAL

1984	NOMBRE INSTITUCIÓN: LNFP		1ª DIVISIÓN PRIMERA DIVISIÓN	2ª DIVISIÓN SEGUNDA DIVISIÓN
1993	NOMBRE INSTITUCIÓN: LFP		1ª DIVISIÓN PRIMERA DIVISIÓN	2ª DIVISIÓN SEGUNDA DIVISIÓN
2006	NOMBRE INSTITUCIÓN: LFP		1ª DIVISIÓN PRIMERA DIVISIÓN	2ª DIVISIÓN 
2008	NOMBRE INSTITUCIÓN: LFP		1ª DIVISIÓN 	2ª DIVISIÓN 
2015	NOMBRE INSTITUCIÓN: LaLiga		1ª DIVISIÓN 	2ª DIVISIÓN 
2017	NOMBRE INSTITUCIÓN: LaLiga		1ª DIVISIÓN 	2ª DIVISIÓN 
2019	NOMBRE INSTITUCIÓN: LaLiga		1ª DIVISIÓN 	2ª DIVISIÓN 
2023	NOMBRE INSTITUCIÓN: LALIGA	 SIMBOLO	 WORDMARK	1ª DIVISIÓN  2ª DIVISIÓN 

Figura 1: Evolución de la marca. Fuente: LaLiga (2024).

2.1 Historia de la Liga Española.

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

Arquero Villalba, Rodrigo.

Los orígenes de la actual liga se remontan al primer tercio del siglo XX, cuando se celebraban el Campeonato de España y el posterior Campeonato Nacional de Liga, ambos organizados por la Real Federación Española de Fútbol hasta 1984. (Colaboradores de Wikipedia, 2024).

En la temporada 1928-29, el F.C. Barcelona logró ser el primer campeón de la Primera División, en la que compitieron diez equipos: el Athletic Club, el Arenas Club de Guecho, el Real Madrid Fútbol Club, la Real Sociedad de Fútbol, el F.C. Barcelona, el Real Unión Club, el Athletic Club de Madrid, el Real Club Deportivo Español, el Club Deportivo Europa y el Real Santander Racing Club. En la Segunda División, también desde la temporada 1928-29, participaron equipos como el Sevilla F. C., el Iberia S. C., el Deportivo Alavés, el Real Sporting de Gijón, el Valencia F. C., el Real Betis Balompié, el Real Oviedo F. C., el Real Club Celta, el R. C. Deportivo de La Coruña y el Racing Club de Madrid. En el grupo B, competían equipos como la Cultural y Deportiva Leonesa, el Real Murcia F. C., el C. D. Castellón, la R. S. Gimnástica de Torrelavega, el Zaragoza C. D., el Real Valladolid Deportivo, el C. A. Osasuna, el Tolosa C. F., el Barakaldo C. F. y el Cartagena F. C.

(Colaboradores de Wikipedia, 2024)

Hasta el año 1984 se celebraron los diferentes Campeonatos Nacionales de Liga cada temporada, con la única interrupción de la Guerra Civil entre 1936 y 1939. El 14 de julio de 1983, la asamblea extraordinaria de la Real Federación Española de Fútbol aprobó la creación de la Liga de Fútbol Profesional. El primer comité ejecutivo de la Liga asumió sus funciones el 30 de diciembre de 1983 en la sede de la Real Federación Española de Fútbol, y el 26 de julio de 1984 se aprobaron los estatutos, lo que marcó la fundación oficial de la Liga Nacional de Fútbol Profesional. Estos estatutos fueron reformados y aprobados por el Consejo Superior de Deportes en 2019.

(Colaboradores de Wikipedia, 2024)

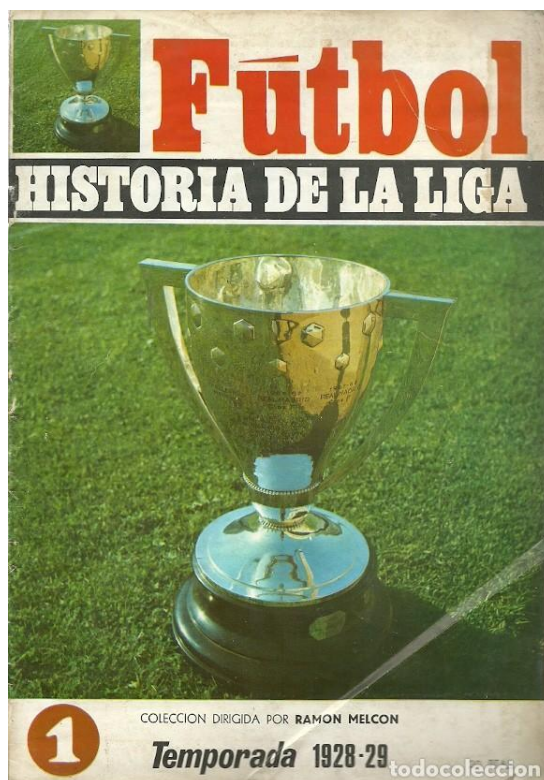


Figura 2. Historia de La Liga Temp. 1928-29. **Fuente:** Todocolección.

2.2 Impacto económico del deporte.

En España, el deporte tiene un impacto económico significativo, constituyendo aproximadamente el 3,3% del PIB, con un efecto indirecto de más de 16.000 millones de euros y un efecto inducido de aproximadamente 6.917 millones de euros. La industria crea aproximadamente 400.000 puestos de trabajo, tanto directos como indirectos, y es esencial para generar riqueza en el país mediante diferentes actividades como instalaciones deportivas, gimnasios, comercios especializados y producción de productos deportivos.

Los gimnasios y las instalaciones deportivas son dos de los actores más significativos a la hora de conseguir empleo. Los gimnasios generan más de 27.000 empleos, mientras que las instalaciones deportivas crean casi 60.000 puestos de trabajo, lo que simboliza el 29% del empleo total en la industria del deporte. Respecto a las ventas, los clubes deportivos, comercios especializados e instalaciones deportivas dominan el mercado con una facturación que supera el millón de dólares americanos.

Además de su impacto económico directo, el deporte en España desempeña un papel crucial en la salud pública, ya que promueve la actividad física y el bienestar, reduciendo así los costos de salud pública a largo plazo. Este ambiente promueve el cambio cultural,

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

Arquero Villalba, Rodrigo.

causando que la sociedad sea más consciente de los beneficios de la actividad física.

2.3 Modelos económicos aplicados al fútbol.

El ámbito económico del fútbol ha experimentado cambios relevantes, principalmente debido a que este juego se ha transformado en un negocio de miles de millones a nivel mundial. Uno de los fenómenos más destacados es el patrón de sobreinversión presente en numerosas ligas europeas, donde la victoria deportiva prima sobre las ganancias monetarias. En muchas ocasiones, esta dirección ha propiciado situaciones financieras insostenibles, como las que atraviesan equipos como el FC Barcelona.

Con el fin de combatir estas tendencias, en el año 2009, la UEFA introdujo el Fair Play Financiero (FFP), una normativa creada para fomentar la responsabilidad financiera en los clubes. La meta es asegurar que el equipo no gaste más de lo que ingresa y sostener la salud financiera a largo plazo.

A pesar de la puesta en marcha de este sistema, ciertos equipos todavía lidian con dificultades económicas vinculadas a la elevada inversión en salarios y traspasos de jugadores, lo que provoca una considerable deuda y la necesidad de reestructurar financiación. Otro elemento relevante del modelo financiero del fútbol es la generación de valor a largo plazo, que no solo se basa en las decisiones deportivas, sino también en la manera en que los clubes administran las relaciones con los inversores, los patrocinadores y los derechos de televisión. Modelos como el FC Barcelona o el Real Madrid buscan crear valor no únicamente por la victoria en el ámbito deportivo, sino también por ampliar su alcance global y edificar una sólida infraestructura de comercio.

Para concluir, los clubes europeos han puesto en marcha una combinación de estrategias de inversión, gestión de derechos comerciales y cumplimiento de regulaciones financieras como el FFP con el fin de equilibrar el éxito deportivo con la estabilidad financiera.

3. ANÁLISIS DE LA LIGA ESPAÑOLA.

3.1 Estructura de la liga.

LaLiga, como la primordial organización del fútbol profesional en España, muestra una estructura compleja y dinámica que aumenta constantemente para adaptarse a las demandas del deporte y del mercado (Página web oficial de LALIGA, s.f-a).

Niveles Competitivos y su Evolución.

Primera División (LaLiga EA Sports): La máxima categoría del fútbol español, con 20 equipos, es el escaparate del fútbol español a nivel mundial. Los equipos compiten por el título de liga, puestos en competiciones europeas y por evitar el descenso, descienden 3

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

Arquero Villalba, Rodrigo.

equipos.

Segunda División (LaLiga Hypermotion): La segunda categoría, con 22 equipos, es un trampolín para los equipos que aspiran a llegar a Primera División, sólo suben 3 y una prueba de fuego para aquellos que buscan consolidarse en el fútbol profesional, descienden 4 equipos (Página web oficial de LALIGA, s.f-a).

Proyectos de Responsabilidad Social y Formación.

LaLiga también se involucra en iniciativas de responsabilidad social y formación. Algunos de sus proyectos más destacados incluyen:

- LaLiga Genuine : Una liga de fútbol integrada por personas con discapacidad intelectual, que fomenta la inclusión y el respeto dentro del deporte.
- LaLiga Academy : Con presencia en más de 55 países, esta academia ofrece formación y oportunidades para jóvenes futbolistas y entrenadores, con el objetivo de profesionalizar el deporte base en todo el mundo.

Plan de Sostenibilidad y Responsabilidad Social : LaLiga fomenta la sostenibilidad mediante un marco de buenas prácticas para los clubes en temas como protección ambiental y ética. Además, proyectos como Futura Afición educan a los jóvenes en valores de respeto y juego limpio (Página web oficial de LALIGA, s.f-b)

Órganos de Gobierno y su Funcionamiento.

- Asamblea General: El máximo órgano de gobierno, formado por representantes de todos los clubes de Primera y Segunda División. Toma las decisiones estratégicas más significativas para LaLiga.
- Comisión delegada: Órgano ejecutivo que se encarga de la gestión diaria de LaLiga, ejecutando las decisiones de la Asamblea y velando por el cumplimiento de los reglamentos. Formada por Comité Ejecutivo y oficina de presidencia.
- Presidente: La máxima autoridad ejecutiva, responsable de la representación institucional y de la dirección estratégica de LaLiga. En este caso, es Javier Tebas.
- Comité de dirección: Aconseja al presidente y a la Comisión delegada en la toma de decisiones. Está formada por expertos en diversas áreas(audiovisual, integridad, seguridad, emergencias y legal).
- Comités: Especializados en competición, disciplinario, económico, etc., se encargan de resolver asuntos específicos relacionados con la organización de las competiciones (Página web oficial de LALIGA, s.f-c)

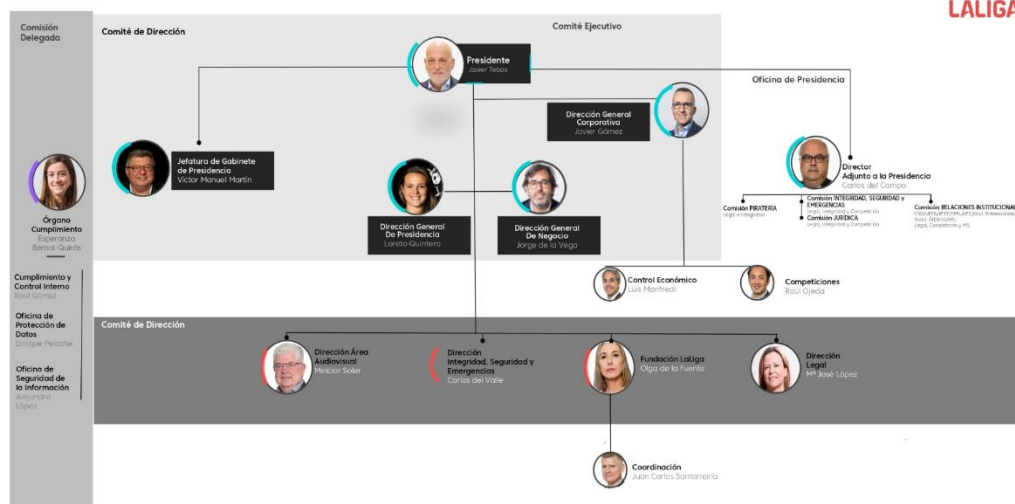


Figura 3. Organigrama de LaLiga. Fuente: LaLiga (2024).

Organigrama Societario de LaLiga.

El organigrama societario de LaLiga representa la estructura organizativa de la institución y sus diversas empresas filiales. Esta estructura compleja muestra la amplia gama de actividades que desarrolla LaLiga, desde la organización de las competiciones hasta la promoción de la marca a nivel internacional (Página web oficial de LALIGA, s.f-d).

Elementos Clave del Organigrama:

- LaLiga: La entidad principal, encargada de la gestión de las competiciones profesionales de fútbol en España.
- Sociedades Filiales: LaLiga cuenta con numerosas sociedades filiales que se encargan de diferentes áreas de negocio, como la producción de contenidos audiovisuales, la gestión de derechos de televisión, la organización de eventos, etc.

Participaciones en otras empresas: LaLiga también tiene participaciones en múltiples empresas, tanto a nivel nacional como internacional, lo que le permite diversificar sus actividades y expandir su influencia en el mercado (Página web oficial de LALIGA, s.f-d).

Funciones Principales del Organigrama:

- Organización de las competiciones: Coordinar y gestionar todas las actividades relacionadas con la Primera y Segunda División.
- Promoción de la marca LaLiga: Posicionar la marca LaLiga a nivel nacional e internacional, aumentando su visibilidad y generando ingresos.
- Desarrollo de nuevos negocios: Identificar y desarrollar nuevas oportunidades de negocio, como la creación de productos y servicios innovadores.

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

Arquero Villalba, Rodrigo.

- Gestión de los derechos de televisión: Negociar y gestionar los derechos de televisión de las competiciones, generando importantes ingresos para los clubes y para LaLiga (Página web oficial de LALIGA, s.f-d)

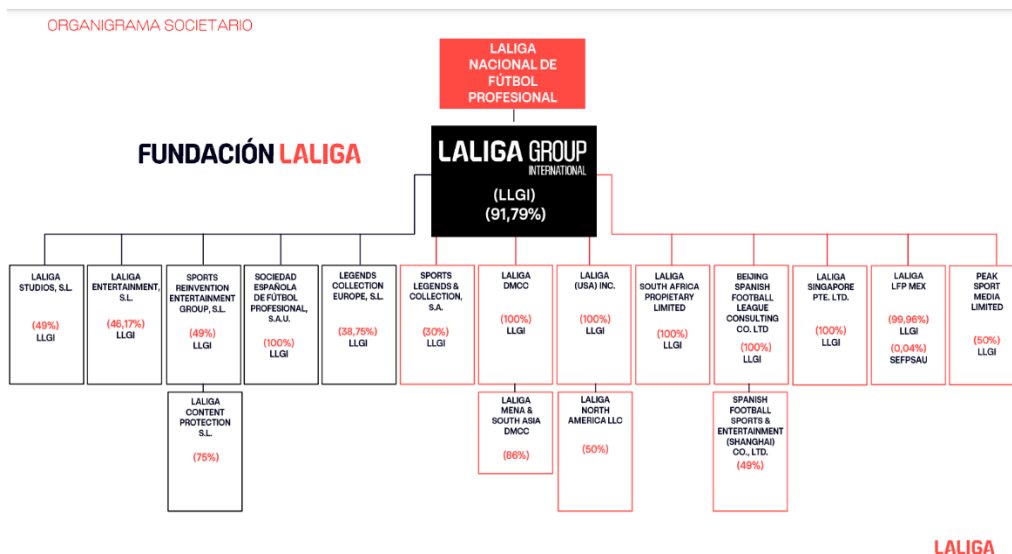


Figura 4. Organigrama societario. **Fuente:** LaLiga (2024).

Relación con Otras Entidades:

- Real Federación Española de Fútbol (RFEF): LaLiga y la RFEF comparten responsabilidades en la organización del fútbol español. La RFEF es el máximo organismo rector del fútbol en España y se encarga de la organización de las competiciones nacionales y de las selecciones nacionales.
- UEFA: LaLiga es miembro de la UEFA, la Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol. A través de la UEFA, LaLiga participa en las competiciones europeas y tiene voz y voto en las decisiones que afectan al fútbol europeo.
- FIFA: LaLiga también tiene una estrecha relación con la FIFA, la Federación Internacional de Fútbol. La FIFA es el máximo organismo rector del fútbol a nivel mundial y establece las normas y reglamentos que rigen el juego (Página web oficial de LALIGA, s.f-d).

Desafíos y Tendencias Futuras:

- Internacionalización: LaLiga busca expandir su marca a nivel mundial, aumentando su audiencia y generando mayores ingresos.
- Tecnología: La implementación de nuevas tecnologías, como el VAR y el seguimiento de jugadores, está transformando la forma en que se juega y se gestiona el fútbol.

- Sostenibilidad: LaLiga se compromete con la sostenibilidad, promoviendo prácticas respetuosas con el medio ambiente y fomentando valores sociales.
- Adaptación a la era digital: La digitalización del fútbol es una tendencia imparable, y LaLiga debe adaptarse a este nuevo entorno, desarrollando productos y servicios digitales para conectar con los aficionados de todo el mundo (Página web oficial de LALIGA, s.f-d).

Factores que Influyen en la Estructura de LaLiga:

- Aspectos económicos: La distribución de los ingresos televisivos, los patrocinios y los derechos de imagen son factores clave que influyen en la economía de los clubes y en la toma de decisiones de LaLiga.
- Aspectos deportivos: Los resultados deportivos, los ascensos y descensos, y la competitividad de las diferentes categorías influyen en la estructura de LaLiga.
- Aspectos legales: La legislación deportiva y la normativa de la UEFA y de la FIFA tienen un impacto directo en la estructura y el funcionamiento de LaLiga.
- Aspectos sociales: Los valores y la responsabilidad social corporativa son cada vez más importantes para LaLiga y sus clubes (Página web oficial de LALIGA, s.f-d).

3.2 Principales clubes y su influencia económica.

El impacto financiero de los clubes líderes de LaLiga, tales como el Real Madrid, FC Barcelona y Atlético de Madrid, ha sido crucial para establecer a la liga española como una de las más lucrativas y competitivas en Europa. De acuerdo con reportes de Football Benchmark, el Real Madrid encabeza a nivel global con ingresos de 830 millones de euros durante la temporada 2022/23, siendo el FC Barcelona el siguiente con 800 millones de euros. Este logro financiero se atribuye a una mezcla de ingresos provenientes de derechos de televisión, patrocinios, y principalmente, a la importancia mundial de sus marcas, lo que también potencia la captación de público y patrocinadores a nivel global.

A pesar de que el Atlético de Madrid tiene un perfil de ingresos inferior al de los gigantes Madrid y Barcelona, ha experimentado un crecimiento notable, alcanzando una estimación de mercado cercana a los 1.706 millones de euros, motivado por un incremento en su competitividad y su solidez financiera. Además, la inversión obtenida de proyectos como LaLiga Impulso ha contribuido a financiar mejoras estructurales en el Atlético y otros equipos, mejorando las instalaciones y fomentando proyectos de infraestructura deportiva de gran magnitud. Por ejemplo, el RCD Mallorca ha hecho una reestructuración de su estadio Son Moix, el Real Valladolid ha hecho una renovación exterior del estadio José

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

Zorrilla, mientras que la UD Las Palmas ha destinado recursos a su Ciudad Deportiva de Barranco Seco, y otros equipos han puesto en marcha progresos en sostenibilidad y digitalización.

LaLiga continúa en expansión, proyectando un crecimiento en ingresos totales de hasta 3,400 millones de euros, una cifra sin precedentes que fortalece su posición en el mercado europeo, particularmente en comparación con ligas competidoras como la Serie A y la Bundesliga. Este crecimiento ha sido posible en gran parte gracias a la administración de LaLiga.

3.3 Comparativa con otras ligas europeas.

En contraste con otras ligas europeas, LaLiga ha evidenciado un aumento considerable en ingresos y organización, manteniendo su competitividad en el contexto económico y de crecimiento. A pesar de que la Premier League continúa encabezando en términos de ingresos totales, LaLiga sobresale en ciertos aspectos financieros y de modernización, propulsados por acciones como el pacto de financiación con el fondo CVC, previamente mencionado, denominado "LaLiga Impulso". Este pacto, que conlleva una inversión cercana a los 2,000 millones de euros, tiene como objetivo actualizar la infraestructura de los clubes, digitalizar las operaciones y potenciar la experiencia de los seguidores, transformándose en un referente para otras ligas, como la Ligue 1, Francia y la Bundesliga en Alemania, que ya están considerando o emulando proyectos parecidos para actualizar sus competencias y captar más inversión. (Gómez Nido, 2022)

La comparación también abarca el asunto de los derechos de los medios audiovisuales. LaLiga ha obtenido ingresos robustos a través de la comercialización de sus derechos de transmisión en mercados tanto nacionales como globales. No obstante, la Premier League continúa siendo la líder en este ámbito, con acuerdos más rentables a escala mundial (Gómez Nido, 2022).

La Bundesliga y la Ligue 1 están en busca de nuevas alianzas para mejorar su monetización en este ámbito, aunque LaLiga se ha adelantado en gran medida al captar contratos en mercados emergentes, impulsando el valor de su marca en Asia, América y Medio Oriente (Gómez Nido, 2022).

A nivel de desempeño deportivo, LaLiga sigue manteniendo a algunos de los clubes más exitosos en la Champions League, como el Real Madrid y el FC Barcelona, que no sólo atraen audiencias internacionales sino también gran inversión debido a su historial y popularidad. Esto se refleja en los ingresos de los clubes, donde el Real Madrid y el Barcelona están en el top global junto a equipos de la Premier League como el Manchester United y Manchester City (Gómez Nido, 2022).

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

Arquero Villalba, Rodrigo.

Así, mientras la Premier League se destaca por su dominio en derechos televisivos y la Serie A en la recuperación económica tras la pandemia, LaLiga ha innovado en alianzas estratégicas y desarrollo de infraestructura, presentándose como un modelo de sostenibilidad que otras ligas europeas están comenzando a emular para impulsar su competitividad y crecimiento a largo plazo (Gómez Nido, 2022).

4. REPERCUSIÓN ECONÓMICA DE LA LIGA.

4.1 Generación de ingresos y creación de empleo.

El sector del fútbol profesional afecta de manera considerable la economía de las naciones en las que se desarrolla, y las ligas de fútbol son esenciales para la obtención de ingresos y la generación de empleos.

Generación de Ingresos: Las ligas de fútbol obtienen ingresos por medio de múltiples canales, que también se abordarán más adelante en el texto, tales como:

- **Derechos de transmisión:** Los acuerdos de televisión son una de las principales fuentes de financiación, con contratos millonarios para la transmisión de partidos tanto a nivel nacional como internacional.
- **Patrocinios y publicidad:** Firms de diversos sectores aportan capital al patrocinio de equipos y torneos, creando ingresos importantes para la liga y los clubes.
- **Venta de entradas y abonos:** La afluencia a los estadios produce ingresos directos, además de estimular la economía local en áreas como el transporte y la hospitalidad.
- **Merchandising:** La comercialización de productos oficiales, como camisetas, accesorios y otros artículos, constituye otra fuente significativa de ingresos.
- **Transferencias de jugadores:** Las operaciones de compra y venta de futbolistas entre distintos clubes provocan un movimiento financiero importante en el ámbito del fútbol.

Creación de Empleo: El efecto del fútbol en el empleo es considerable, con oportunidades laborales directas e indirectas en múltiples sectores:

- **Empleos directos:** Comprende futbolistas, entrenadores, árbitros y personal técnico y administrativo en clubes y ligas.
- **Empleos indirectos:** Se encuentran en industrias como la hostelería, turismo, seguridad, transporte y medios de comunicación.
- **Industria del entretenimiento y tecnología:** El auge de las plataformas

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

Arquero Villalba, Rodrigo.

digitales y las redes sociales ha fomentado la aparición de nuevos empleos en la creación de contenido y la tecnología relacionada con el deporte.

4.2 Turismo y su relación con el fútbol.

El fútbol y el turismo han estado estrechamente conectados durante décadas, convirtiéndose en un fenómeno que trasciende lo deportivo para generar un impacto económico y cultural significativo. Este deporte no solo mueve pasiones, sino también millones de personas a nivel mundial, que viajan para presenciar encuentros, recorrer estadios icónicos o experimentar la atmósfera única de una ciudad en días de partido.

Eventos Deportivos y Afluencia Turística: Las grandes competiciones, como la Copa del Mundo, la Eurocopa o la Copa América, generan flujos masivos de turistas. Miles de aficionados viajan para apoyar a sus selecciones o equipos, llenando hoteles, restaurantes y comercios locales. A su vez, ligas nacionales como la Premier League, LaLiga o la Serie A atraen visitantes semana tras semana, impulsando la economía de las ciudades sede.

Impacto Económico: El turismo futbolístico representa una fuente de ingresos clave para diversos sectores. Los vuelos y el transporte terrestre experimentan un incremento en demanda, mientras que bares y locales cercanos a los estadios se benefician con cada jornada. Además, el merchandising oficial genera importantes beneficios para los clubes y la industria deportiva en general.

Patrimonio y Cultura Futbolística: Visitar estadios históricos, como el Camp Nou, Santiago Bernabéu o San Mamés, es una experiencia que forma parte de la cultura futbolística. Muchos equipos ofrecen recorridos guiados o tours por sus instalaciones, permitiendo a los turistas conocer los vestidores, salas de trofeos e incluso caminar por el campo de juego. Estas experiencias refuerzan la identidad deportiva de una región y se convierten en atractivos turísticos por sí mismos.

El Fútbol Como Motivador de Viajes: Cada vez más personas organizan sus viajes en función del calendario futbolístico. Existen agencias especializadas en ofrecer paquetes que incluyen entradas a los partidos, visitas a estadios y hospedaje. Además, ciudades con clubes reconocidos internacionalmente, como Madrid, Buenos Aires o Múnich, ven aumentada su afluencia turística gracias a la popularidad de sus equipos.

El fútbol no solo es el deporte más popular del mundo, sino también un motor clave del turismo. Los eventos futbolísticos dinamizan la economía local, fortalecen la identidad cultural y generan experiencias únicas para los aficionados.

4.3 Efecto en el comercio local.

Como vallisoletano y socio del Real Valladolid, vamos a analizar el efecto en el comercio

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

Arquero Villalba, Rodrigo.

local analizando este en nuestra ciudad, Valladolid.

El fútbol juega un rol vital en la economía local de Valladolid, en particular mediante la actividad del Real Valladolid Club de Fútbol. De acuerdo con un reporte de la Cámara de Comercio de Valladolid, la promoción del equipo a Primera División durante la temporada 2022/2023 causó un efecto económico proyectado en 21,7 millones de euros en la provincia, lo que equivale al 0,15% del PIB de la provincia.

Este resultado se divide en un impacto directo de 3,3 millones de euros y un impacto indirecto de 1,5 millones. El impacto directo abarca costos en áreas como la restauración, el transporte y el comercio, mientras que el impacto indirecto hace referencia al efecto multiplicador en otras actividades económicas. (Playbook, 2022)

Además, un estudio posterior de la misma Cámara estimó que, para la temporada 2022/2023, el Real Valladolid generaría un impacto económico total de 66 millones de euros en la provincia, lo que supone un 0,50% del PIB provincial. Este estudio también señaló que los aficionados visitantes gastan una media de 160 euros en hostelería y alojamiento por partido, y que el gasto de los equipos técnicos y directivos ronda los 270 euros por encuentro (Sobas, 2023).

También cabe destacar, que el impacto económico que genera el Real Valladolid respecto al impacto que generan los otros clubes de la comunidad de Castilla y León como pueden ser Burgos CF, CD Mirandés, Cultural y Deportiva Leonesa o SD Ponferradina, es de un 60%.

Esta información demuestra la notable aportación del fútbol al comercio local de Valladolid y al comercio de nuestra comunidad, favoreciendo a áreas como la restauración, el transporte y el comercio, y destacando la relevancia del Real Valladolid como impulsor económico en la zona.

4.4 Análisis externo. (PESTEL)

Evaluación más exhaustiva del ambiente externo de La Liga Española de Fútbol a través del modelo PESTEL, que analiza los elementos Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales que inciden en su evolución:

Político: Es esencial la estabilidad política en España para el correcto desempeño de La Liga. No obstante, la variedad política presente, caracterizada por un gobierno de coalición y conflictos regionales, particularmente en Cataluña, puede influir en la agenda de los partidos políticos y la seguridad en los estadios. Un caso ilustrativo fue la postergación del encuentro entre Real Madrid y FC Barcelona en octubre de 2019 a causa de

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

Arquero Villalba, Rodrigo.

manifestaciones en Cataluña.

Económico: La Liga se sustenta principalmente en los ingresos provenientes de los derechos de televisión, patrocinios y merchandising. Variaciones económicas, tales como crisis financieras o modificaciones en la capacidad de compra de los seguidores, pueden afectar la concurrencia a los estadios y las ventas de productos vinculados. La rivalidad con otras ligas de Europa también tiene un impacto en la adquisición de talento y en la negociación de contratos.

Social: El fútbol es un componente esencial de la cultura española, sin embargo, las transformaciones demográficas y la conducta de los seguidores representan retos. Es fundamental la diversificación de la base de seguidores y la adaptación a las nuevas modalidades de consumo de contenido para preservar la importancia de La Liga entre las generaciones más jóvenes. Cabe destacar la crisis del COVID, que supuso la prohibición de asistir a eventos deportivos por parte de la afición y todos los aficionados al fútbol tuvieron que verlo a través de las televisiones.

Tecnológico: La evolución tecnológica ha revolucionado el modo en que se aprecia el fútbol. La Liga ha implementado tecnologías tales como el VAR y ha optimizado la experiencia del público mediante plataformas en línea. Sin embargo, la piratería continúa siendo un problema importante que impacta los ingresos provenientes de los derechos de transmisión. Javier Tebas, líder de LaLiga, ha indicado que cerca del 40% de los habitantes de España se conectan a contenido de forma ilegal, lo que supone un peligro para la viabilidad económica de la competencia.

Ecológico: La sostenibilidad se ha transformado en una inquietud en aumento. La Liga y los clubes están poniendo en marcha medidas ecológicas, tales como la disminución de emisiones y la administración eficaz de recursos en los estadios, con el fin de ajustarse a las demandas medioambientales presentes.

Legal: La normativa del fútbol profesional, que incluye la observancia del "fair play" financiero y las normativas de transparencia, es esencial para el correcto funcionamiento de La Liga. Además, conflictos jurídicos, como los asociados a la formación de nuevas competiciones europeas, pueden modificar el escenario del fútbol e impactar a La Liga. Javier Tebas ha censurado proyectos como la Superliga europea, sosteniendo que podrían amenazar la integridad de las ligas nacionales y la igualdad en la competencia. Este estudio resalta la complejidad del contexto en el que funciona La Liga y la exigencia de ajustarse constantemente a varios elementos externos para preservar su posición

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

sobresaliente en el fútbol global.

4.5 Análisis interno. (DAFO)

Análisis del entorno interno de La Liga Española de Fútbol mediante el modelo DAFO, que examina las debilidades, amenazas, fortalezas y, por último, oportunidades de La Liga.

En cuanto a debilidades cabe destacar las siguientes:

- Dependencia de jugadores estrella envejecidos. LaLiga se enfrenta a la pérdida de muchos jugadores veteranos como pueden ser los casos de Luka Modric, Raúl Albiol, Christian Sturani, Iago Aspas, Robert Lewandowski, Parejo.
- Retirada reciente de algunos jugadores estrella como Jesús Navas, De Marcos o Toni Kroos.
- Amplio contraste en tema financiero, por ejemplo, en presupuestos, entre los equipos de arriba de la clasificación y los equipos de la parte baja de la tabla.
- Gran diferencia de nivel entre los equipos de la parte alta y baja de la clasificación, en parte condicionada por otra de las debilidades, la diferencia de presupuestos entre unos equipos y otros.
- Posible pérdida de exposición mediática en otros países. Aunque la liga es la segunda liga del mundo con más espectadores, la premier league, que es la liga con más espectadores, puede seguir acrecentando esa brecha de seguir habiendo una diferencia tan grande a nivel económico que acaba repercutiendo en una diferencia de nivel cada vez mayor, lo que hace que los partidos sean menos parejos y, por tanto, entretenidos.

Respecto a amenazas destacan las siguientes:

- Existencia de ligas muy potentes en el mismo continente. Como pueden ser la Premier League, Bundesliga o Serie A.
- Fuga de talentos. Las estrellas de la liga pueden tentarse por grandes ofertas económicas procedentes de Arabia Saudí o EEUU, sitios a los que se están marchando muchos jugadores debido a las diferencias salariales respecto a Europa.
- Dependencia de jugadores estrella que pueden abandonar La Liga. Jugadores como Vinicius han sido tentados con ofertas que superan los 300 millones de euros.
- Escándalos de corrupción. Casos como el “Caso Negreira” han afectado mucho a la reputación de La Liga como institución.

Dentro de las fortalezas, tenemos las siguientes:

- Historia de La Liga española. Fundada en 1928, fue una de las primeras ligas de fútbol a nivel internacional.
- Nivel de los equipos de La Liga: A pesar de no tener el patrimonio y presupuestos de los equipos de la Premier League, los equipos españoles siempre dan la cara y consiguen grandes títulos en competiciones europeas, lo que demuestra la calidad de nuestros equipos.
- Real Madrid y F.C. Barcelona. Estos dos equipos merecen ser tratados a parte pues cuentan con grandísimos jugadores, grandísimos entrenadores, estadios con mucha capacidad, son capaces de atraer a millones de personas por todo el mundo.
- Potencial de la cantera de los equipos españoles. Los equipos militantes de La Liga cuentan con grandes talentos que, en ocasiones, exportan al exterior a cambio de un gran ingreso económico o que se mantienen en nuestra liga.

Finalmente, hablaremos de las oportunidades:

- Mantener la inversión en desarrollo y formación de grandes talentos. Esto permitirá a La Liga seguir nutriéndose de grandes futuras promesas que mantengan un alto nivel de competitividad en La Liga.
- Grandes ingresos televisivos. La Liga seguirá teniendo unos ingresos por derechos televisivos elevados, lo que permitirá tener una gran cantidad de dinero que podrá invertir en seguir creciendo a nivel internacional.
- Elevados ingresos de merchandising. La Liga seguirá teniendo elevados ingresos en este aspecto. El Real Madrid y el F.C. Barcelona son los equipos que más camisetas venden en el mundo año tras año.
- Posibilidad de atraer más sponsors y patrocinadores. Esto permitirá mejorar la competitividad y el rendimiento financiero de La Liga, pero su explotación necesita de una estrategia y planificación cuidadosa.

5. ESTUDIO DE CAMPO.

5.1 Introducción e intencionalidad del estudio.

La Liga genera un significativo efecto económico mediante diversas vías, tales como el turismo deportivo, los derechos televisivos, la venta de entradas, el merchandising y el trabajo directo e indirecto en áreas como la restauración, el transporte y la publicidad. No obstante, la magnitud de este impacto y su distribución en la economía española no siempre han sido debidamente analizadas. Es crucial lograr la magnitud y el detalle de

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

Arquero Villalba, Rodrigo.

estas aportaciones para valorar el rol de La Liga en el desarrollo económico de la nación.

El objetivo de este estudio es analizar y medir el impacto económico que La Liga tiene en diferentes sectores de la economía española. A través de una encuesta a aficionados al fútbol, y personas de a pie. Este estudio también procura arrojar luz sobre el papel que juegan los derechos de retransmisión, las campañas de publicidad, el consumo de productos asociados a los clubes y la organización de grandes eventos en la economía local y nacional. Con los datos acopiados, se espera ofrecer una perspectiva clara y cuantificada de las contribuciones de La Liga al crecimiento económico de España, al mismo tiempo que se identifican áreas de mejora y oportunidades para potenciar este impacto.

Finalmente, el número total de personas de la muestra escogida ha sido de 154, con la participación, se han realizado una serie de preguntas a través de un cuestionario realizado en la plataforma *Google Forms*, cuya composición y contenido a tratar pueden apreciarse en la siguiente tabla. El muestreo se llevó a cabo mediante un procedimiento basado en la conveniencia del investigador, debido a las restricciones inherentes a un estudio de esta temática. Por esta razón, se intentó seleccionar una muestra lo más amplia posible, estableciendo como objetivo el par de centenarios. Luego de enviar la encuesta a este grupo de personas, se esperó un período de 7 días naturales. Aquellos que fueron invitados a participar, pero no completaron la encuesta dentro del plazo establecido fueron excluidos definitivamente del estudio. Como se mencionó anteriormente, resultó en una muestra final de 154 personas.

Tabla 1. Contenido de la herramienta de recolección de datos elaborada.

ÍTEM	POSIBILIDADES DE RESPUESTA
1.- Edad:	<ul style="list-style-type: none"> - () Menos de 18 años - () 18-25 años - () 25-45 años - () 45-54 años - () Más de 54 años
2. - Género:	<ul style="list-style-type: none"> - () Hombre - () Mujer

	<input type="checkbox"/> Prefiero no decirlo
3. - ¿Consideras que La Liga tiene un impacto significativo en la economía española?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No lo sé
4. - ¿Qué sectores crees que se benefician más del impacto económico de La Liga? (Selecciona el que creas que más se beneficia)	<input type="checkbox"/> Turismo <input type="checkbox"/> Hostelería y restauración <input type="checkbox"/> Transporte <input type="checkbox"/> Medios de comunicación <input type="checkbox"/> Publicidad y marketing <input type="checkbox"/> Textil y merchandising
5. - ¿Crees que el fútbol español, a través de La Liga, ayuda a incrementar el turismo internacional en España?	<input type="checkbox"/> Sí, de manera considerable <input type="checkbox"/> Sí, pero en menor medida <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No estoy seguro/a
6. - En tu opinión, ¿cómo afecta La Liga a la creación de empleo en España?	<input type="checkbox"/> Genera muchos empleos directos <input type="checkbox"/> Genera más empleos indirectos <input type="checkbox"/> Ambos <input type="checkbox"/> No genera un impacto significativo en el empleo
7. - ¿Sueles gastar dinero en productos o servicios relacionados con La Liga?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

8. - Si respondiste que sí, ¿en qué tipo de productos o servicios gastas? (Selecciona todos los que apliquen)	<input type="checkbox"/> Entradas para partidos <input type="checkbox"/> Suscripciones a servicios de televisión o streaming <input type="checkbox"/> Ropa y merchandising de los equipos <input type="checkbox"/> Apuestas deportivas <input type="checkbox"/> Consumo en bares y restaurantes <input type="checkbox"/> Otros.
9. - ¿Cuánto dinero estimas que gastas al mes en productos o servicios relacionados con La Liga?	<input type="checkbox"/> Menos de 20e <input type="checkbox"/> 20-50e <input type="checkbox"/> 50-100e <input type="checkbox"/> Más de 100e
10- ¿Has viajado alguna vez a otra ciudad para ver un partido de La Liga?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
11.- En caso de responder sí, ¿cuál fue la cantidad que gastaste aproximadamente en tu último viaje (transporte, alojamiento, entradas, etc.)?	<input type="checkbox"/> Menos de 100€ <input type="checkbox"/> 100-300€ <input type="checkbox"/> 300-500€ <input type="checkbox"/> Más de 500€
12.- ¿Sueles ver los partidos de La Liga a través de la televisión o plataformas digitales?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
13.- En tu opinión, ¿qué tan importante es la venta de derechos televisivos de La Liga para la economía del	<input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante

fútbol español?	<input type="checkbox"/> Moderado <input type="checkbox"/> Poco importante
14.- En tu opinión, ¿el gobierno español debería invertir más en el fútbol profesional para maximizar el impacto económico de La Liga?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No lo sé
15.- ¿Cómo crees que La Liga podría contribuir aún más a la economía española? (Respuesta abierta):	<input type="checkbox"/> Respuesta abierta:

Fuente: Elaboración propia.

5.2 Análisis de resultados.

Los resultados ,mostrados en ítems, vienen en la parte siguiente:

Ítem 1: Edad

Frente a esta pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados:

Edad

154 respuestas

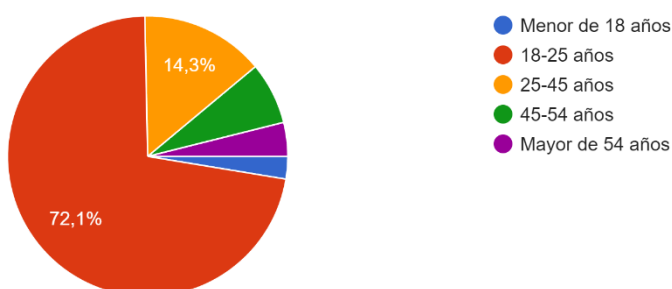


Gráfico 1.Respuestas ítem 1 **Fuente:** Elaboración propia.

Se observa que la mayor parte de la población contenida en el estudio, siendo el 72,1%, pertenecían a la franja de edad 18-25 años; seguida por la segunda, de 25-45 años con un 14,3 % mientras que las tres franjas restantes se dividían de una manera, más o menos equitativa, siendo superior la de personas de entre 45 y 54 años.

Ítem 2: Género

Frente a esta pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados:

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

Arquero Villalba, Rodrigo.

Género:

154 respuestas

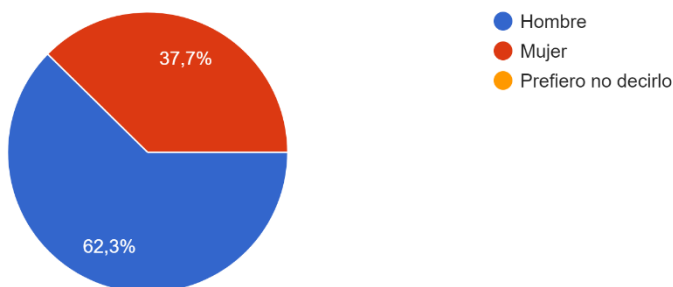


Gráfico 2. Responderes ítem 2. **Fuente:** Elaboración propia.

Los resultados revelan una clara predominancia del género masculino, representando el 62.3% del total de responderes, mientras que el género femenino constituye el 37.7%.

Ítem 3: ¿Consideras que La Liga tiene un impacto significativo en la economía española?

Frente a esta pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados:

Percepción del impacto económico de la liga. - ¿Consideras que La Liga tiene un impacto significativo en la economía española?

154 responderes

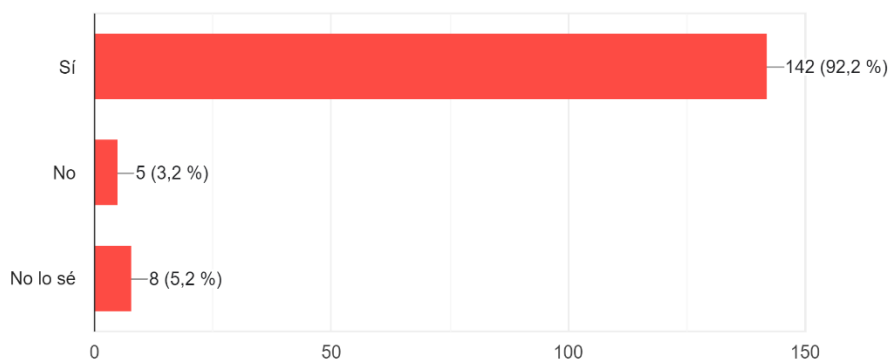


Gráfico 3. Responderes ítem 3. **Fuente:** Elaboración propia.

El gráfico presentado muestra de manera clara y concisa la percepción que tienen las personas encuestadas sobre el impacto económico de La Liga en España. Del total de las responderes, un abrumador 92,2% considera que La Liga tiene un impacto significativo en la economía del país.

Este resultado indica un amplio consenso sobre la importancia económica del fútbol. **Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.**

español. La mayoría de los encuestados reconoce la influencia de La Liga en diversos sectores.

Es destacable que solo un pequeño porcentaje, alrededor del 3,2%, considere que La Liga no tiene un impacto significativo en la economía. Asimismo, un 5,2% de los encuestados mostró no tener una opinión formada al respecto.

Ítem 4: ¿Qué sectores crees que se benefician más del impacto económico de La Liga? (Selecciona el que creas que más se beneficia)

Frente a esta pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados:

- ¿Qué sectores crees que se benefician más del impacto económico de La Liga? (Selecciona el que creas que más se beneficia)
154 respuestas

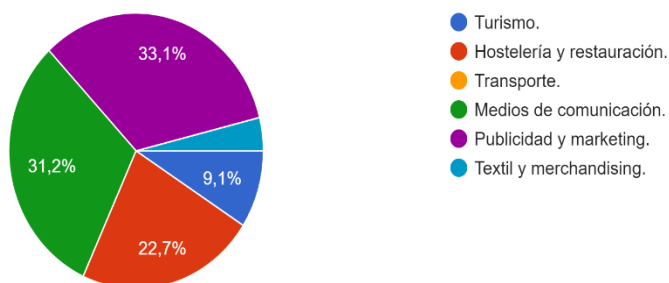


Gráfico 4. Respuestas ítem 4. **Fuente:** Elaboración propia.

El sector que, según la mayoría de los encuestados, se beneficia más del impacto económico de La Liga es el sector de la publicidad y el marketing con un 33,1%. Este resultado indica que los encuestados reconocen la importancia de La Liga como plataforma publicitaria y su capacidad para generar ingresos a través de patrocinios y campañas publicitarias. Le sigue, en segundo lugar, los medios de comunicación con un 31,2%

En tercer lugar, encontramos al sector de la hostelería y restauración con un 22,7%. Esto es lógico, ya que los eventos deportivos, especialmente los partidos de fútbol suelen generar un aumento en el consumo en bares, restaurantes y otros establecimientos de hostelería, tanto en las ciudades donde se celebran los partidos como en las zonas cercanas

Los sectores del turismo y textil y merchandising obtuvieron un porcentaje menor de respuestas, con un 9,1% y un 3,9% respectivamente.

Ítem 5: ¿Crees que el fútbol español, a través de La Liga, ayuda a incrementar el turismo internacional en España?

Frente a esta pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados:

- ¿Crees que el fútbol español, a través de La Liga, ayuda a incrementar el turismo internacional en España?

154 respuestas

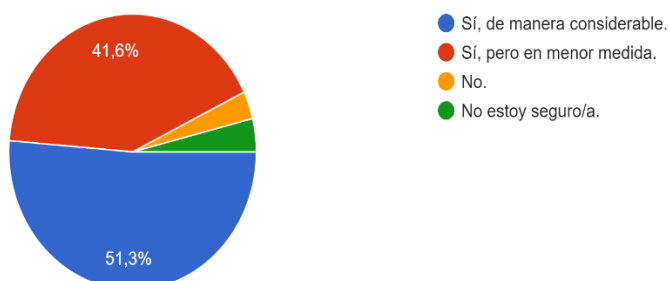


Gráfico 5. Responderes ítem 5. **Fuente:** Elaboración propia.

La mayoría de los encuestados, un 51.3%, considera que el fútbol español, a través de La Liga, ayuda a incrementar el turismo internacional en España considerablemente. Esto insinúa que existe una extensa conciencia de que la popularidad del fútbol español atrae a visitantes extranjeros, quienes viajan a España con el objetivo de asistir a partidos.

Un porcentaje significativo, el 41.6%, también considera que el fútbol contribuye al incremento del turismo, aunque en menor medida.

Un porcentaje minoritario, pero no despreciable, de encuestados (7.1%) no cree que el fútbol tenga un impacto positivo en el turismo internacional. Este punto de vista podría deberse a diferentes motivos, como la creencia de que existen otros factores más importantes para atraer turistas o la percepción de que el impacto del fútbol en el turismo es marginal.

Ítem 6: En tu opinión, ¿cómo afecta La Liga a la creación de empleo en España?

Frente a esta pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados:

- En tu opinión, ¿Cómo afecta La Liga a la creación de empleo en España?

153 respuestas

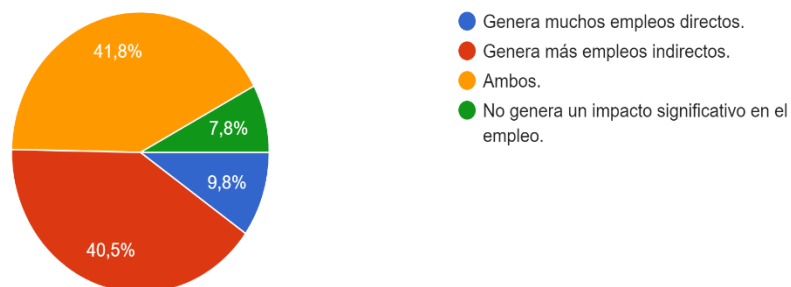


Gráfico 6. Respuestas ítem 6. **Fuente:** Elaboración propia.

Un porcentaje significativo, el 41.8%, considera que La Liga genera muchos empleos directos y muchos empleos indirectos, es decir, ambos.

Otro porcentaje considerable, el 40.5%, opina que La Liga genera más empleos indirectos.

Un porcentaje menor, el 9.8%, considera que se generan muchos empleos directos de manera significativa gracias a La Liga.

Finalmente, un pequeño porcentaje, el 7.8%, no cree que La Liga tenga un impacto significativo en la creación de empleo. Esta opinión podría deberse a diferentes razones, como la creencia de que el impacto del fútbol en el empleo es marginal o la percepción de que existen otros sectores que generan más empleo.

Ítem 7: - ¿Sueles gastar dinero en productos o servicios relacionados con La Liga?

Frente a esta pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados:

Gasto económico relacionado con La Liga. - ¿Sueles gastar dinero en productos o servicios relacionados con La Liga?

153 respuestas

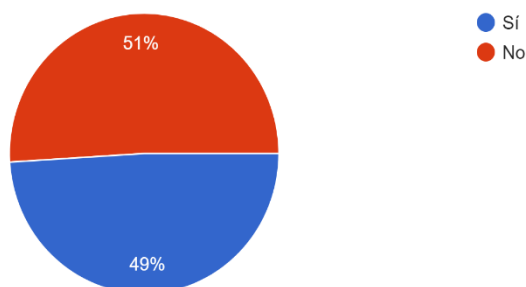


Gráfico 7. Respuestas ítem 7. **Fuente:** Elaboración propia.

Un 51% de los encuestados afirma gastar dinero en productos o servicios relacionados con La Liga. Esto indica que una parte significativa de la población encuestada está dispuesta a invertir su dinero en elementos vinculados al fútbol español.

Por otro lado, un 49% de los encuestados declara no realizar este tipo de gasto. Este porcentaje podría estar compuesto por personas que no son aficionadas al fútbol, por aquellas que no tienen los medios económicos para realizar estos gastos o simplemente por aquellas que prefieren destinar su dinero a otros productos o servicios.

Ítem 8: Si respondiste que sí, ¿en qué tipo de productos o servicios gastas?

(Selecciona todos los que apliquen)

Frente a esta pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados:

- Si respondiste que sí, ¿en qué tipo de productos o servicios gastas? (Selecciona todos los que apliquen)

82 respuestas

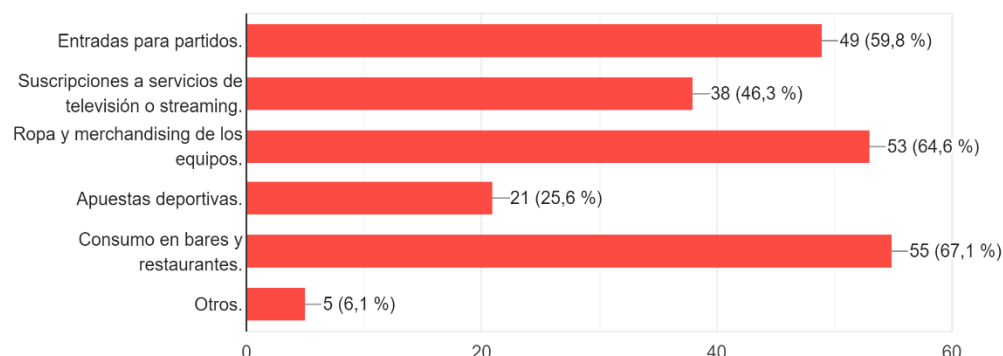


Gráfico 8.Respuestas ítem 8. **Fuente:** Elaboración propia.

En primer lugar, el consumo en bares y restaurantes durante los partidos o eventos relacionados con el fútbol ocupa un lugar destacado, con un 67.1%. Esto refleja la importancia de la experiencia social asociada al fútbol, donde los aficionados suelen reunirse con amigos para disfrutar de los partidos en un ambiente distendido.

El consumo de ropa y merchandising de los equipos ocupa el segundo lugar con un 64.6%. Esta cifra indica que los aficionados también expresan su pasión por sus equipos a través de la compra de productos oficiales, como camisetas, gorras, balones, etc.

En tercer lugar, destaca el gasto en entradas para partidos con un 59.8% de las respuestas. Esto indica que una gran mayoría de los aficionados que realizan gastos relacionados con La Liga lo hacen principalmente para asistir a los partidos en directo. La experiencia de vivir un partido en el estadio es un atractivo muy fuerte para los seguidores del fútbol.

En cuarto lugar, encontramos las suscripciones a servicios de televisión o streaming con un 46.3%. Este dato refleja la importancia que ha adquirido el consumo de fútbol a través de plataformas digitales, permitiendo a los aficionados seguir los partidos desde sus hogares.

Las apuestas deportivas representan un porcentaje menor, con un 25.6% de las respuestas. Esto sugiere que, aunque existe un interés por las apuestas relacionadas con el fútbol, no es la actividad principal de gasto para la mayoría de los aficionados.

Finalmente, la categoría de "otros" representa un porcentaje minoritario, lo que indica que la mayoría de los gastos se concentran en los rubros mencionados anteriormente.

Ítem 9: - ¿Cuánto dinero estimas que gastas al mes en productos o servicios

relacionados con La Liga?

Frente a esta pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados:

- ¿Cuánto dinero estimas que gastas al mes en productos o servicios relacionados con La Liga?

112 respuestas

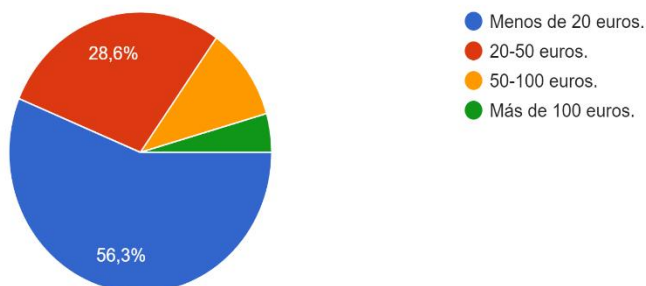


Gráfico 9.Respuestas ítem 9. **Fuente:** Elaboración propia.

Con un total de 112 respuestas, podemos observar una distribución interesante entre los diferentes rangos de gasto. Esto nos indica que de las 154 personas que respondieron a la encuesta, 42 no gastan dinero en productos o servicios relacionados con La Liga.

La categoría que concentra el mayor porcentaje de respuestas es la de "menos de 20 euros al mes", con un 56.3%. Esto enseña que una gran mayoría de los aficionados que realizan gastos relacionados con La Liga destinan una cantidad relativamente pequeña de dinero a estos productos o servicios. Podría interpretarse que muchos aficionados realizan compras ocasionales o de bajo coste, como alguna camiseta o una entrada a un partido esporádico.

En segundo lugar, hallamos la categoría de "20-50 euros al mes" con un 28.6%. Este grupo representa a aquellos aficionados que realizan un gasto moderado, probablemente adquiriendo productos de merchandising de forma más regular o suscribiéndose a servicios de streaming para seguir los partidos.

Las categorías de "50-100 euros al mes" y "más de 100 euros al mes" obtienen un porcentaje mucho más pequeño de respuestas, lo que sugiere que sólo una minoría de los aficionados realiza gastos elevados de manera habitual.

Ítem 10: ¿Has viajado alguna vez a otra ciudad para ver un partido de La Liga?

Frente a esta pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados:

Turismo y desplazamientos. - ¿Has viajado alguna vez a otra ciudad para ver un partido de La Liga?

151 respuestas

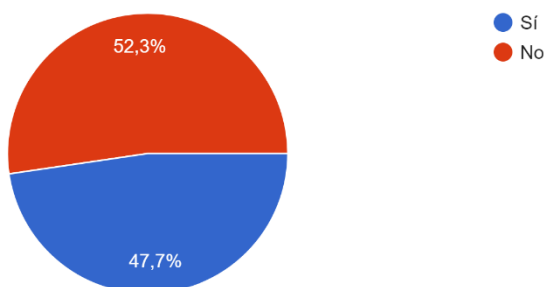


Gráfico 10. Respuestas ítem 10. **Fuente:** Elaboración propia.

Los datos obtenidos muestran una división bastante equilibrada entre quienes han realizado este tipo de viaje y quienes no.

Un 52.3% de los encuestados afirmó haber viajado a otra ciudad para asistir a un partido de fútbol. Este porcentaje indica que una parte significativa de los aficionados encuestados están dispuestos a desplazarse a otras localidades para vivir la experiencia de un partido en directo en un estadio diferente al de su equipo local.

Por otro lado, un 47.7% de los encuestados respondió negativamente a la pregunta. Este porcentaje puede estar compuesto por personas que prefieren ver los partidos desde casa, que no tienen la posibilidad económica de realizar estos viajes o simplemente que no sienten la necesidad de desplazarse a otras ciudades para disfrutar del fútbol.

Ítem 11: En caso de responder sí, ¿cuál fue la cantidad que gastaste aproximadamente en tu último viaje (transporte, alojamiento, entradas, etc.)?

Frente a esta pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados:

- En caso de responder sí, ¿cuál fue la cantidad que gastaste aproximadamente en tu último viaje (transporte, alojamiento, entradas, etc.)?

78 respuestas

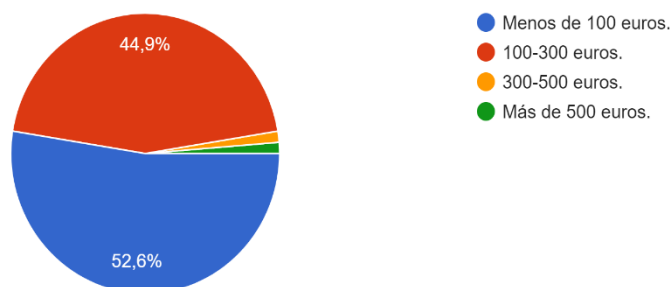


Gráfico 11.Respuestas ítem 11. **Fuente:** Elaboración propia.

De las 78 personas que respondieron afirmativamente a haber realizado este tipo de viaje, podemos observar una distribución interesante entre los diferentes rangos de gasto.

La categoría que concentra el mayor porcentaje de respuestas es la de "menos de 100 euros", con un 52.6%. Esto indica que una gran mayoría de los aficionados que realizaron este tipo de viaje destinaron una cantidad relativamente pequeña de dinero a cubrir los gastos asociados al mismo.

En segundo lugar, encontramos la categoría de "100-300 euros" con un 44.9%. Este grupo representa a aquellos aficionados que realizaron un gasto moderado, posiblemente combinando transporte público, alojamiento en hostales o apartamentos compartidos y entradas para el partido.

Las categorías de "300-500 euros" y "más de 500 euros" obtuvieron un porcentaje mucho menor de respuestas, lo que sugiere que solo una minoría de los aficionados realizó gastos elevados en su último viaje.

Ítem 12: ¿Sueles ver los partidos de La Liga a través de la televisión o plataformas digitales?

Frente a esta pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados:

Impacto de los medios y los derechos televisivos. - ¿Sueles ver los partidos de La Liga a través de la televisión o plataformas digitales?

153 respuestas

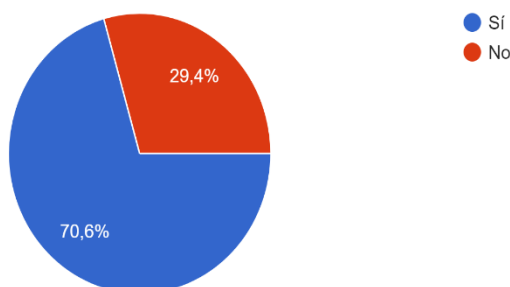


Gráfico 12. Respuestas ítem 12. **Fuente:** Elaboración propia.

Un 70.6% de los encuestados afirmó ver los partidos de La Liga a través de la televisión o plataformas digitales. Este porcentaje tan elevado indica una clara tendencia hacia el consumo de contenido deportivo a través de medios digitales, como plataformas de streaming o aplicaciones móviles.

Esta preferencia puede estar influenciada por diversos factores como la comodidad de ver los partidos desde cualquier dispositivo y a cualquier hora, la posibilidad de acceder a contenidos adicionales como repeticiones, estadísticas y análisis, y la creciente oferta de plataformas de streaming especializadas en deportes.

Por otro lado, un 29.4% de los encuestados respondió que no suele ver los partidos de La Liga a través de estos medios. Este porcentaje puede estar compuesto por personas que prefieren ver los partidos en directo en un bar o estadio, que no tienen acceso a internet o simplemente que no están interesadas en ver fútbol.

Ítem 13: .- En tu opinión, ¿qué tan importante es la venta de derechos televisivos de La Liga para la economía del fútbol español?

Frente a esta pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados:

- En tu opinión, ¿qué tan importante es la venta de derechos televisivos de La Liga para la economía del fútbol español?

150 respuestas

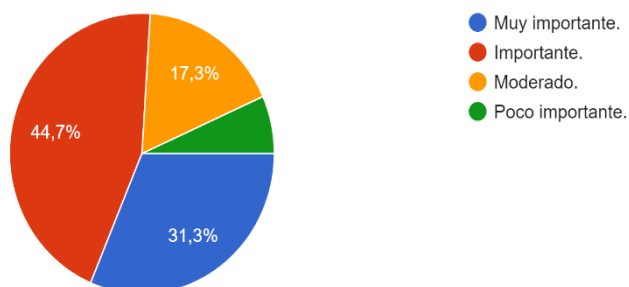


Gráfico 13.Respuestas ítem 13. **Fuente:** Elaboración propia.

Un 44.7% de los encuestados considera que la venta de los derechos televisivos de La Liga es " importante" para la economía del fútbol español. Este alto porcentaje indica que una gran mayoría de los encuestados reconoce el papel fundamental que juegan estos ingresos en la sostenibilidad económica de los clubes y, por extensión, en el desarrollo del fútbol español en su conjunto.

Un 31.3% de los encuestados opina que la venta de estos derechos es " muy importante". Este grupo, junto con el anterior, representa una amplia mayoría que valora positivamente el impacto económico de los derechos televisivos.

Por otro lado, un 17.3% de los encuestados considera que la importancia es "moderada". Este grupo, aunque reconoce la relevancia de estos ingresos, podría tener una visión más matizada o considerar otros factores que influyen en la economía del fútbol español.

Finalmente, solo un pequeño porcentaje considera que la venta de los derechos televisivos es "poco importante". Este resultado sugiere que existe un consenso generalizado sobre la importancia de estos ingresos para el fútbol español.

Ítem 14: .- En tu opinión, ¿el gobierno español debería invertir más en el fútbol profesional para maximizar el impacto económico de La Liga?

Frente a esta pregunta, se obtuvieron los siguientes resultados:

Opinión general. - En tu opinión, ¿el gobierno español debería invertir más en el fútbol profesional para maximizar el impacto económico de La Liga?

154 respuestas

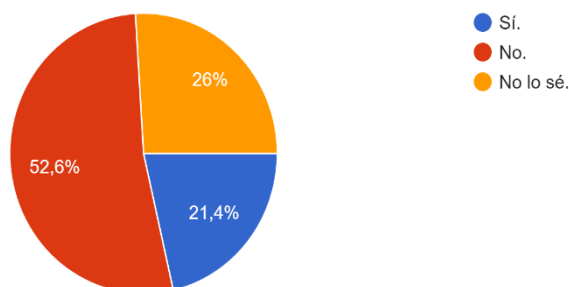


Gráfico 14.Respuestas ítem 14. **Fuente:** Elaboración propia.

Un 52.6% de los encuestados se opone a esta idea. Este grupo podría tener diversas razones para su postura, como la preocupación por la asignación de recursos públicos a un sector privado, la desigualdad en la distribución de estos recursos o la existencia de otras prioridades sociales más urgentes.

Un 26% de los encuestados se mostró indeciso al respecto, lo que sugiere que existe un sector de la población que no tiene una opinión clara o que necesita más información para tomar una decisión.

Un 21,4 % de los encuestados se mostró a favor de que el gobierno incremente su inversión en el fútbol profesional. Este porcentaje significativo indica que sólo una pequeña parte de la población encuestada percibe un beneficio económico potencial al invertir más en el fútbol. Podrían argumentar que un fútbol más fuerte genera más ingresos a través del turismo, la publicidad y la creación de empleo, lo que a su vez impulsa la economía del país.

Ítem 15: ¿Cómo crees que La Liga podría contribuir aún más a la economía española? (Respuesta abierta):

En esta pregunta, hemos seleccionado las 10 respuestas más interesantes, puesto que mostrar las 154 respuestas es desproporcionado y muchas de esas respuestas carecen de peso argumentativo y de calidad en el contenido.

Las propuestas presentadas para incrementar el impacto económico de La Liga en España son variadas y abarcan desde aspectos directamente relacionados con el producto futbolístico hasta iniciativas que buscan fortalecer la marca España a nivel internacional. Un denominador común en muchas de las sugerencias es la accesibilidad económica.

Otra línea de acción recurrente es la mejora de la experiencia del espectador. El **Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.**

fortalecimiento de la marca La Liga a nivel internacional también es una propuesta recurrente.

Además de estas propuestas generales, se han planteado otras ideas interesantes como la inversión en el fútbol base, la colaboración con el gobierno para desarrollar proyectos de infraestructura y promoción turística, y la lucha contra la corrupción para aumentar la transparencia y la credibilidad de la liga.

5.3 Discusión de hallazgos.

El objetivo principal del estudio, como se especificó al inicio de este, trataba de analizar y medir el impacto económico que La Liga tiene en diferentes sectores de la economía española. A mayores, había varios objetivos específicos que mostraban la intención de cuantificar los ingresos y empleos, tanto directos como indirectos, generados por la actividad futbolística en España, evaluar el impacto del fútbol en el turismo y su contribución al desarrollo de las ciudades y regiones donde operan los clubes y ofrecer recomendaciones para optimizar el impacto económico del fútbol en España y asegurar su sostenibilidad a largo plazo, lo cual no tiene gran complicación gracias a la colaboración de los encuestados respondiendo a la pregunta “¿Cómo crees que La Liga podría contribuir aún más a la economía española?”, la cual nos ha dejado muchas respuestas muy interesantes que posteriormente abordaremos.

En este apartado del Estudio de campo, se quiere poner en relación los resultados obtenidos con el estudio realizado, basado en el proceso de revisión bibliográfica; y los resultados cosechados.

Primero, debemos establecer que la muestra que colaboró accediendo a realizar la encuesta fue compuesta en su mayoría de hombres, siendo una minoría las mujeres (el 37,7%). Además, la edad está comprendida, mayoritariamente en el intervalo 18-25 años; siendo un menor porcentaje (14,3%) las personas entre 25 y 45 años.

La muestra inicial preseleccionada de 154 personas sesga significativamente este hecho, por lo que las conclusiones que se pueden llegar al respecto son limitadas. Si que podemos extraer la evidencia de que los seguidores de este deporte son, en su mayoría hombres. Además, este dato no coincide en su totalidad con los resultados de estudios de mayor calado y profundidad, como el de Belén Zurita (2024), en el que se indican porcentajes de seguimiento y afición al fútbol en el género femenino en nuestro país de alrededor del 49%. Esto significa que el 49% de las mujeres españolas habrían expresado interés en este deporte y competición, en comparación con el 37,7% de las participantes femeninas que nuestro estudio encontró.

En relación con la percepción del impacto económico de la liga, una amplia mayoría de los participantes (92,2%) confirmaron que consideran que LaLiga tiene un impacto significativo en la economía española. Este resultado concuerda con la evidencia, proporcionada por múltiples fuentes, de que LaLiga tiene un impacto en la economía española.

Con respecto a elegir qué sector creen que se beneficia más del impacto económico de la liga, hemos encontrado varias respuestas que son las más destacables. La mayoría de los encuestados (33,1%) cree que el sector de Publicidad y Marketing es el más beneficiado, le sigue muy de cerca (31,2%) la opinión de que es el sector de los Medios de Comunicación el más beneficiado de este impacto, mientras que un menor porcentaje (el 22,7%) interpreta que es el sector de la Hostelería y restauración el más beneficiado.

Un estudio de LaLiga (2023) indica que el mayor ingreso directo se obtuvo del gasto de los aficionados en productos y servicios asociados al fútbol profesional.

En cuanto a la creencia de si el fútbol español a través de LaLiga ayuda a incrementar el turismo internacional en España, la mayoría (51,3%) contestó que, si afecta de manera considerable, mientras que una menor parte (el 41,6%) piensa que afecta, pero en menor medida. El porcentaje de las personas que piensan que no afecta (3,2%) es prácticamente inexistente.

Un artículo consultado, como el de Hosteltur (2015) que recoge datos de un informe realizado por Goalnomics a través de Ticketbis, informa de que viajeros de 19 nacionalidades diferentes se desplazan todos los fines de semana a nuestro país para presenciar un partido de nuestra liga.

Uno de los aspectos claves es el análisis de la creación de empleo relacionado con LaLiga. En este caso, una ligera mayoría (41,8%) opina que LaLiga genera tanto empleos directos como indirectos, le sigue (con 40,5%) la opinión de que genera más empleos indirectos y una menor parte (9,8%) piensa que genera muchos empleos directos.

Un estudio de LaLiga (2023) indica que el fútbol profesional genera más de 194.000 empleos, siendo 66.541 de forma directa, 65.481 de forma indirecta y 62.360 inducidos. Esta información es muy interesante, pues nos indica que, a pesar de la opinión de la muestra encuestada, en la cual mayoritariamente se piensa que se crean empleos indirectos más que directos, este estudio, nos ha demostrado que genera ambos, siendo un poco mayor el número de empleos que genera de forma directa.

Otro aspecto importante, según la finalidad del estudio es el gasto económico relacionado con la liga. Un 51% de los encuestados afirma gastar dinero en productos o servicios relacionados con La Liga mientras que un 49% dice no gastar en ellos.

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

Arquero Villalba, Rodrigo.

Dentro de los que sí gastan dinero en productos o servicios de LaLiga, destacan; en primer lugar, el consumo en bares y restaurantes (67,1%) en segundo lugar, el gasto en ropa y merchandising (64,6%), el tercer (59,8%) en entradas para partidos , en cuarto lugar (46,3%) en suscripciones a servicios de televisión o streaming y en último lugar (25,6%) en apuestas deportivas.

Un estudio realizado por LaLiga (2023) calculó el gasto realizado por los aficionados en productos relacionados con el fútbol profesional, y cuyos resultados no concuerdan con las respuestas obtenidas en nuestra encuesta, pues de los 6.522 M de euros ingresados, 2.954M de euros fueron ingresados por quinielas y apuestas deportivas, 1.129M de euros a internet, 827M de euros a televisión de pago y los 1.613 restantes a otras categorías (prensa deportiva, hostelería, taquillas).

Bien es cierto, que el gasto en hostelería está incluido en la segunda categoría que más ingresa según el estudio de LaLiga y que en nuestro estudio supone la mayoría, pero lo más destacable bajo mi punto de vista, es el tema de las apuestas deportivas, pues según el informe de LaLiga es, la categoría que más ingresos reporta y en mi estudio ha sido la última. Esto se puede deber a varias razones, en primer lugar, es un hecho que el realizar apuestas deportivas está mal visto en nuestra sociedad, ya que muy pocas personas logran ganar dinero. Según un estudio proporcionado por el Periódico de Aragón (2021) se trata de una industria que busca ganar dinero y sólo el 1% de los jugadores consigue obtener ingresos.

En segundo lugar, puede deberse a que la encuesta fue enviada tanto a hombres como a mujeres. Un estudio llevado a cabo por la Asociación Europea indica que el gasto de los hombres es superior, con 40 euros al mes, que el de las mujeres, cuya inversión mensual en juego de pronósticos deportivos asciende a 23 euros.

También debemos tener en cuenta la Edad, ya que en nuestro estudio la mayoría pertenecía al rango de Edad comprendido entre 18 y 25 años y que según este estudio la franja de edad principal del perfil de apostante en España está entre los 26 y 35 años, que representa el 34 por ciento del total.

Dentro de las personas que gastan dinero en productos de la liga, también preguntamos a los encuestados, cuánto dinero estimaba en el gasto que hacían mensualmente en productos y servicios relacionados con LaLiga. La amplia mayoría (56,3%) gastan menos de 20 euros al mes. Seguido de los que gastan entre 20 y 50 euros al mes(28,6%), después tenemos los que gastan entre 50 y 100 euros al mes(10,7%) y finalmente los que gastan más de 100 euros al mes (4,5%).Estos datos bajo mi punto de vista están altamente relacionados con las respuestas obtenidas en la pregunta anterior, en la cual el consumo

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

en bares y restaurantes era la mayoritaria, seguido de ropa y merchandising. Me baso en esta opinión por el gasto que puede suponer el consumo en un bar o restaurante, que suele ser menor a 100 euros mensuales, dependiendo de la cantidad de veces que asistas a estos establecimientos. Teniendo en cuenta, que lo segundo en lo que más gastan mis encuestados es ropa y merchandising, y que, el gasto en una camiseta de tu equipo de fútbol suele estar entre los 60 y 100 euros, lo cual en esta última pregunta supone sólo el 10%.

Por tanto, analizaré el consumo en bares y restaurantes ya que, según los datos obtenidos en las últimas dos preguntas, es donde la mayoría de mis encuestados gasta dinero.

Hosteltur (2019) realizó un estudio interesante que muestra cómo se distribuyen los efectos económicos en función del establecimiento hostelero que transmite el partido. Por lo tanto, el ticket promedio de una bebida en un bar sería de 4,65 euros, mientras que en un pub sería de 11 euros y en un restaurante sería de 12,25 euros. El estudio encontró una representación nacional de más de 260.000 establecimientos hosteleros de todas las comunidades autónomas. De estos establecimientos, el 63,3% eran bares, el 32,5% eran restaurantes y el 4,2% eran pubs y otros establecimientos de ocio nocturno, como discotecas y discotecas.

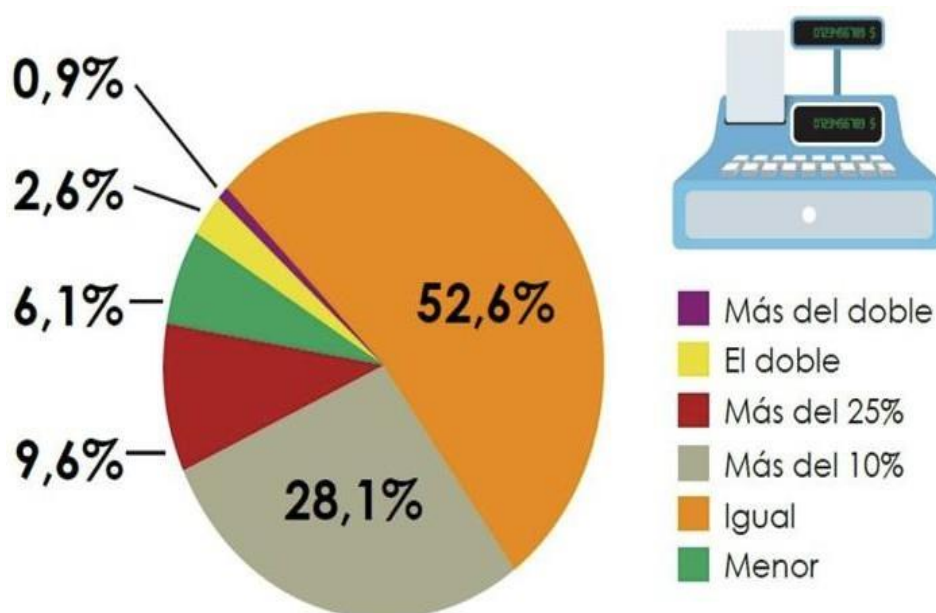


Gráfico 15. Facturación hostelera en jornadas con retransmisión de partidos frente a jornadas sin retransmisión. **Fuente:** Hosteltur (2019).

En síntesis, alrededor de la mitad de las personas afirmaban no notar diferencias en la facturación, mientras que solo el 6,1% decía tener una menor facturación. Sin embargo, **Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.**

más del 40% de los establecimientos mostraron facturar más que en una jornada normal, con una diferencia al menos del 10%. Es importante destacar que, al incluir bares y locales de ocio nocturno en el estudio, existe la posibilidad de que, durante los días de fútbol, las personas prefieran ir a bares para ver reuniones en lugar de restaurantes, ya sea por el ambiente más distendido, la posibilidad de reunirse con amigos o cualquier otra razón asociada con esta situación. Este hecho justificaría la falta de mejora en los niveles de facturación en una gran cantidad de negocios.

Finalmente, me gustaría abordar la pregunta con respuesta abierta que realicé, teniendo en cuenta uno de los objetivos específicos del trabajo, que es ofrecer recomendaciones para optimizar el impacto económico del fútbol en España y asegurar su sostenibilidad a largo plazo. Comentaremos desarrolladamente las propuestas ya nombradas en el ítem 15.

Un denominador común en muchas de las sugerencias es la accesibilidad económica. La reducción de precios en entradas, suscripciones televisivas y productos oficiales, así como la implementación de facilidades de pago, se presentan como medidas clave para atraer a un público más amplio y generar mayores ingresos. Esta estrategia se basa en la idea de que un mayor número de aficionados generará un mayor consumo en sectores relacionados como hostelería, turismo y comercio.

Otra línea de acción recurrente es la mejora de la experiencia del espectador. Se propone optimizar los horarios de los partidos, ofrecer más actividades de entretenimiento en los estadios y mejorar las infraestructuras. Estas medidas buscan aumentar la satisfacción de los aficionados y fomentar la asistencia a los estadios, lo cual a su vez generará mayores ingresos para los clubes y las ciudades que albergan los partidos.

El fortalecimiento de la marca La Liga a nivel internacional también es una propuesta recurrente. La promoción de la liga en otros países, la búsqueda de sinergias con otras industrias y el fomento del turismo deportivo son algunas de las estrategias mencionadas. Una marca más fuerte a nivel global atraería a más patrocinadores y aumentaría los ingresos por derechos televisivos, lo que a su vez se traduciría en una mayor inversión en los clubes y en el desarrollo del fútbol español. Además de estas propuestas generales, se han planteado otras ideas interesantes como la inversión en el fútbol base, la colaboración con el gobierno para desarrollar proyectos de infraestructura y promoción turística, y la lucha contra la corrupción para aumentar la transparencia y la credibilidad de la liga.

Es importante destacar que la implementación de estas medidas debe realizarse de manera equilibrada, teniendo en cuenta los intereses de todos los actores involucrados, desde los clubes hasta las instituciones públicas. Además, es fundamental considerar el contexto económico general del país y evaluar el impacto que estas medidas podrían tener

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

en otros sectores.

En conclusión, las propuestas presentadas ofrecen un abanico de posibilidades para que La Liga incremente su contribución a la economía española.

6. CONCLUSIONES.

6.1 Resumen de hallazgos.

LaLiga tiene un gran impacto en la economía española. El fútbol profesional en España constituye un 1,37% del PIB y genera muchos empleos (RedacciónBarcelona, 2019). Algo que es bien sabido por la población de nuestro país pues queda claramente manifestado en la encuesta realizada en la que el 92,2% mostró saber o ser consciente del impacto de LaLiga en nuestra economía.

Por otro lado, aunque actualmente LaLiga sea un negocio que funciona bastante bien ya que obtiene ingresos a través de múltiples vías, LaLiga como institución debe estar alerta mejorar ciertas áreas como el reparto de los derechos televisivos, que es muy diferente en comparación a otras ligas como la Premier League, para poder seguir creciendo y poder atraer grandes jugadores, lo que conllevaría a tener más espectadores por todo el mundo y, por lo tanto, más ingresos aún.

También se tienen que vigilar y erradicar los escándalos de corrupción que últimamente han salido en torno a LaLiga. Recientemente el “Caso Negreira” ha hecho mucho daño a la reputación arbitral y al F.C.Barcelona, ya que estaba implicado.

A pesar de estos detalles, LaLiga colabora enormemente a la economía del país en múltiples sectores y en nuestro caso, también contribuye con la economía de nuestra ciudad, el ascenso del Real Valladolid a primera división la temporada pasada, supuso un efecto económico de unos 20 millones de euros para la ciudad.

También me gustaría hablar de las conclusiones que he podido extraer gracias al estudio de campo realizado a través de una encuesta en Google Forms. Son muchas las conclusiones que se pueden sacar. Debemos partir de que la gran mayoría de personas que respondió la encuesta comprende un rango de edad de entre 18-25 años (72.1%) con las limitaciones económicas que suelen tener las personas pertenecientes a ese rango de edad entre otras cosas. También debemos tener en cuenta que la mayoría de los encuestados fueron hombres. Partiendo de esto, lo más destacable es:

En cuanto a si consideran que LaLiga tiene un impacto económico significativo en la economía de nuestro país, la gran mayoría mostró estar de acuerdo, lo cual es algo lógico, pues como ya hemos visto, es un hecho que LaLiga contribuye enormemente a nuestra economía. Un ítem que llamó mi atención fue en el que los encuestados respondieron si

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

Arquero Villalba, Rodrigo.

solían gastar dinero en productos o servicios relacionados con LaLiga, donde sólo la mitad indicó que sí. De los cuales, en la siguiente pregunta, mostraron que el gasto que realizan en estos productos o servicios en su mayoría es en ropa y merchandising, consumo en bares y restaurantes y en entradas para partidos. El dato que me ha llamado la atención, y que también abordé en la discusión de hallazgos, es que sólo el 25% respondió que efectuaba gastos en apuestas deportivas. Este dato no concuerda mucho con un estudio realizado por LaLiga (2023) donde calculó el gasto realizado por los aficionados en productos relacionados con el fútbol profesional en el cual, el ingreso por quinielas y apuestas deportivas era mayor que el ingreso obtenido por taquillas, hostelería, televisión de pago etc.

Esto demuestra lo mal visto que está por parte de la población el hecho de realizar apuestas deportivas o acciones relacionadas, ya que, aunque seguramente muchos más encuestados que ese 25% realicen apuestas relacionadas con LaLiga, no quisieron mostrarlo en la encuesta.

Otro apartado que coincide con el rango de edad de la mayoría de los encuestados es el dinero gastado al mes en productos o servicios relacionados con LaLiga, en el que más de la mitad indicó que fue de menos de 20 euros, lo que concuerda con personas entre 18-25 años que no suelen tener un alto poder adquisitivo.

Finalmente, el último apartado del que me gustaría hablar es el que trata sobre si el gobierno español debería invertir más en el fútbol español para maximizar el impacto económico de LaLiga. La mayoría (52.6%) votó que no. Esto se puede deber a que piensen que en el mundo del fútbol ya se mueve demasiadas cantidades de dinero como para recibir más inversión. Hecho con el que estoy de acuerdo pues las diferencias de sueldos entre trabajos muy importantes para la sociedad como pueden ser los sanitarios o educadores cobran cantidades irrisorias en comparación a los sueldos en el mundo del fútbol.

A pesar de todo esto, deben cuidar lo más importante del fútbol, que es sus aficionados. Tema que abordaremos en el siguiente epígrafe.

6.2 Recomendaciones para futuras líneas de investigación.

Finalmente, es importante señalar, como limitación de este estudio y sugerencia para futuras investigaciones, que este trabajo se ha desarrollado en un contexto de inestabilidad económica y social marcado por desafíos globales, como la crisis económica y las tensiones derivadas de conflictos internacionales como puede ser la de Rusia y Ucrania, Israel, Palestina e Irán, la nueva crisis de los aranceles de Estados Unidos y crisis energéticas. Estos factores han afectado tanto a la economía global como al ámbito deportivo, incluyendo La Liga y otros sectores del deporte profesional. Dada la volatilidad

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

de la situación y la incertidumbre sobre su evolución, resulta complejo prever cómo estos eventos seguirán impactando a las instituciones deportivas en los próximos años. También, bajo mi punto de vista como aficionado y socio actual y durante 16 años a un equipo perteneciente a La Liga, hay muchos aspectos que son y serían interesantes de analizar para futuras líneas de investigación relacionadas con La Liga.

Temas como el trato a los aficionados, hay varios aspectos a analizar como los horarios de los partidos de algunos equipos. Es bien sabido por los aficionados a la liga española, que los equipos “pequeños”, es decir, todos los que no son Atlético de Madrid, Real Madrid, FC Barcelona y Athletic Club de Bilbao, a la hora de designarles los horarios son los más perjudicados, pues juegan muchos partidos en horarios que no son los mejores para los aficionados, como puede ser viernes a las 21:00 o lunes a las 21:00. Adjunto una imagen realizada por mi persona cuando viajé a ver al Real Valladolid contra el Deportivo Alavés en Vitoria, el 20 de octubre de 2024.



Figura 5. Protesta grada animación Alavés. **Fuente:** Elaboración propia. (2024).

En la imagen se puede observar las siguientes pancartas: “La Liga siempre es un negocio, La Liga: prohibiciones, La Liga: los dirigentes, La Liga: lunes y viernes, La Liga: Precios

abusivos. No es fútbol, ¿es La Liga?”. Es una clara queja contra la gestión de La Liga en los temas que ellos señalan. Haciendo ver su malestar y que al parecer, sólo interesa lo económico y no los aficionados.

Otro tema respecto a los aficionados es el elevado precio de las entradas, bien es cierto que muchos equipos de la liga (todos menos Real Madrid, RCD Espanyol, Villarreal CF y Rayo Vallecano) tienen un acuerdo por el cual los aficionados visitantes cuando acuden a otros campos pueden comprar entrada en grada visitante por un precio de 30 euros, un precio asequible. Pero al acudir a estadios de los equipos no participantes en el acuerdo, se puede llegar a pagar 100 euros o cifras parecidas. Sería interesante hacer un análisis o una propuesta para que sean los 20 equipos de La Liga los que participen en ese acuerdo.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Ana, B. R., De València Departamento de Economía y Ciencias Sociales - Departament D'Economia I Ciències Socials, U. P., & De València Facultad de Administración y Dirección de Empresas - Facultat D'Administració I Direcció D'Empreses, U. P. (2023, 20 septiembre). *El modelo económico del fútbol profesional español: análisis económico-financiero del F.C. Barcelona*. Rescatado de: <https://riunet.upv.es/handle/10251/196765?show=full> (Consultado el 08/10/2024)

Calemme, M. (2024, 20 noviembre). Tebas: “FIFA y UEFA están poniendo en peligro su monopolio”. *Diario AS*. Rescatado de: <https://as.com/futbol/primera/tebas-fifa-y-uefa-estan-poniendo-en-peligro-su-monopolio-n/> (Consultado el 24/01/2025).

Capital, R. (2022, 17 abril). Gestión e inversión en el deporte - Revista Capital. *Dem_Capt23*. Rescatado de: <https://capital.es/revista-capital/gestion-inversion-deporte-economia-espana/79561/> (Consultado el 08/10/2024)

Castellote, A. (2022, 29 marzo). Sí, a las mujeres les gusta el fútbol. *The Luxonomist*. Rescatado de: <https://theluxonomist.es/actualidad/deportes/que-presencia-tienen-las-mujeres-en-el-futbol> (Consultado el 02/10/2024)

Colaboradores de Wikipedia. (2024, 19 septiembre). *Liga Nacional de Fútbol Profesional*. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. Rescatado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Liga_Nacional_de_F%C3%BAtbol_Profesional. (Consultado el 08/10/2024)

Coll, F. (2020). El impacto del COVID en el fútbol profesional español. *Economipedia*. Rescatado de: <https://cutt.ly/rhA71yc> (Consultado el 29/10/2024).

Efe. (2021, 23 mayo). Las apuestas deportivas, un pasatiempo que condena a los jugadores a perder. *El Periódico de Aragón*. Rescatado de: *Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española*.

<https://www.elperiodicodearagon.com/sociedad/2021/05/23/apuestas-deportivas-pasatiempo-condena-jugadores-52165854.html> (Consultado el 02/10/2024)

Gómez Nido, J. (2022). International growth of major sports leagues: comparative analysis. Trabajo fin de grado, Facultad de comercio, turismo y ciencias sociales Jovellanos , Gijón.(Consultado el 04/11/2024).

González, M. J. (2024, 20 abril). *Los clubes de LaLiga alcanzan un valor de mercado de €17.393M*. Futbol Finanzas. Rescatado de: <https://futbolfinanzas.com/los-clubes-de-laliga-alcanzan-un-valor-de-mercado-de-e17-393m-20240420-661275.html>(Consultado el 04/11/2024).

Hosteltur. (2018, 22 agosto). El turismo del fútbol atrae a España a visitantes de 19 nacionalidades. *Hosteltur*. Rescatado de: https://www.hosteltur.com/113697_turismo-futbol-atrae-espana-visitantes-19-nacionalidades.html (Consultado el 02/10/2024)

Hosteltur. (2019, 5 julio). Cómo impactan las retransmisiones de fútbol en el negocio de la hostelería. *Hosteltur*. Rescatado de: https://www.hosteltur.com/129232_el-impacto-del-futbol-en-la-hosteleria.html (Consultado el 02/10/2024)

HuffPost, R. (2024, 23 septiembre). Tebas: «La huelga puede ser real. Está en peligro la salud y la industria del fútbol». *ElHuffPost*. Rescatado de: <https://www.huffingtonpost.es/deporte/tebas-la-huelga-real-esta-peligro-salud-industria-futbolbr.html?>(Consultado el 24/01/2025).

Impacto económico, fiscal y social del fútbol profesional en España. (2018). En *PWC*. Rescatado de: <https://www.pwc.es/es/publicaciones/entretenimiento-y-medios/assets/informe-impacto-socioeconomico-laliga-2016-17.pdf> (Consultado el 01/10/2024)

Impacto socioeconómico del fútbol profesional en España. (2023). En *kpmg.es*. (Consultado el 04/11/2024).

Independiente, E. (2023, 25 julio). LaLiga Impulso, la iniciativa que otras ligas europeas buscan replicar. *El Independiente*. Rescatado de: <https://www.elindependiente.com/deportes/2023/03/20/laliga-impulso-la-iniciativa-que-otras-ligas-europeas-buscan-replicar/>(Consultado el 04/11/2024).

M. M., & De Ciencias Económicas y Empresariales, U. P. C. F. (2022). *El modelo económico del fútbol profesional: la liga española frente al resto de las grandes ligas europeas*. Rescatado de:

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/56846>.(Consultado el 08/10/2024)

LA CÁMARA DE VALLADOLID ESTIMA EN 113 MILLONES DE EUROS EL IMPACTO ECONÓMICO DE LOS CLUBES DE FÚTBOL EN CASTILLA y LEÓN - Cámara Valladolid. (2023, 30 enero). Cámara Valladolid. Rescatado de: <https://www.camaravalladolid.com/noticias-camara/la-camara-de-valladolid-estima-en-113-millones-de-euros-el-impacto-economico-de-los-clubes-de-futbol-en-castilla-y-leon/>?(Consultado el 24/01/2025).

Laliga. (2021, 21 junio). LaLiga supera los 5.000 millones de euros de ingresos en la 19/20 a pesar del COVID-19. *Página Web Oficial de LALIGA | LALIGA*. Rescatado de: <https://www.laliga.com/noticias/laliga-supera-los-5000-millones-de-euros-de-ingresos-en-la-19-20-a-pegar-del-covid-19> (Consultado el 26/09/2024).

Laliga. (2023, 31 octubre). El fútbol profesional genera en España más de 194.000 empleos, 8.390 M€ en impuestos y supone el 1,44% del PIB. *Página Web Oficial de LALIGA | LALIGA*. Rescatado de: <https://www.laliga.com/noticias/el-futbol-profesional-genera-en-espana-mas-de-194000-empleos-8390-meuro-en-impuestos-y-supone-el-144percent-del-pib> (Consultado el 02/10/2024)

Laliga. (2024, 15 abril). LALIGA crece un 15% sus Ingresos Totales Recurrentes y ya roza los 5.000 millones. (Consultado el 04/11/2024).

LALIGA IMPULSO: así están creciendo los clubes con la inversión de CVC. (2024, 25 enero). elmundo.es. Rescatado de: <https://native.elmundo.es/2024/01/25laliga/index.html> (Consultado el 04/11/2024).

Objective, T. (2024, 18 enero). Los clubes de La Liga lideran la generación de ingresos en el fútbol europeo. *THE OBJECTIVE*. Rescatado de: <https://theobjective.com/actualidad/2024-01-18/clubes-la-liga-futbol-europeo/>(Consultado el 04/11/2024).

Página Web Oficial de LALIGA | LALIGA. Rescatado de: <https://www.laliga.com/noticias/laliga-crece-un-15percent-sus-ingresos-totales-recurrentes-y-ya-roza-los-5000-millones>(Consultado el 04/11/2024).

Página web oficial de LALIGA | LALIGA. (s. f.-a). *Página Web Oficial de LALIGA | LALIGA*. Rescatado de: <https://www.laliga.com/sala-de-prensa/que-es-laliga> (Consultado el 08/10/2024)

Página web oficial de LALIGA | LALIGA. (s. f.-b). *Página Web Oficial de LALIGA | LALIGA*.

Rescatado de: <https://www.laliga.com/sala-de-prensa/que-es-laliga> (Consultado el 04/11/2024).

Página web oficial de LALIGA | LALIGA. (s. f.-c). *Página Web Oficial de LALIGA | LALIGA.*
Rescatado de: <https://www.laliga.com/transparencia/informacion-institucional>
(Consultado el 04/11/2024).

Página web oficial de LALIGA | LALIGA. (s. f.-d). *Página Web Oficial de LALIGA | LALIGA.*
Rescatado de: <https://www.laliga.com/transparencia/organigrama/organigrama-societario> (Consultado el 04/11/2024).

Playbook. (2022, 28 junio). El ascenso del Real Valladolid tendrá un impacto económico de 21,7 millones en la provincia. *2Playbook*. Rescatado de: https://www.2playbook.com/clubes/ascenso-real-valladolid-tendra-impacto-economico-217-millones-en-provincia_8713_102.html? (Consultado el 24/01/2025).

PricewaterhouseCoopers. (s. f.). *Termómetro del ecosistema del deporte en España*. PwC.
Rescatado de: <https://www.pwc.es/es/publicaciones/entretenimiento-y-medios/termometro-ecosistema-deporte-espana.html> (Consultado el 08/10/2024)

RedacciónBarcelona. (2019, julio 10). El fútbol profesional genera el 1,37% del PIB y 185.000 empleos en España. *La Vanguardia*. Rescatado de: <https://www.lavanguardia.com/deportes/futbol/20190710/463408380300/futbol-impacto-economico-pib-empleo.html> (Consultado el 26/09/2024)

Romero González, A. (2021). *Deporte y Economía: Repercusión de La Liga Española de fútbol*. Trabajo Fin de Grado. Universidad de Valladolid. Rescatado de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/46382/TFG-J-244.pdf?> (Consultado el 24/01/2025).

SERVIMEDIA. (2024, 17 enero). Los clubes de LaLiga lideran la generación de ingresos en el fútbol europeo y destacan a nivel deportivo en la Champions League. *La Vanguardia*. Rescatado de: <https://www.lavanguardia.com/economia/20240117/9499894/clubes-laliga-lideran-generacion-ingresos-futbol-europeo-destacan-nivel-deportivo-champions-league-agenciaslv20240117.html> (Consultado el 04/11/2024).

Sobas, S. B. (2023, 30 enero). El Real Valladolid genera un impacto económico de 66 millones, el 60% del total en la Comunidad. Rescatado de: <https://www.tribunavalladolid.com>.
<https://www.tribunavalladolid.com/noticias/319450/el-real-valladolid-genera-un-impacto-economico-de-66-millones-el-60-del-total-en-la-comunidad> (Consultado el

Impacto Liga de fútbol profesional en la economía española.

Arquero Villalba, Rodrigo.

24/01/2025).

Vita, A. M., Vita, A. M., & Vita, A. M. (2020, 24 noviembre). El deporte contribuye al 3,3% del PIB y genera 400.000 empleos. *Cinco Días*. Rescatado de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/11/23/fortunas/1606151043_866311.html (Consultado el 08/10/2024)