



# **GRADO EN COMERCIO**

## **TRABAJO FIN DE GRADO**

**“Impacto del fútbol en la economía española”**

**ÁLEX MERINO REY**

**FACULTAD DE COMERCIO Y RELACIONES LABORALES**

**VALLADOLID, JUNIO 2025**



# **UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

## **GRADO EN COMERCIO**

CURSO ACADÉMICO 2024/2025

### **TRABAJO FIN DE GRADO**

**“El impacto del fútbol en la economía española”**

**Trabajo presentado por: Alex Merino Rey**

**Tutora: Marta María Ingelmo Palomares**

**FACULTAD DE COMERCIO Y RELACIONES LABORALES**

Valladolid, Junio 2025

Impacto del fútbol en la economía española.

Merino Rey, Álex.

## ÍNDICE

|   |           |
|---|-----------|
| <b>RESUMEN.....</b>   | <b>7</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>   | <b>7</b>  |
| <b>PALABRAS CLAVE .....</b>   | <b>8</b>  |
| <b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>   | <b>8</b>  |
| 1.1. OBJETO DEL ESTUDIO .....                                       | 8         |
| 1.2. JUSTIFICACIÓN .....  | 8         |
| <b>2. EVOLUCIÓN DEL PAPEL DEL FÚTBOL EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA. 9</b> |           |
| 2.1. INICIOS: .....   | 9         |
| 2.2. PROFESIONALIZACIÓN Y EXPANSIÓN: .....                          | 9         |
| 2.3. GLOBALIZACIÓN Y CRECIMIENTO ECONÓMICO: .....                   | 10        |
| 2.4. CONSECUENCIAS DE LA PANDEMIA: .....                            | 11        |
| 2.5. EN LA ACTUALIDAD:.....   | 11        |
| <b>3. IMPACTO ECONÓMICO DEL FÚTBOL EN ESPAÑA .....</b>              | <b>11</b> |
| 3.1. IMPACTO DIRECTO .....  | 14        |
| 3.1.1. Gasto de los aficionados.....                                | 14        |
| 3.1.2. Gasto de las empresas sin intervención de los clubes .....   | 23        |
| 3.1.3. Gasto de las empresas en los clubes de fútbol .....          | 24        |
| 3.2. IMPACTO INDIRECTO .....  | 25        |
| 3.3. IMPACTO INDUCIDO .....   | 25        |
| 3.4. CREACIÓN DE EMPLEO .....                                       | 25        |
| 3.5. RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS .....                                 | 28        |
| 3.6. TURISMO .....  | 30        |
| 3.7. INFRAESTRUCTURAS .....   | 31        |
| <b>4. IMPACTO A LARGO PLAZO Y SOCIAL.....</b>                       | <b>32</b> |
| 4.1. IMAGEN DEL PAÍS .....  | 32        |

Impacto del fútbol en la economía española.

Merino Rey, Álex.

|           |   |           |
|-----------|---|-----------|
| 4.2.      | <b>FÚTBOL BASE Y DESARROLLO JUVENIL .....</b> | <b>34</b> |
| 4.3.      | <b>INTEGRACIÓN Y DIVERSIDAD .....</b>         | <b>38</b> |
| 4.4.      | <b>FÚTBOL FEMENINO.....</b>                   | <b>39</b> |
| <b>5.</b> | <b><i>PARTE PRÁCTICA.....</i></b>             | <b>40</b> |
| 5.1.      | <b>METODOLOGÍA.....</b>                       | <b>40</b> |
| 5.2.      | <b>DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA .....</b>        | <b>41</b> |
| 5.3.      | <b>ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....</b>       | <b>43</b> |
| 5.3.1.    | Consumo de los aficionados .....              | 44        |
| 5.3.2.    | Impacto del fútbol en España.....             | 46        |
| 5.3.3.    | Fútbol base.....                              | 48        |
| 5.3.4.    | Racismo en el fútbol.....                     | 50        |
| 5.3.5.    | Fútbol femenino .....                         | 52        |
| <b>6.</b> | <b><i>CONCLUSIONES .....</i></b>              | <b>55</b> |
| <b>7.</b> | <b><i>BIBLIOGRAFÍA.....</i></b>               | <b>56</b> |
| <b>8.</b> | <b><i>ANEXO: ENCUESTA REALIZADA .....</i></b> | <b>61</b> |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|  |    |
|--|----|
| Gráfico 1: Peso de los sectores económicos en el PIB español del año 2022. ....                      | 13 |
| Gráfico 2: Reparto del impacto económico generado por el fútbol en España en el año 2022.<br>.....   | 14 |
| Gráfico 3: Reparto del impacto directo del fútbol .....  | 14 |
| Gráfico 4: Reparto del gasto de los aficionados.....   | 15 |
| Gráfico 5: Reparto del gasto de los aficionados en apuestas deportivas .....                         | 16 |
| Gráfico 6: Reparto del gasto de los aficionados en internet .....                                    | 17 |
| Gráfico 7: Reparto del gasto de los aficionados en televisión .....                                  | 17 |
| Gráfico 8: Reparto de ingresos por taquillas entre ligas .....                                       | 19 |
| Gráfico 9: Reparto de ingresos por taquilla de LALIGA EA SPORTS.....                                 | 19 |
| Gráfico 10: Reparto de ingresos por taquilla de LALIGA HYPERMOTION .....                             | 20 |
| Gráfico 11: Reparto del gasto de los aficionados en hostelería .....                                 | 20 |
| Gráfico 12: Reparto de ingresos de las ligas por cuotas de socios y abonados .....                   | 21 |
| Gráfico 13: Reparto del gasto en videojuegos deportivos .....  | 22 |
| Gráfico 14: Reparto del gasto en prensa .....  | 23 |
| Gráfico 15: Reparto del gasto de las empresas en publicidad en medios de comunicación<br>.....       | 24 |
| Gráfico 16: Reparto del gasto de las empresas en publicidad en los clubes .....                      | 25 |
| Gráfico 17: Empleo generado por el fútbol.....   | 26 |
| Gráfico 18: Reparto por comunidades del empleo generado por el fútbol en España<br>(2016/2017) ..... | 27 |
| Gráfico 19: Recaudación de impuestos a través del fútbol .....                                       | 30 |
| Gráfico 20: Gasto en eventos deportivos .....  | 31 |
| Gráfico 21: Valores que más aportan a la marca España.....   | 33 |
| Gráfico 22: Deportes más influyentes en la marca España .....  | 34 |
| Gráfico 23: Evolución del número de licencias federadas por la RFEF de 2010 a 2023. ...              | 36 |
| Gráfico 24: Clubes federados por CCAA .....  | 37 |
| Gráfico 25: Número de mujeres federadas entre 2014-2023.....   | 40 |

Impacto del fútbol en la economía española.

Merino Rey, Álex.

|   |    |
|---|----|
| Gráfico 26: Edad de los encuestados .....   | 41 |
| Gráfico 27: Sexo de los encuestados.....  | 42 |
| Gráfico 28: Nivel de estudios de los encuestados .....  | 42 |
| Gráfico 29: Ocupación de los encuestados.....   | 43 |
| Gráfico 30: Gasto de los aficionados al mes según los encuestados.....                                  | 44 |
| Gráfico 31: Gasto en actividades relacionadas con el fútbol según los encuestados .....                 | 45 |
| Gráfico 32: El fútbol como parte de la cultura española .....   | 46 |
| Gráfico 33: Percepción de los aficionados sobre la importancia del fútbol en la economía española ..... | 47 |
| Gráfico 34: Percepción sobre el impacto del fútbol en el comercio, turismo y empleo.....                | 48 |
| Gráfico 35: Importancia de que los niños practiquen algún deporte .....                                 | 49 |
| Gráfico 36: Valores en el fútbol base.....  | 49 |
| Gráfico 37: Valores que fomenta el fútbol base .....  | 50 |
| Gráfico 38: Racismo en el fútbol español.....   | 51 |
| Gráfico 39: Medidas para combatir el racismo .....  | 52 |
| Gráfico 40: Fútbol como herramienta para la inclusión.....  | 52 |
| Gráfico 41: Seguimiento del fútbol femenino en el último año .....                                      | 53 |
| Gráfico 42: Visibilidad en medios del fútbol femenino frente al masculino .....                         | 53 |
| Gráfico 43: Obstáculos a los que se enfrenta el fútbol femenino.....                                    | 54 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1: Definiciones PIB.....                          | 12 |
| Tabla 2: Definiciones de los diferentes impuestos ..... | 28 |

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

|   |    |
|---|----|
| Ilustración 1: Competiciones en las que los clubes obtienen ingresos por taquilla. .... | 18 |
|---|----|

## **RESUMEN**

Este Trabajo de Fin de Grado (TFG en adelante) analiza el impacto que tiene el fútbol en la economía y en la sociedad española en la actualidad. Para esto el trabajo se dividirá principalmente en cuatro partes.

En primer lugar, entenderemos como el fútbol se ha ido transformando en el deporte e industria que conocemos hoy en día, ya que desde sus inicios ha sufrido un gran cambio, pasando de ser una actividad practicada por una minoría, a consolidarse como un fenómeno de masas con un gran impacto en la economía y en la cultura española.

Tras ello, nos centraremos en analizar su impacto desde el punto de vista económico. Este apartado cubre múltiples áreas, entre ellas se encuentran el impacto directo, indirecto e inducido, dónde se refleja el alcance del fútbol en distintos niveles. Además, también estudiaremos su papel en otros ámbitos igual de importantes para la economía, como la creación de empleo, la recaudación de impuestos, el impulso al turismo o el desarrollo de infraestructuras.

Más adelante, pondremos el foco en su vertiente social y cultural, aquí, se tratarán aspectos tan diversos como la imagen del país, el papel educativo y formativo del fútbol base, los retos asociados a la lucha contra el racismo, y, el avance del fútbol femenino en estos últimos años.

Por último, con el fin de respaldar y contrastar los aspectos analizados en este trabajo, se ha realizado una encuesta dirigida a una población general. A través de ella se ha recogido la percepción social y económica del fútbol en España.

## **ABSTRACT**

This final degree project analyses the impact that football currently has on the Spanish economy and society. For this purpose, the project will be mainly divided into four parts.

Firstly, we will examine how football has gradually transformed into the sport and industry we know today, as it has suffered a significant change since its beginnings, evolving from an activity practised by a minority into a mass phenomenon with a great impact on the Spanish economy and culture.

Following this, we will focus on analysing its impact from an economic perspective. This section covers multiple areas, including direct, indirect, and induced impact, which reflect the reach of football at different levels. Furthermore, we will also study its role in other

equally important areas for the economy, such as job creation, tax revenue, the promotion of tourism, and infrastructure development.

Later, we will turn our attention to its social and cultural dimension. This part will address a variety of aspects such as the country's image, the educational and formative role of grassroots football, the challenges linked to combating racism, and the progress of women's football in recent years.

Finally, in order to support and contrast the issues analysed in this project, a survey was conducted targeting the general population. Through this, the social and economic perception of football in Spain has been collected.

### **PALABRAS CLAVE**

Fútbol, España, Economía, PIB, Gasto, Impacto, Aficionados, Clubes de fútbol, Empleo, Impuestos, Turismo, Infraestructuras, Imagen del país, Fútbol base, Racismo, Fútbol femenino.

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. OBJETO DEL ESTUDIO**

Este TFG tiene como objetivo analizar el impacto del fútbol en la economía española, con esta investigación pretendo identificar y dar a conocer la importancia y la influencia que tiene hoy en día el fútbol en la sociedad y en la economía de nuestro país, no solo como actividad deportiva, sino como un fenómeno cultural, social y económico.

En particular, se estudiará cómo afecta el fútbol a la economía del país y de los principales agentes que la componen, y, a su vez, también se ofrecerá un punto de vista sobre cómo afecta el fútbol a la sociedad y a su comportamiento. Por otra parte, analizaremos a través de un pequeño estudio práctico si las personas encuestadas son conscientes de esta importancia del fútbol en la economía y en la sociedad.

En definitiva, el propósito de este TFG se basa en dar a conocer el peso que tiene el fútbol en la economía y en la sociedad española a través de datos y reflexiones.

### **1.2. JUSTIFICACIÓN**

La razón por la que mi elección del tema ha sido esta es debido a que el fútbol es el deporte rey en prácticamente todo el planeta, y como tal las personas conocemos los beneficios que aporta en ámbitos como la salud o el entretenimiento, tanto en forma de

deporte, como de manera social de seguir a tu equipo y ser un tema de conversación recurrente.

De ahí que mi motivación ha sido conocer un aspecto que la gente normalmente no suele valorar, su importancia en la economía, en el empleo o en la sociedad. En consecuencia, veía conveniente investigar y dar a conocer este ámbito del fútbol.

Además, me considero un gran aficionado de este deporte desde niño y llevo muchos años siguiéndolo, por lo que me parecía interesante estudiar y conocer más sobre este deporte relacionándolo con mis estudios.

## **2. EVOLUCIÓN DEL PAPEL DEL FÚTBOL EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA**

Hoy en día si pensamos en deporte y en España es inevitable que se nos venga a la cabeza el fútbol, deporte rey en nuestro país, y es que hay que ver como lo que empezó como un simple pasatiempo a inicios del siglo XX se ha convertido en uno de los negocios más influyentes dentro de este país gracias principalmente a la profesionalización del deporte, la globalización y la digitalización. Actualmente el fútbol afecta a la economía española de diferentes formas, de manera directa contribuyendo al PIB y generando empleo, y de manera indirecta respaldando al turismo, al comercio local o a los medios de comunicación. Así ha sido su más que innegable evolución histórica:

### **2.1. INICIOS:**

Según el artículo de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF en adelante) (RFEF, s.f.), el fútbol llegó a nuestro país gracias a un grupo de trabajadores anglosajones de la industria minera. Esto ocurrió en torno al final del siglo XIX y el principio del siglo XX en la provincia de Huelva, donde expresamente se fundó el primer club de fútbol español de la historia en 1889, el Recreativo de Huelva. Hubo que esperar solamente un año para que se disputase la Copa Macaya, la cual fue el primer campeonato de fútbol disputado en España. Más tarde, en los años 1903 y 1929 respectivamente, se celebraron las primeras ediciones de las competiciones que conocemos hoy en día como la Copa del Rey y LaLiga (María, 2025), esto fomentó el crecimiento del deporte. El impacto económico era limitado y se apoyaba únicamente en los ingresos por taquilla y publicidad naciente.

### **2.2. PROFESIONALIZACIÓN Y EXPANSIÓN:**

La profesionalización del deporte dio sus frutos expandiéndose a mediados del siglo XX. La Unión Europea de Asociaciones de Fútbol (UEFA en adelante) (UEFA, 2020) refleja que, en el año 1964, por segunda vez se celebraba la Eurocopa, esta vez con su sede en

España, en esos tiempos nuestro país se encontraba bajo la dictadura de Francisco Franco, al cual le vino excepcionalmente que España se alzase con el título en el Santiago Bernabéu, ya que, el fútbol tomó un papel de propaganda y de unión social (Barnés, 2016).

El deporte comenzaba a ganar popularidad y se empezaban a retransmitir los primeros partidos, clubes como el Real Madrid y el FC Barcelona fueron adquiriendo renombre. Además, fueron los protagonistas del primer partido televisado para toda España (Amiguet, 2024), atrayendo así a empresas y negocios en forma de patrocinadores.

Aunque el fútbol empezaba a ser más relevante para la economía generando empleo, turismo y fomentando la inversión en publicidad, todavía no se acercaba a lo que conocemos actualmente.

### **2.3. GLOBALIZACIÓN Y CRECIMIENTO ECONÓMICO:**

A finales del siglo XX el fútbol tanto español como europeo sufrieron un gran desarrollo, este fue causado por importantes sucesos en la historia del fútbol.

En 1982 se disputó el hasta ahora único mundial celebrado con sede en España, como cuenta Fernández García (2023), la organización del mundial desde el punto de vista económico solo trajo pérdidas, pero supuso un gran impulso para la infraestructura futbolística y el turismo deportivo del país, aunque los jóvenes españoles de la época tomaron como ejemplo a los hooligans ingleses, lo que provocó la creación de grupos ultras. En conclusión, la imagen de España como país moderno y sociedad salió muy beneficiada, pese a que el resultado deportivo no fue el esperado (Mendieta, 2022).

Años más tarde en 1995 se produjo uno de los casos que cambió el fútbol para acercarse a lo que conocemos actualmente, se aprobó la Ley Bosman (ley que permitía la libre circulación de jugadores en la Unión Europea). Esta ley originó cambios en todas las partes implicadas: el número de extranjeros en las ligas aumentó notablemente, los clubes tuvieron que modificar sus modelos económicos, y los jugadores obtuvieron más poder en la gestión de sus carreras y salarios (Enelcamarin.cl, 2023). En resumen, como nos cuenta Szreter (2005), años más tarde en la reunión de Bruselas que convocó el exsecretario general de la UEFA Lars-Christer Olsson en diciembre de 2005, el propio Olsson afirmó: “La esencia del deporte tuvo que adaptarse a los negocios, nadie puede negar el gran impacto que ha causado el Caso Bosman en el fútbol europeo”.

Además, el crecimiento de LaLiga como una de las competiciones punteras atrajo a grandes inversiones de grandes marcas. La primera marca en dar el paso en España fue

la alemana Teka, que como refleja en su web (TEKA, s.f.), el 27 de diciembre del 1981 debutó en LaLiga junto con el Racing de Santander en un partido ante el Real Madrid, con el que curiosamente años más tarde tendría una relación que pasaría a ser histórica. El Racing ingresó aproximadamente 10 millones de pesetas, lo que equivaldría a 60 mil euros.

Ya en el siglo XXI el fútbol empezaba a parecerse a lo que conocemos hoy en día, los clubes se transformaron en grandes empresas globales, además llegaban jugadores estrella como el inglés David Beckham en 2003, el primer jugador en sobrepasar la etiqueta de futbolista a celebrity generando así más inversión y más visibilidad mundial (Romero, 2023). Además, la rivalidad Real Madrid – FC Barcelona fue en aumento, hechos como: el fichaje de Figo por el Madrid, la era Guardiola o la rivalidad Messi – Cristiano hizo que LaLiga ganase popularidad (Guirado, 2024).

## **2.4. CONSECUENCIAS DE LA PANDEMIA:**

En marzo de 2020 el mundo se paralizó debido a la pandemia de COVID-19, como es lógico el mundo del deporte también lo tuvo que hacer. Como recoge el EAE Business School (2020), la pandemia tuvo infinidad de consecuencias a nivel global, para el fútbol español supuso que los clubes y las organizaciones se vieran paralizadas provocando: un efecto negativo en sus economías, anulación o retraso de las competiciones en el mejor de los casos, un mercado de fichajes con poco movimiento y la obligación de tener que reducir salarios y costes. Sin embargo, algo positivo fue que los clubes reinventaron su contenido digital y streaming para generar entretenimiento para los aficionados.

En España el parón por la pandemia duró exactamente tres meses y un día, desde el 11 de marzo de 2020 hasta el 10 de junio de 2020, el primer partido que se disputó fue un Rayo Vallecano – Albacete de la Segunda División Española (RTVE, 2020).

## **2.5. EN LA ACTUALIDAD:**

Hoy en día según el estudio de KPMG (2023) podemos afirmar que el fútbol es uno de los sectores más importantes para la economía española de forma directa e indirecta representando aproximadamente un 1,44% del PIB y generando más de 190.000 empleos directa e indirectamente.

## **3. IMPACTO ECONÓMICO DEL FÚTBOL EN ESPAÑA**

Cada década que pasa en España el fútbol va cobrando más importancia, no solo es el deporte más popular sino también una de las industrias que más influyen en el funcionamiento de su economía y en el comportamiento de su sociedad. Como hemos visto

anteriormente ha pasado de ser una simple actividad lúdica a ser uno de los motores económicos clave.

Para ponernos en contexto, en la Tabla 1, podemos encontrar varias definiciones sobre el Producto Interior bruto (PIB):

**Tabla 1: Definiciones PIB**

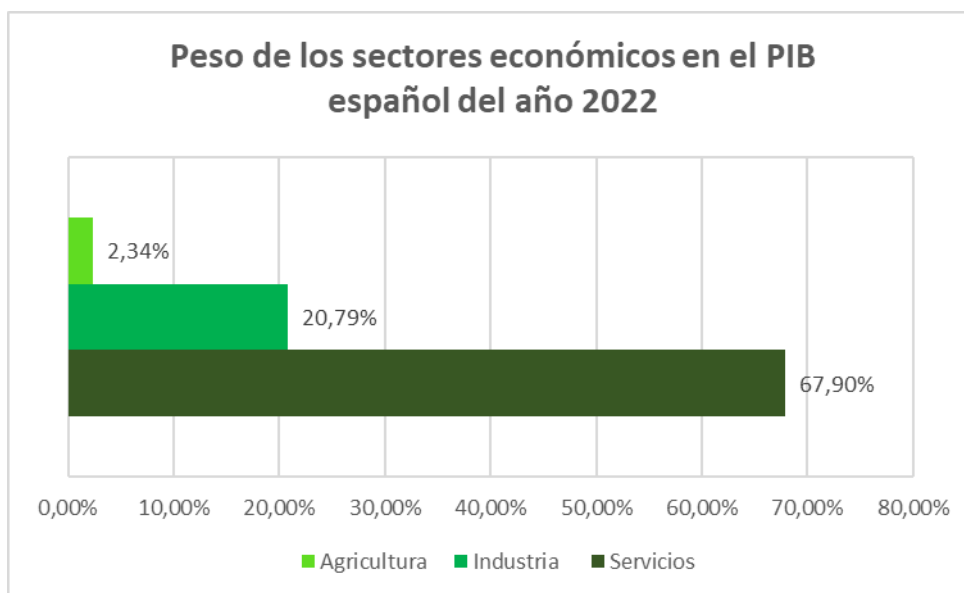
| Referencia                           | Definición   |
|--------------------------------------|--|
| <b>Real Academia Española (s.f.)</b> | “Producto interior bruto, o valor total de los bienes producidos y de los servicios prestados dentro de un país en un año”   |
| <b>Banco de España (s.f.)</b>        | “Valor de la producción total de bienes y servicios de la economía, excluidos los consumos intermedios e incluidos los impuestos netos sobre producción e importaciones”   |
| <b>Banco Santander (s.f.)</b>        | “El Producto Interior Bruto (PIB) mide el valor de todos los bienes y servicios producidos en un período -normalmente un año- en una economía. El PIB es un indicador que se utiliza para conocer la riqueza que genera un país” |

*Fuente:* Elaboración propia.

Tras tener claro lo que es el PIB de un país, según Datosmacro (s.f.), en el año 2022 el PIB español alcanzó la cifra de 1.373.629 M€, esta cifra fue un 6,5% mayor a la del anterior año. Según el gráfico compartido por Fernández (2024), el peso de cada uno de los sectores económicos en el PIB español del año 2022 se vio repartido de la siguiente forma (Gráfico 1):

1. Servicios → 932.694,09 M€ (67,9%).
2. Industria → 285.577,47 M€ (20,79%).
3. Agricultura → 33.142,91 M€ (2,34%).

**Gráfico 1: Peso de los sectores económicos en el PIB español del año 2022.**



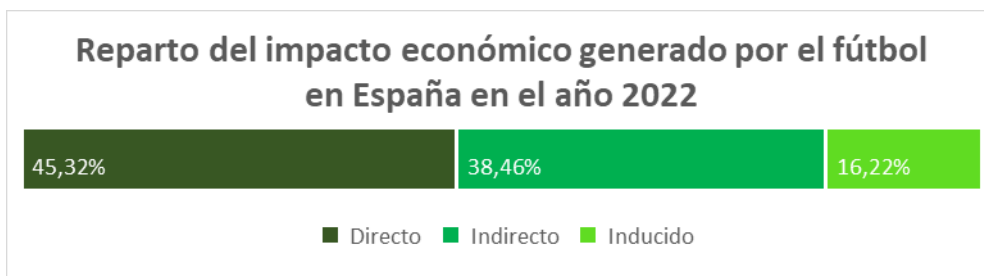
*Fuente:* Elaboración propia a partir de Fernández (2024).

Tomando como referencia el estudio realizado por KPMG (2023), podemos afirmar que en 2022 el fútbol contribuyó al PIB español con un 1,44%, es decir, se generaron más de 18.350 millones de euros con el fútbol profesional español (primera y segunda división). Para contextualizar esta cifra, en 2022, poniendo en conjunto esta información y el Gráfico 1 presentado anteriormente, llegamos a la conclusión de que solo el fútbol profesional ha generado algo más de la mitad de lo que generó la agricultura en ese mismo año.

Ya centrándonos en el peso del fútbol en el PIB español del año 2022, como veremos a continuación en el Gráfico 2, distinguimos las tres formas diferentes mediante las cuáles el fútbol aportó los 18.350 millones de euros a la economía del país, de forma directa, indirecta e inducida (KPMG, 2023).

1. Impacto directo → 8.316 M€ (45,32%).
2. Impacto indirecto → 7.057 M€ (38,46%).
3. Impacto inducido → 2.977 M€ (16,22%).

**Gráfico 2: Reparto del impacto económico generado por el fútbol en España en el año 2022.**



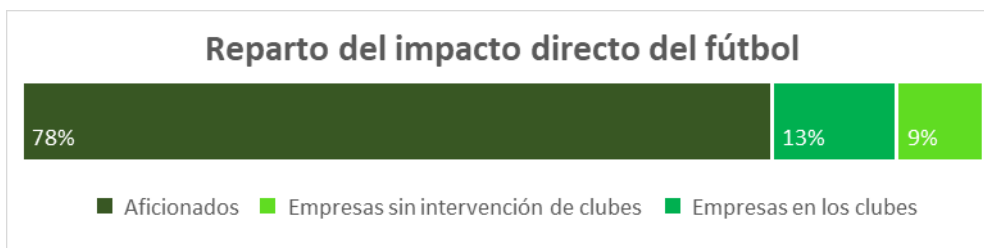
*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2023).

### 3.1. IMPACTO DIRECTO

El impacto o gasto directo que generó el fútbol profesional en la temporada 2021-2022 alcanzó los 8.316 millones de euros, en términos de PIB se tradujo en un 0,65% del PIB total del país. Como podemos observar en el Gráfico 3, esta contribución se reparte en tres grupos:

1. Los aficionados → 6.522 M€ (78,4%).
2. Empresas sin la intervención de los clubes → 717 M€ (8,6%).
3. Empresas en los clubes → 1.077 M€ (13%).

**Gráfico 3: Reparto del impacto directo del fútbol**



*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2023).

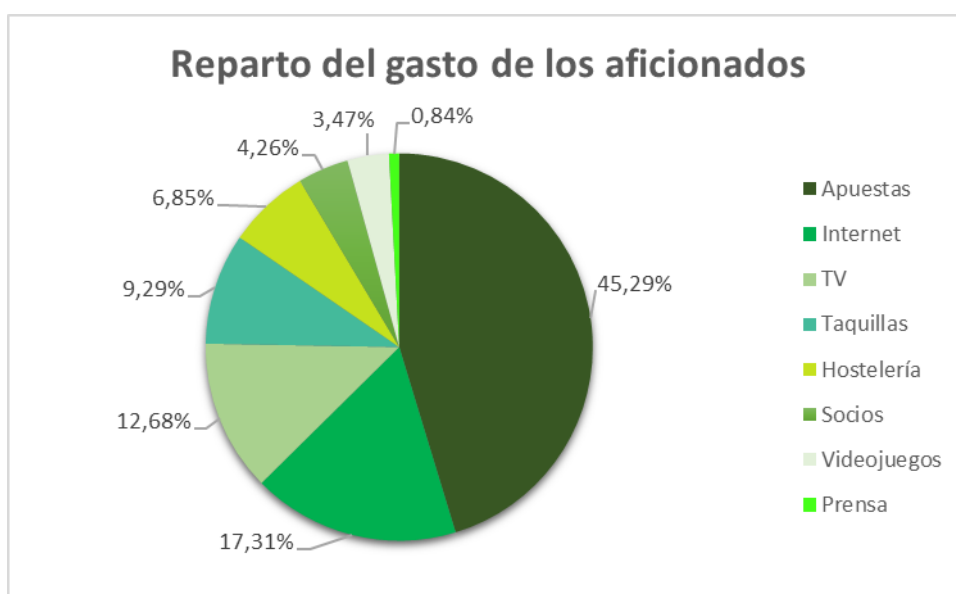
#### 3.1.1. Gasto de los aficionados

Respecto al gasto de los aficionados, los datos reflejados en el siguiente gráfico (Gráfico 4), nos muestran que podemos repartirlo en ocho categorías (ordenadas de mayor a menor influencia):

1. Apuestas (apuestas con relación al fútbol profesional) → 2.954 M€ (45,29%).
2. Internet (gasto para seguir el fútbol y su actualidad) → 1.129 M€ (17,31%).

3. TV (suscripciones en plataformas con derechos para la retransmisión de los partidos) → 827 M€ (12,68%).
4. Taquillas (entradas para ver los partidos en el estadio) → 606 M€ (9,29%).
5. Hostelería (gastos que se realizan cuando vas a ver los partidos) → 447 M€ (6,85%).
6. Socios (cuotas de socios y abonados) → 278 M€ (4,26%).
7. Videojuegos (gasto en videojuegos de fútbol) → 226 M€ (3,47%).
8. Prensa (gasto en prensa deportiva frente a prensa general) → 39 M€ (0,84%).

**Gráfico 4: Reparto del gasto de los aficionados**



*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2023).

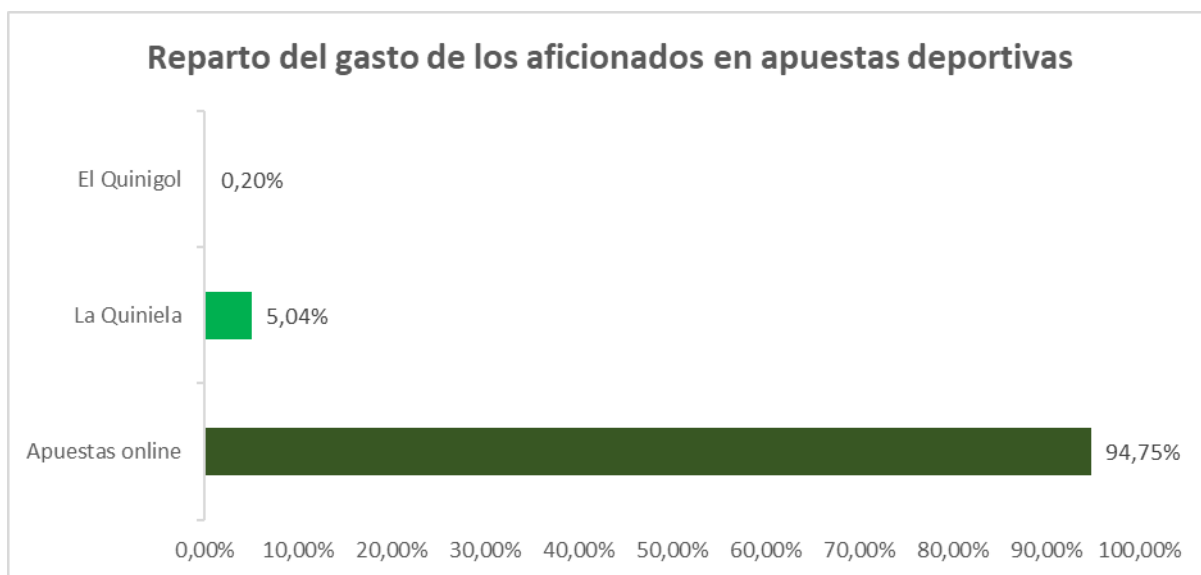
#### **3.1.1.1. Gasto de los aficionados en apuestas**

En base a la digitalización, las apuestas en el mundo del fútbol profesional han percibido un gran aumento gracias a las plataformas de apuestas online, siendo una de las razones de que las apuestas lideren este ranking.

En el año 2022, el gasto que realizaron los aficionados en apuestas con relación al fútbol profesional español ascendió hasta los 2.954 M€. Este gasto se divide principalmente en tres tipos de apuestas según la información presentada en el Gráfico 5:

1. Las apuestas online → 2.799 M€ (94,75%).
2. La Quiniela → 149 M€ (5,04%).
3. El Quinigol → 6 M€ (0,20%).

**Gráfico 5: Reparto del gasto de los aficionados en apuestas deportivas**



*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2023).

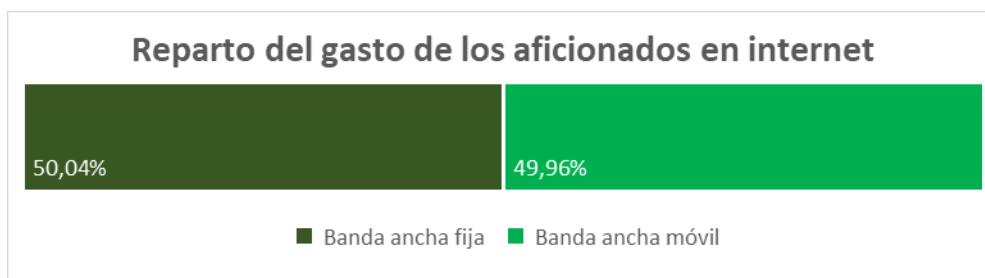
#### **3.1.1.2. Gasto de los aficionados en internet**

Hoy por hoy el internet se ha vuelto un agente imprescindible a lo largo de nuestros días: llamadas, mensajes, redes sociales, y también fútbol. Gran parte de las personas que contratan internet consultan la actualidad deportiva a través de este servicio.

Centrándonos únicamente en el gasto directo de internet para seguir el fútbol y la actualidad de nuestras ligas domésticas, observamos un gasto que alcanza los 1.129 M€, como observamos en el análisis realizado en el Gráfico 6, este gasto se reparte entre la contratación de banda ancha fija (conexión por fibra óptica o por cable) y banda ancha móvil (conexión mediante redes 4G o 5G):

1. Banda ancha fija → 565 M€ (50,04%).
2. Banda ancha móvil → 564 M€ (49,96%).

**Gráfico 6: Reparto del gasto de los aficionados en internet**



*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2023).

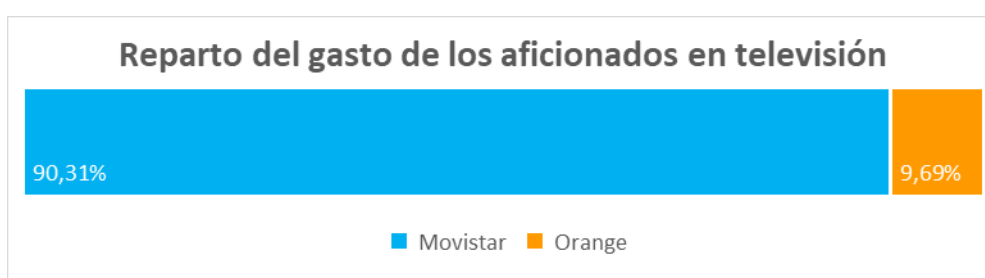
### 3.1.1.3. Gasto de los aficionados en televisión

Uno de los pilares del fútbol y de los clubes como industria son los derechos de retransmisión, en este caso, se ha calculado el gasto sobre un servicio final, que está compuesto por la parte de suscripción pagada a las plataformas de pago, y por los derechos de retransmisión.

En España este gasto en el año 2022 fue de 827 M€, y se estima que fueron en torno a 9,1 millones de personas los abonados a estas plataformas. Dentro de la gran variedad, en el Gráfico 7 podemos observar las dos plataformas que destacaron por encima de las demás:

1. Movistar TV → 746 M€ (90,31%).
2. Orange → 80 M€ (9,69%).

**Gráfico 7: Reparto del gasto de los aficionados en televisión**



*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2023).

### 3.1.1.4. Gasto de aficionados en taquillas

Los aficionados al fútbol también disfrutan de ir a ver al estadio al equipo del que son hinchas, en los gastos en taquillas se contabiliza la compra de entradas. En la Ilustración 1 se observan las diferentes competiciones organizadas por la UEFA

(Champions League, Europa League y Supercopa de Europa), así como la liga, Copa del Rey, ... de dónde los clubs obtienen ingresos a través de la venta de entrada y abonos.

**Ilustración 1: Competiciones en las que los clubs obtienen ingresos por taquilla.**

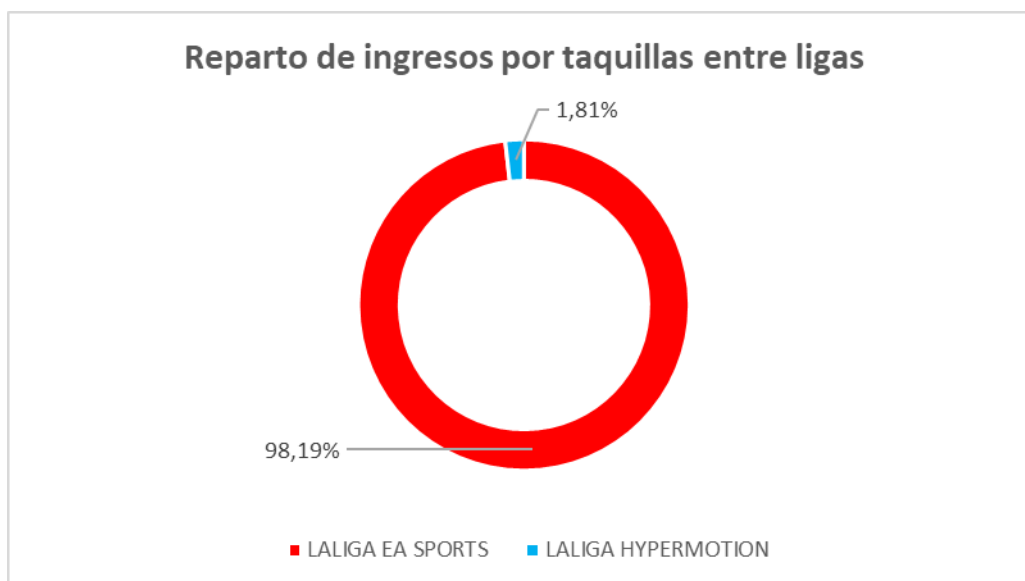


Fuente: KPMG (2023).

En la temporada disputada entre 2021 y 2022, el ingreso percibido por los clubes en relación con taquillas llegó hasta los 606 M€. En relación con el Gráfico 8, el ingreso total se reparte entre las dos ligas de fútbol profesionales de España, LALIGA EA SPORTS que es el Campeonato Nacional de Liga de Primera División organizado por LALIGA, y, LALIGA HYPERMOTION es el Campeonato Nacional de Liga de Segunda División también organizado por LALIGA. Vemos un reparto muy dispar en consecuencia a que en LALIGA EA SPORTS acude más público ya que los estadios son más grandes, las entradas son más caras, y, además, el nivel de los equipos y jugadores es más alto por lo que atraen a más aficionados a los estadios (Gráfico 8).

1. LALIGA EA SPORTS → 596 M€ (98,19%).
2. LALIGA HYPERMOTION → 11 M€ (1,81%).

**Gráfico 8: Reparto de ingresos por taquillas entre ligas**



*Fuente:* Elaboración propia a partir de KGMP (2023).

Analizando cada liga independientemente, podemos ver como en la temporada 21-22 los ingresos totales son muy superiores y se reparten de forma mucho más desequilibrada en LALIGA EA SPORTS que en LALIGA HYPERMOTION.

Es decir, por un lado, los clubes de LALIGA EA SPORTS generan 596 M€, de los que 544 M€, que equivale al 91,28%, se queda en las arcas de los cinco mejores clubes (Real Madrid, FC Barcelona, Club Atlético de Madrid, Villarreal CF y Sevilla FC), mientras que el total del resto de equipos se reparten sólo el 8,72%, 52 M€. Esta gran diferencia se ve reflejada en el Gráfico 9:

**Gráfico 9: Reparto de ingresos por taquilla de LALIGA EA SPORTS**



*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2023).

Por otro lado, los clubes de LALIGA HYPERMOTION generaron un total de 11 M€, de los cuáles 7M€, que corresponde a un 63,64%, lo generaron el Top 5 (CD Tenerife, UD

Las Palmas, Málaga CF, Real Sporting de Fútbol y Girona FC), el resto de los equipos alcanzó la cifra de 4 M€ que significan un 36,36%. Como observamos en el Gráfico 10, se da un reparto algo más igualado.

**Gráfico 10: Reparto de ingresos por taquilla de LALIGA HYPERMOTION**



*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2023).

**3.1.1.5. Gasto de aficionados en hostelería**

Cuando los aficionados acuden a ver a su equipo al estadio, ya sea local o visitante, además del gasto que realizan en la entrada soportan otros gastos asociados al transporte y a la hostelería, en el transporte van incluidos gastos como por ejemplo el combustible, el billete de tren o el taxi hasta el estadio. Se contabilizan gastos en hostelería los realizados en comercios locales, bares o en hospedaje.

Una vez conocido el tipo de gastos que categorizamos como gastos en hostelería, la cantidad que desembolsaron los aficionados durante la temporada 2021-22, según KPMG (2023), fue de 447 M€. A través del Gráfico 11 podemos ver como esta cantidad está más o menos igualada ya que los hábitos de consumo en días de partido son similares en ambas categorías:

1. LALIGA EA SPORTS → 272 M€ (60,85%).
2. LALIGA HYPERMOTION → 175 M€ (39,15%).

**Gráfico 11: Reparto del gasto de los aficionados en hostelería**



*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2023).

Impacto del fútbol en la economía española.

Merino Rey, Álex.

Como dato curioso, KPMG tras realizar una encuesta a 200 aficionados, llegó a la conclusión de que los aficionados de clubes de LALIGA EA SPORTS, gastan aproximadamente 19€ por persona cuando juega su equipo como local, frente a los 219€ que se gastan si su equipo juega como visitante. En el caso de los hinchas de equipos de LALIGA HYPERMOTION, si su equipo juega como local gastan alrededor de 16€ por persona, mientras que, si su equipo juega como visitante, se calcula que gastan unos 192€ por persona.

#### **3.1.1.6. Gasto de aficionados por cuotas de socios**

Los clubes también perciben un ingreso por parte de los aficionados en base a cuotas de socios y abonados. Los ingresos totales obtenidos por los equipos de ambas divisiones alcanzan los 278 M€, al igual que en anterior gráfico, en el Gráfico 12 se observa la gran diferencia de ingresos por abonados en ambas ligas causada por el tamaño de las aficiones, la diferencia de precios o el atractivo deportivo:

1. LALIGA EA SPORTS → 251 M€ (90,29%).
2. LALIGA HYPERMOTION → 27 M€ (9,71%)

**Gráfico 12: Reparto de ingresos de las ligas por cuotas de socios y abonados**



*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2023)

De los ingresos obtenidos por los clubes de LALIGA EA SPORTS, los equipos Real Madrid, FC Barcelona y Club Atlético de Madrid, contribuyeron con el 55% de los 251 M€, esto equivale a 138 M€ aproximadamente.

#### **3.1.1.7. Gasto de aficionados en videojuegos**

El fútbol tiene un público con un amplio abanico de edades, entre ellos se encuentra la gente joven, estos son los principales clientes de la industria de los videojuegos. Los videojuegos relacionados con los deportes son una de las categorías más demandadas en España ubicándose en segundo lugar con un 22% sobre los 2.012 M€ que se gastan en España en videojuegos, solo por detrás de los de acción que representan un 34%.

En el Gráfico 13 nos centramos en ese 22% que representan los videojuegos deportivos, en los que los videojuegos de fútbol toman un papel importante frente al resto de deportes, pero los de fútbol son los más consumidos por motivos como la popularidad del deporte en el país, la facilidad de entender y de jugar, y, el gran marketing y la gran inversión que realizan los fabricantes para su desarrollo:

1. Fútbol → 226 M€ (50%).
2. Otros deportes → 226 M€ (50%).

**Gráfico 13: Reparto del gasto en videojuegos deportivos**



*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2023).

**3.1.1.8. Gasto de aficionados en prensa**

Una de las principales fuentes por su recorrido y por su eficiencia para enterarse de la actualidad general y deportiva siempre ha sido la prensa, aunque en los tiempos más cercanos el número de ejemplares que se venden haya disminuido como consecuencia de la digitalización, una parte de los aficionados sigue acudiendo a este medio para informarse.

En la temporada 2021-2022 se registró que los aficionados al fútbol profesional desembolsaron un total de 55 M€ en prensa. Tal y como vemos en el Gráfico 14, este gasto se reparte en:

1. Prensa deportiva → 39 M€ (70,91%).
2. Prensa general → 16 M€ (29,09%).

### Gráfico 14: Reparto del gasto en prensa



*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2023).

#### 3.1.2. Gasto de las empresas sin intervención de los clubes

La gran trascendencia del fútbol profesional en España provoca que las empresas tengan en cuenta el mundo del fútbol para realizar su propuesta de marketing, de modo que ven una oportunidad de llegar a más público, por ejemplo, a través de anuncios durante la emisión de partidos, publicidad en diarios deportivos, o patrocinios en programas deportivos. A lo largo de la temporada 2021-2022 el gasto total realizado por las empresas en publicidad asociada al fútbol profesional en España asciende a 717 M€, el análisis del Gráfico 15 nos permite conocer cómo se distribuye el gasto, y ver que el mundo digital es el más importante e influyente hoy en día:

1. Internet → 470 M€ (65,64%).
2. Televisión → 106 M€ (14,80%).
3. Prensa → 89 M€ (12,43%).
4. Radio → 51 M€ (7,12%).

**Gráfico 15: Reparto del gasto de las empresas en publicidad en medios de comunicación**



*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2023)

### **3.1.3. Gasto de las empresas en los clubes de fútbol**

El gasto de las empresas que realizan a través de los clubes de fútbol es mayor al que se realiza a través de los medios de comunicación, una de las razones consiste en la influencia que generan los clubes, por ello se utiliza su imagen para publicitarse. Este tipo de publicidad la podemos encontrar en los estadios, en los clubes, en los futbolistas...

El análisis de KPMG saca a la luz, que los ingresos percibidos por los clubes de las ligas profesionales españolas sumaron un total de 1.077 M€, según la información representada en el Gráfico 16, esta cantidad se contabilizó en ingresos por:

1. Patrocinio y merchandising → 714 M€ (66,30%).
2. Imagen futbolistas → 187 M€ (17,36%).
3. Publicidad estática y dinámica → 176 M€ (16,34%).

### Gráfico 16: Reparto del gasto de las empresas en publicidad en los clubes



*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2023).

### 3.2. IMPACTO INDIRECTO

Siguiendo con el Impacto indirecto, KPMG (2023) señala que “El efecto indirecto es producido como consecuencia de la producción y empleo generado por la demanda de bienes y servicios intermedios”.

De manera indirecta en la temporada que tuvo lugar entre 2021 y 2022, el fútbol aportó 7.057 M€ a la economía española, respecto al PIB esta cifra supone el 0,55% del PIB español.

Cada sector de la economía española relacionado indirectamente con el fútbol profesional aporta una cantidad diferente, aunque según el estudio, hay siete sectores que destacan por encima del resto y que aproximadamente aportan la mitad del impacto indirecto total, estos son: empresas de actividades culturales, empresas de actividades recreativas y deportivas, operadores turísticos, servicios de edición, empresas de publicidad, telecomunicaciones y otros servicios profesionales.

### 3.3. IMPACTO INDUCIDO

Finalmente, el impacto inducido como añade KPMG (2023), se refiere al incremento de producción de los diferentes sectores, consecuencia del gasto privado que los empleados directos e indirectos realizan en la economía española.

La contribución inducida del fútbol a la economía española fue de 2.977 M€ a lo largo de la temporada 21-22. Respecto al 1,44% que aporta el fútbol al PIB de España, el impacto inducido aporta un 0,24%.

### 3.4. CREACIÓN DE EMPLEO

La industria del fútbol no solo se dice que es uno de los motores por todo lo que aporta económicamente, además de todo el gasto e inversión mencionado anteriormente,

el fútbol en España requiere de un gran número de personal para su correcto funcionamiento, es decir, el fútbol genera miles de empleos.

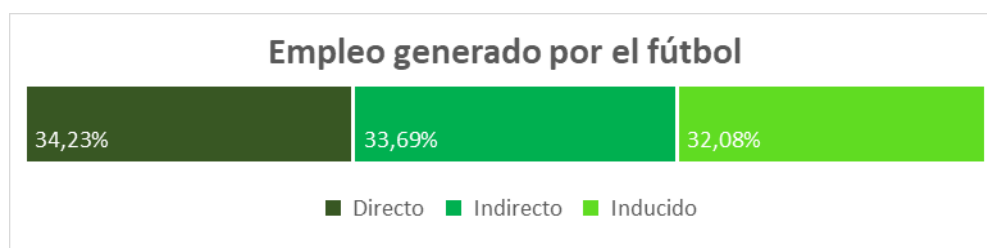
El impacto que genera el fútbol en base a la creación de puestos de trabajo podemos dividirlo en tres categorías: empleo directo, empleo indirecto y empleo inducido.

- Se considera empleo directo a aquel ofertado por clubes u organizaciones como LaLiga o la RFEF.
- En el empleo indirecto entran en valor los trabajos realizados por otros sectores, pero relacionados con el fútbol, por ejemplo, el comercio local, el turismo o la construcción.
- Por último, el empleo inducido se genera en consecuencia al gasto de los salarios de los empleados directos e indirectos.

En concreto en la temporada 2021-2022, KPMG (2023) calculó que las ligas profesionales de fútbol españolas generaron 194.381 empleos, distribuidas en (Gráfico 17):

1. Empleo directo → 66.541 empleos (34,23%).
2. Empleo indirecto → 65.481 empleos (33,69%).
3. Empleo inducido → 62.360 empleos (32,08%).

### **Gráfico 17: Empleo generado por el fútbol**



*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2023).

Los puestos de empleo que genera el deporte rey en España no se reparten equitativamente por todo el país, sino que podemos identificar dos grandes focos dónde se concentra cerca de la mitad de los empleos generados, estos son Madrid y Cataluña, siendo el primero la referencia del turismo deportivo del país. Detrás de estas se encuentran comunidades como Andalucía, Valencia, o País Vasco, en las que el fútbol también supone una gran fuente de empleo (Escudero, 2019).

Apoyándonos en los datos publicados por Escudero (2019), el número de empleos durante la temporada 2016/2017, se reparte de la forma siguiente entre las comunidades españolas (Gráfico 18):

1. Madrid → 53.024 (28,7%).
2. Cataluña → 32.471 (17,6%).
3. Andalucía → 23.739 (12,9%).
4. Valencia → 15.485 (8,4%).
5. País Vasco → 14.275 (7,7%).
6. Otras → 8.814 (4,8%).
7. Galicia → 8.370 (4,5%).
8. Canarias → 6.308 (3,4%).
9. Castilla y León → 6.106 (3,3%).
10. Asturias → 4.709 (2,6%).
11. Aragón → 4.592 (2,5%).
12. Castilla-La Mancha → 3.562 (1,9%).
13. Navarra → 3.171 (1,7%).

Se observa que los primeros puestos están ocupados por las comunidades más pobladas y en las que hay grandes clubs.

**Gráfico 18: Reparto por comunidades del empleo generado por el fútbol en España (2016/2017)**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de (Escudero, 2019).

Impacto del fútbol en la economía española.

Merino Rey, Álex.

### 3.5. RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS

Otros de los aspectos en los que el fútbol aporta valor al funcionamiento de la economía y del país está referido a la recaudación impositiva para la financiación pública, es decir, el fútbol es una fuente de fondos para el Estado a través del cobro de impuestos.

Para situar los diferentes impuestos que conforman esta recaudación, se ha elaborado la Tabla 2, donde también se recoge su definición:

**Tabla 2: Definiciones de los diferentes impuestos**

| Impuesto   | Referencia   | Definición   |
|--|--|--|
| <b>Impuesto sobre el Valor Añadido</b><br>(IVA en adelante)                  | <b>Agencia Tributaria</b><br><b>(2024)</b>         | “El IVA es un impuesto de naturaleza indirecta porque recae sobre una manifestación indirecta de la capacidad económica, concretamente, el consumo de bienes y servicios”.                           |
| <b>Impuesto sobre Sociedades</b><br>(ISS en adelante)                        | <b>Agencia Tributaria</b><br><b>(s.f.)</b>         | “El Impuesto sobre Sociedades se define como un tributo de carácter directo y naturaleza personal que grava la renta de las sociedades y demás entidades jurídicas”.                                 |
| <b>Seguridad Social</b><br>(SS en adelante)                                  | <b>Boletín Oficial del Estado</b><br><b>(2024)</b> | “La gestión recaudatoria en el ámbito de la Seguridad Social consiste en el ejercicio de la actividad administrativa conducente a la realización de los créditos y derechos de la Seguridad Social”. |
| <b>Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas</b><br>(IRPF en adelante) | <b>Agencia Tributaria</b><br><b>(2024)</b>         | “El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (en adelante, IRPF) es un tributo de carácter personal y directo que grava, según  |

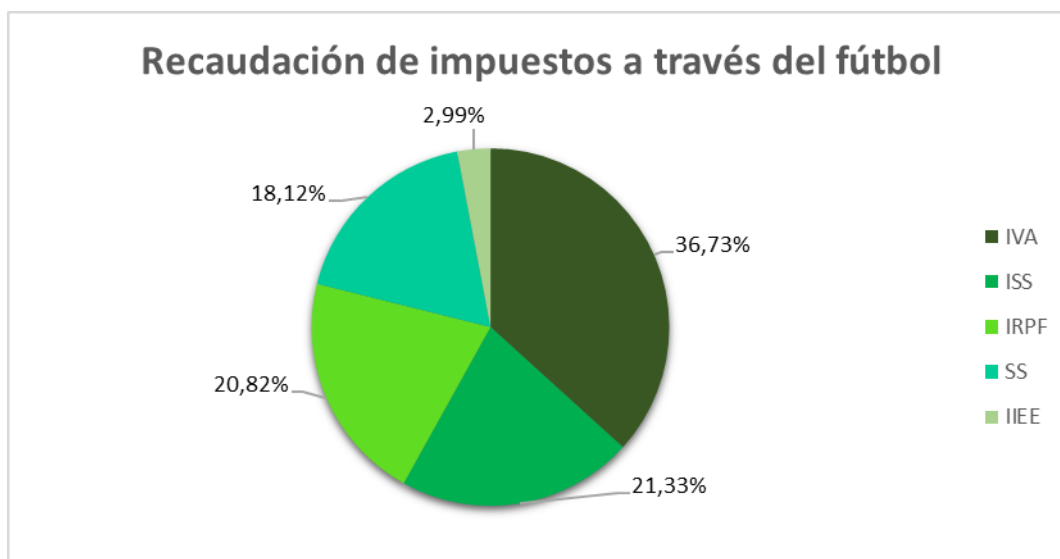
|   |  |  |
|---|--|--|
|   |  | los principios de igualdad, generalidad y progresividad, la renta de las personas físicas de acuerdo con su naturaleza y sus circunstancias personales y familiares”.  |
| <b>Impuestos Especiales</b><br>(IIEE en adelante) | <b>Boletín Oficial del Estado</b><br><b>(2024)</b> | “Los impuestos especiales son tributos de naturaleza indirecta que recaen sobre consumos específicos y gravan, en fase única, la fabricación, incluida la fabricación irregular, la importación, la entrada irregular y, en su caso, la introducción, en el ámbito territorial interno de determinados bienes, así como la matriculación de determinados medios de transporte, el suministro de energía eléctrica y la puesta a consumo de carbón, de acuerdo con las normas de esta Ley.” |

*Fuente:* elaboración propia.

En la temporada analizada, la celebrada entre 2021 y 2022, se recolectaron 8.390 M€ a través del cobro de una serie de impuestos que tal y como vemos en el Gráfico 19, principalmente fueron:

1. IVA → 3.082 M€ (36,73%).
2. ISS → 1.790 M€ (21,33%).
3. IRPF → 1.747 M€ (20,82%).
4. SS → 1.520 M€ (18,12%).
5. IIEE → 251 M€ (2,99%).

**Gráfico 19: Recaudación de impuestos a través del fútbol**



*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2023).

### 3.6. TURISMO

España es uno de los países más visitados por los turistas, como nos cuenta en su artículo Valiente (2024): “al menos seis de cada diez turistas internacionales no guardaban ninguna relación con el país”, la conclusión que sacamos de esta cita es que España es un país con un gran atractivo turístico, incluso para las personas que no guardan vínculos personales, culturales o familiares con el país.

Como nos cuenta en su artículo López (2024), el turismo es un imprescindible para la economía española, aportando un 12,8% al PIB del país en el año 2023, en este año España se situó como el segundo en la lista de países más visitados alcanzando los 85,1 millones de turistas.

Para estos turistas internacionales los principales atractivos para visitar España son el buen tiempo y oferta cultural que tenemos, pero algo que mueve a muchos turistas a visitar nuestro país a lo largo de todo el año es la oferta de entretenimiento e instalaciones deportivas.

En 2023 los turistas que vinieron con motivo de la oferta deportiva del país desembolsaron una cantidad de 7.305 millones de euros, lo que supone un gran impacto para el turismo español. Dos tercios de la cantidad total, es decir, 4.876,9 millones de euros fueron desembolsados en disfrutar de eventos deportivos. En el Gráfico 20 se distingue el gasto realizado por los aficionados extranjeros y por los habitantes del país (López, 2024):

Impacto del fútbol en la economía española.

Merino Rey, Álex.

1. Extranjeros → 3.390 M€ (69,5%).
2. Residentes → 1.486,9 M€ (30,5%).

### **Gráfico 20: Gasto en eventos deportivos**



*Fuente:* Elaboración propia a partir de López (2024).

Madrid se sitúa como la ciudad con más tirón turístico deportivo, no hay que olvidar que aparte de ser una de las ciudades más reconocidas en el mundo, la capital española en la actual temporada de fútbol 2024-2025 ha contado con 5 equipos en La Liga EA SPORTS (Atlético de Madrid, Getafe, Leganés, Rayo Vallecano y Real Madrid), esto genera un interés a mayores para los turistas a la hora de elegir destino (Escudero, 2019), ya que los grandes clubes atraen turistas, los turistas generan ingresos en estas ciudades, estos ingresos se utilizan para mejorar las infraestructuras y los servicios de las ciudades, y esta mejora supone un mayor atractivo turístico cerrando un ciclo virtuoso en el que todas las partes salen beneficiadas.

Como también informa Escudero (2019), el fútbol realiza una función de apoyo a la “Marca España”, ya que la emisión de los partidos a nivel mundial genera que la gente quiera ir a los eventos deportivos y de paso aprovechan para disfrutar de nuestro país.

### **3.7. INFRAESTRUCTURAS**

Otro de los aspectos importantes del fútbol, lógicamente, es dónde se celebran los partidos, es decir, los estadios. En los últimos años en España hemos visto remodelaciones de una gran cantidad de estadios, o, directamente construirlos de cero como el actual Riyadh Air Metropolitano. La modernización de los estadios va directamente asociada con la constante evolución y con todo lo que aporta a los clubes y a la economía.

En torno a la última década algunos de los estadios que han sufrido remodelaciones son el Reale Arena, estadio de la Real Sociedad; el Sadar, estadio del Club Atlético Osasuna; y la más sonada, la remodelación del Santiago Bernabéu, estadio del Real Madrid (Ciólczyk, 2024).

Impacto del fútbol en la economía española.

Merino Rey, Álex.

Centrándonos en esta última, como define Carrasco (2024): “ya es una mina de oro”. Desde su última remodelación el Santiago Bernabéu ha pasado a ser uno de los mejores estadios del mundo, esto se confirma viendo que los ingresos producidos íntegramente por el estadio alcanzan máximos históricos con 270 M€. Esto se debe a que, gracias a las modificaciones, el Bernabéu tiene una gran capacidad de adaptación para poder acoger multitud de eventos como los conciertos de Taylor Swift o Duki, o, espectáculos como La Velada del Año IV de Ibai (Carrasco, 2024).

Además, cabe destacar que cuantos más servicios ofrezcan los estadios, se generará un mayor número de empleos, atracción de turistas para ver partidos, tours o museos. Pero algo en lo que no solemos pensar es en la revalorización inmobiliaria de la zona, el Santiago Bernabéu ha logrado que en los alrededores el precio del alquiler aumente hasta un 46% desde el anuncio de la remodelación, además esto ha afectado de igual manera a los locales destinados al comercio (Amor, 2024).

#### **4. IMPACTO A LARGO PLAZO Y SOCIAL**

El fútbol en España trasciende más allá, este deporte forma personas, crea valores, identidades y relaciones, por esta razón se puede llegar a considerar como una parte importante de la cultura y del comportamiento de la sociedad española. No debemos olvidar que este deporte va desde los mejores clubes y estadios del mundo a los parques de los barrios más humildes allí donde la portería la conforman dos árboles (ONDA F.C., 2024).

En España el fútbol forma parte de nuestra cultura y de nuestra sociedad, es decir, de nuestra vida. Este deporte traspasa la barrera de lo económico para llegar a otros ámbitos muy importantes en nuestro día a día.

Según el análisis realizado por KPMG (2015), los españoles percibimos el fútbol como herramienta útil para mejorar factores como la educación, los hábitos saludables, la imagen de España o la integración social. En concreto, desveló que la mitad de las personas encuestadas consideran que el fútbol favorece a España como marca o en su imagen, algo más de un cuarto abogan que el fútbol crea hábitos saludables mediante la realización de deporte y el cuidado físico, y el resto creen que realiza una notable función como integrador social.

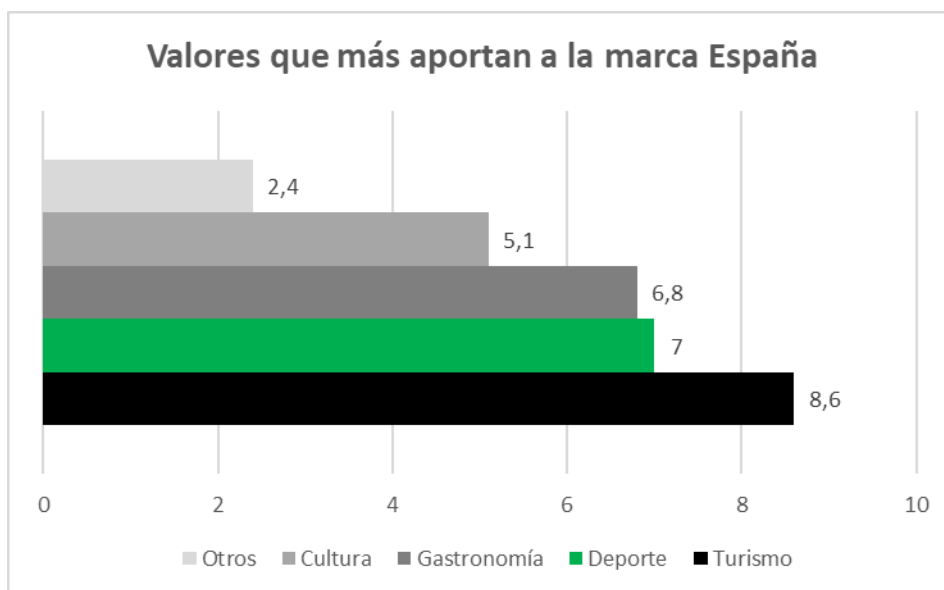
##### **4.1. IMAGEN DEL PAÍS**

España entre otras cosas, es conocida internacionalmente gracias a los éxitos deportivos que hemos logrado durante la historia. De ahí la famosa frase que se viralizó

tras la conquista del mundial de Sudáfrica 2010, “Soy español, ¿a qué quieres que te gane?”. (Llorca, 2016)

En la encuesta realizada por KPMG (2015), los resultados presentados en el Gráfico 21 nos dan a entender que los españoles valoramos el deporte como uno de nuestros estandartes de cara al resto del planeta, únicamente ponemos por delante al turismo.

**Gráfico 21: Valores que más aportan a la marca España**

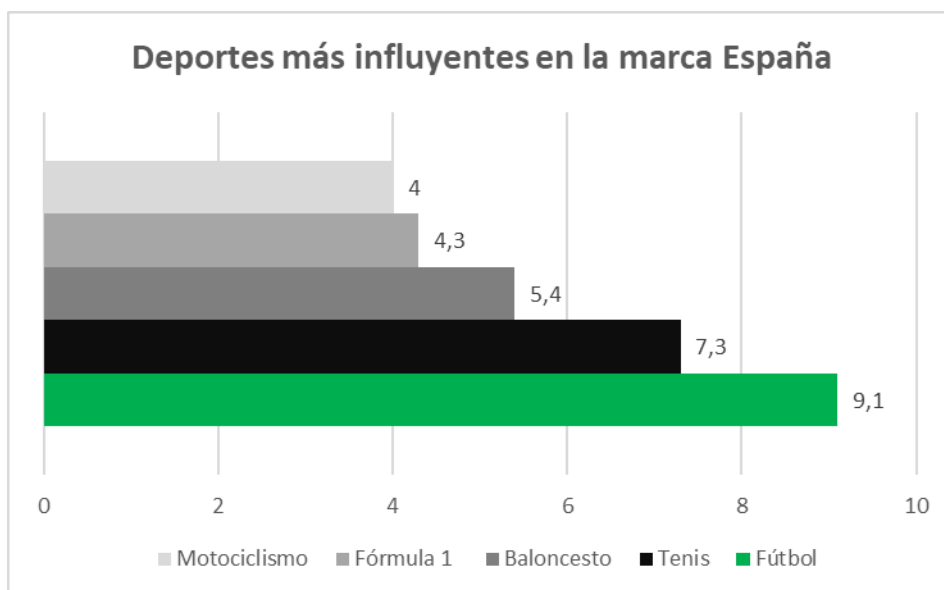


(Escala de 1 a 10, siendo 1 menor contribución y 10 mayor contribución)

*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2015).

Además, en esta encuesta también se preguntaba qué deporte contemplaban como el más importante o el que más aportaba a la marca España, en relación con esta pregunta el fútbol, como se puede ver en el Gráfico 22, consiguió ser valorado como el más influyente, probablemente las razones de este resultado sean el gran alcance global del fútbol, los éxitos españoles y la gran cantidad de figuras clave que existen en el fútbol español.

**Gráfico 22: Deportes más influyentes en la marca España**



(Escala de 1 a 10, siendo 1 menor influencia y 10 mayor influencia)

*Fuente:* Elaboración propia a partir de KPMG (2015).

#### **4.2. FÚTBOL BASE Y DESARROLLO JUVENIL**

Es un hecho que la mayoría de los niños de este país sueñan con algún día llegar a jugar profesionalmente al fútbol como sus ídolos. Para ello, la mayoría de los niños comienzan a conocer y a practicar el deporte en los equipos de sus colegios, ciudades, barrios o pueblos. Así nace el fútbol base, que Futbol Base Total (2025) define como:

Aquella modalidad deportiva que se enfoca en el desarrollo deportivo y personal de los jóvenes mediante la práctica del fútbol. Se trata de una actividad que se lleva a cabo en edades tempranas, desde los seis hasta los dieciocho años aproximadamente, con el objetivo de inculcar valores y hábitos saludables en los más jóvenes.

Como nos cuenta Vilariño (2022), el fútbol base es un conglomerado formado por entrenadores, niños, padres y clubs, en el que todos son importantes, ya que además de la formación de los niños, el fútbol base aporta formación para los entrenadores.

En la sociedad actual el fútbol base no solo aporta la función de practicar deporte para los más pequeños, sino que también contribuye en la formación de su personalidad y la creación de valores, es decir, en su educación. Entre los valores que aporta el fútbol a las personas, destacan la deportividad, el esfuerzo y la superación, la competitividad, y el trabajo en grupo (KPMG, 2015).

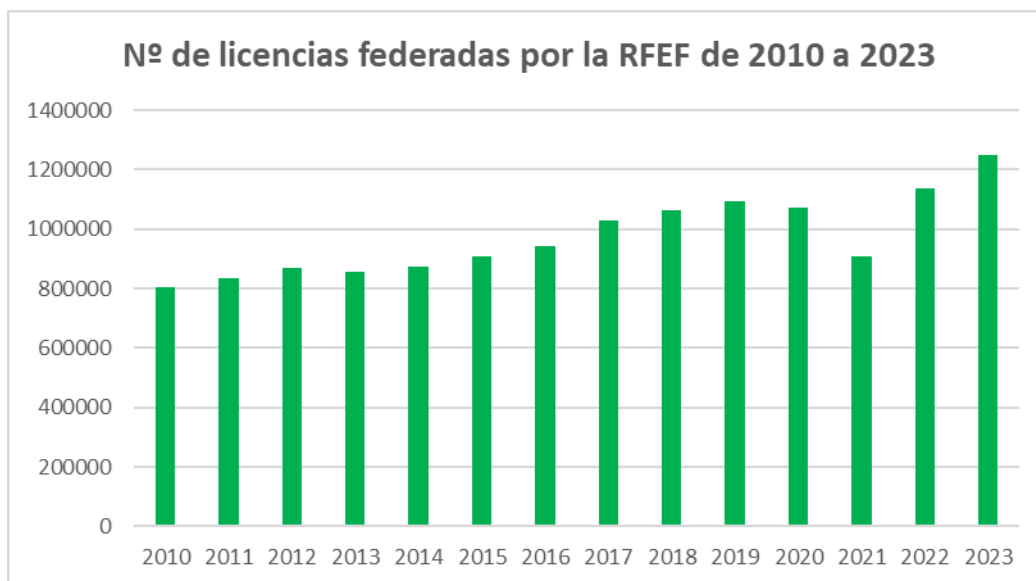
Impacto del fútbol en la economía española.

Merino Rey, Álex.

Como se puede comprobar a continuación en el Gráfico 23, en el año 2023, según los datos proporcionados por Statista (2024), observamos la evolución del número de licencias federadas (documento necesario para que los deportistas puedan participar en las competiciones oficiales celebradas en el país) en España desde 2010 a 2023. Vemos que en el 2012 hubo una caída puntual de licencias y desde el 2017 se supera el millón de jugadores federados, la única excepción es el año 2021, que como vemos en el 2020 comenzó la caída en consecuencia de la pandemia de COVID-19 hasta el 2021 y en 2022 el número de jugadores federados vuelve a superar el millón:

1. 2010 → 805.707 licencias.
2. 2011 → 834.458 licencias.
3. 2012 → 869.320 licencias.
4. 2013 → 855.987 licencias.
5. 2014 → 874.093 licencias.
6. 2015 → 909.761 licencias.
7. 2016 → 942.674 licencias.
8. 2017 → 1.027.907 licencias.
9. 2018 → 1.063.090 licencias.
10. 2019 → 1.095.604 licencias.
11. 2020 → 1.074.567 licencias.
12. 2021 → 907.223 licencias.
13. 2022 → 1.137.651 licencias.
14. 2023 → 1.248.511 licencias.

**Gráfico 23: Evolución del número de licencias federadas por la RFEF de 2010 a 2023.**



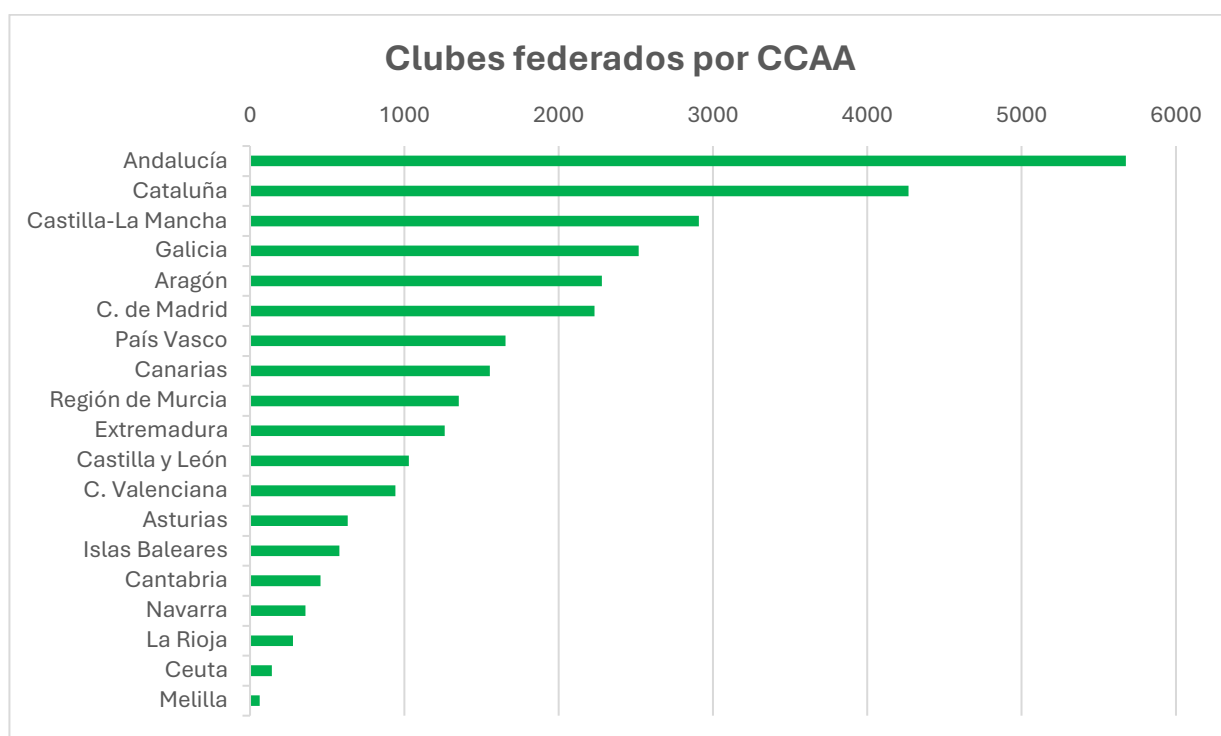
*Fuente:* Elaboración propia a partir de Statista (2024).

Como también nos indica Statista (2024), en el año 2023 se contabilizaron 30.188 clubes de fútbol base federados en el país, clasificándolos por Comunidad Autónoma observamos que en el análisis realizado en el Gráfico 24, las CCAA de Andalucía y Cataluña destacan por encima del resto, probablemente en base a la combinación de variables de mayor población, amplio territorio y una fuerte cultura futbolística:

1. Andalucía: 5.676 clubs.
2. Cataluña: 4.267 clubs.
3. Castilla-La Mancha: 2.908 clubs.
4. Galicia: 2.519 clubs.
5. Aragón: 2.279 clubs.
6. C. de Madrid: 2.233 clubs.
7. País Vasco: 1.655 clubs
8. Canarias: 1.553 clubs.
9. Región de Murcia: 1.353 clubs.
10. Extremadura: 1.262 clubs.
11. Castilla y León: 1.030 clubs.
12. C. Valenciana: 942 clubs.
13. Asturias: 632 clubs.

- 14. Islas Baleares: 580 clubs.
- 15. Cantabria: 456 clubs.
- 16. Navarra: 360 clubs.
- 17. La Rioja: 279 clubs.
- 18. Ceuta: 141 clubs
- 19. Melilla: 63 clubs.

**Gráfico 24: Clubes federados por CCAA**



*Fuente:* Elaboración propia a partir de Statista (2024).

Otro de los agentes que actúan en el fútbol base son las familias, y es que para las familias la práctica de este deporte supone un esfuerzo económico. Y es que como recoge Martín (2024), la práctica del deporte en general para los niños supone una fuente de valores y aprendizaje, pero esto repercute económicamente a las familias.

Entre los gastos que tienen que enfrentar las familias cuando los niños deciden empezar a practicar fútbol están: la inscripción, el transporte o la indumentaria, que van encareciéndose según la categoría es más alta. Para ponernos en situación, para que un niño practique fútbol la cuota de inscripción ronda entre los 300 y los 500 euros anuales, sin contar transportes e indumentaria (Martín, 2024). Por ejemplo, en Valladolid, para inscribir a un niño en el Unión Deportiva Sur hay que pagar 395€ por la cuota de fútbol, que

se desglosa en cuota de inscripción (22€) y en cuota de participación (373€). Además, la Unión Deportiva Sur te entregará la ropa de entrenamiento de forma gratuita, pero si el niño es una nueva incorporación deberá adquirir el pack de parka, chándal, sudadera roja, sudadera azul, bolsa o mochila por 165€. Eso sí, en caso de que tengas e inscribas a más hijos, el segundo hijo tendría un 25% de descuento sobre la cuota de participación, el tercero un 50% sobre la cuota de participación, y el cuarto solamente pagaría la cuota de inscripción (UD Sur, 2024).

Los clubes tratan de echar una mano a las familias y abaratar estos costes, ya que a ellos también les interesa disminuir la cantidad al máximo a través de subvenciones, patrocinadores o ayudas públicas con las que se pueda conseguir que cualquiera pueda practicar el deporte sin depender de la situación económica de su familia y así atraer a la mayor cantidad de niños posibles. Otro de los métodos que llevan a cabo los clubes es correr con los gastos del transporte organizando un autocar cuando estos desplazamientos superan la barrera de kilómetros establecida por el club (Martín, 2024).

#### **4.3. INTEGRACIÓN Y DIVERSIDAD**

El fútbol profesional tiene una gran influencia en España, este deporte actúa de manera beneficiosa enriqueciéndonos mucho como sociedad a través de la creación de hábitos, valores o conductas.

A partir de las encuestas realizadas por KPMG (2015), observando los resultados se llegó a la conclusión de que el fútbol profesional ha influido en gran parte de la comunidad española en la práctica de algún deporte, ya sea fútbol u otros como el tenis o el baloncesto.

Por otro lado, el análisis también nos reveló que el fútbol profesional actúa como agente social, en el día a día lo podemos ver reflejado en la multitud de campañas de concienciación respecto a la negativa ante el consumo de sustancias estupefacientes o en relación con la lucha contra el racismo.

Respecto al racismo, como sociedad el fútbol nos ha dado un empujón hacia delante en aspectos como la aceptación y la integración social, esto ha tenido lugar gracias a la creación de campañas como LALIGA VS que se apoya en educar, prevenir y actuar para combatir el racismo, la homofobia, el acoso escolar o el odio. Además, las sanciones ejemplares impuestas por organismos con peso dentro de esta industria en consecuencia de episodios racistas o de intolerancia. Otro gran condicionante, en este caso positivo, es la gran diversidad de razas que existe en los equipos.

Impacto del fútbol en la economía española.

Merino Rey, Álex.

#### 4.4. FÚTBOL FEMENINO

España actualmente es un país puntero en referencia a esta disciplina, y está trazando una línea ascendente para llegar a ser una disciplina autosuficiente causando un gran impacto en la sociedad (Camuñas, 2024).

Uno de los síntomas del crecimiento del fútbol femenino es la cantidad de ingresos que se embolsan los clubes más importantes del mundo, entre ellos se encuentran dos clubes españoles, el FC Barcelona que alcanza la primera posición en el ranking siendo el club de fútbol femenino con más ingresos llegando a los 17,9 M€, y el Real Madrid ocupa el quinto puesto de la tabla alcanzando la cifra de 10,5 M€. Estas cantidades de ingresos se obtienen de tres fuentes principalmente: de ganancias comerciales, de derechos televisivos y del día del partido (Deloitte, 2025).

Otro de los factores que han impulsado este deporte en España son los éxitos conseguidos por la Selección Española Femenina de Fútbol absoluta y el FC Barcelona. En primer lugar, el equipo nacional en los últimos dos años ha conquistado dos grandes torneos, en 2023 fue la Copa Mundial Femenina de Fútbol, y en 2024 la Liga de las Naciones (Molero, 2023). Por otro lado, el FC Barcelona femenino ha demostrado ser el club más dominante de esta modalidad en la actualidad, cosechando las últimas seis ligas nacionales (Díaz, 2025) y tres de las últimas cuatro Champions celebradas (Bartolí, 2024).

En base a estos motivos, el fútbol femenino está consiguiendo tener ese “tirón” entre las niñas y adolescentes, los datos dados a conocer por Statista (2024) nos muestran que, en 10 años (2014-2023), el número de mujeres federadas se ha más que duplicado pasando de 44.873 al inicio de este periodo hasta llegar a 107.753 en el año 2023, como se observa en el gráfico 25 el número de mujeres federadas en este periodo solo sufre dos caídas respecto al anterior año, en 2015 dónde probablemente sea una bajada puntual, y en 2021, en el cuál este declive se debió principalmente a la pandemia de COVID-19:

1. 2014 → 44.873 mujeres federadas.
2. 2015 → 40.524 mujeres federadas.
3. 2016 → 44.123 mujeres federadas.
4. 2017 → 60.329 mujeres federadas.
5. 2018 → 65.091 mujeres federadas.
6. 2019 → 71.276 mujeres federadas.
7. 2020 → 77.461 mujeres federadas.
8. 2021 → 67.149 mujeres federadas.

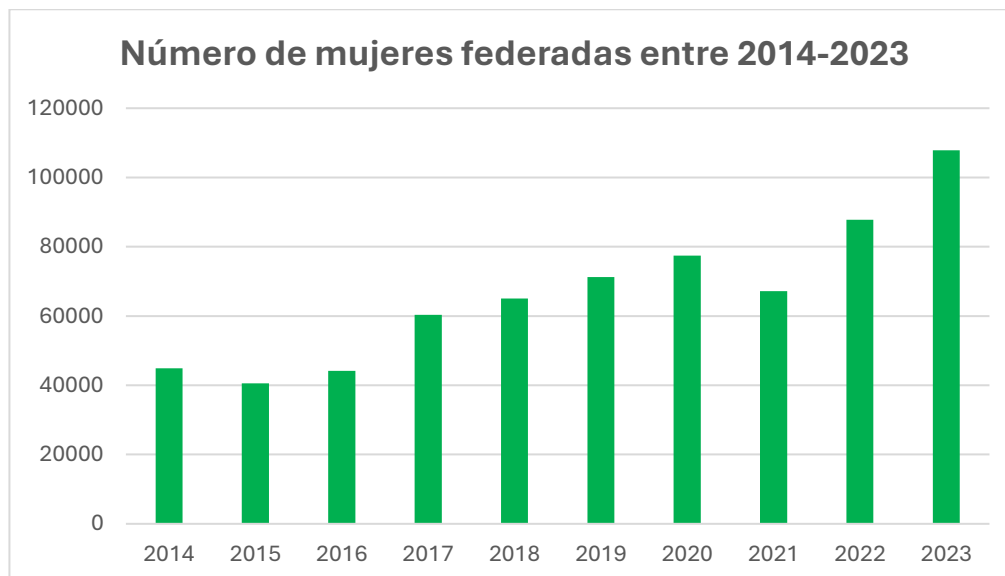
Impacto del fútbol en la economía española.

Merino Rey, Álex.

9. 2022 → 87.827 mujeres federadas.

10. 2023 → 107.853 mujeres federadas.

**Gráfico 25: Número de mujeres federadas entre 2014-2023**



*Fuente:* Elaboración propia a partir de Statista (2024).

Si comparamos el Gráfico 25 con el Gráfico 23, la primera conclusión a la que llegamos es que actualmente el fútbol es un deporte practicado mayoritariamente por hombres, aunque si nos fijamos podemos contemplar como el número de mujeres federadas ha aumentado un 140,3% desde 2014, mientras que el número de hombres federados ha aumentado un 42,83%. Esta comparación pone en valor el crecimiento del fútbol femenino en nuestro país.

## **5. PARTE PRÁCTICA**

### **5.1. METODOLOGÍA**

Para realizar esta parte práctica se ha utilizado una metodología cuantitativa basada en una encuesta estructurada, con el fin de obtener datos sobre la percepción de la importancia del fútbol para la economía y sociedad española.

La encuesta era cerrada, y fue elaborada mediante Google Forms. Está dividida en cinco bloques, en primer lugar, las preguntas de carácter sociodemográfico, con las que se pretende conocer el perfil de los encuestados, tras este bloque empiezan los bloques preguntas relacionados con el tema, en estos bloques se aborda el consumo de los

aficionados, el impacto en España, el fútbol base, el racismo en el fútbol y el fútbol femenino.

Dentro del cuestionario podemos encontrar preguntas con opción de respuesta múltiple, escala de Likert y preguntas dicotómicas. Además, en alguna pregunta se añadió una respuesta abierta para recoger opiniones de los encuestados.

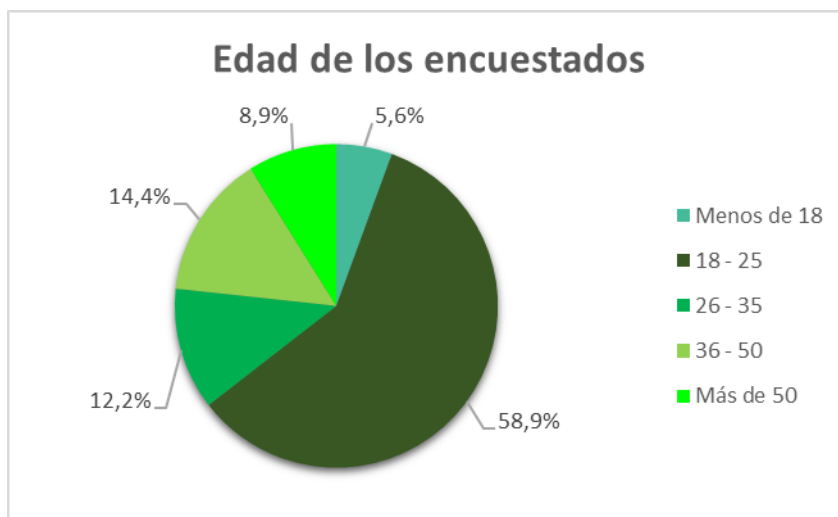
El cuestionario se distribuyó de forma online, a través de redes sociales y plataformas digitales. La recogida de datos se llevó a cabo durante la primera semana de junio, y se obtuvieron 90 respuestas válidas.

## 5.2. DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

Para empezar, se incluyeron cuatro preguntas destinadas a conocer el perfil sociodemográfico de los encuestados. Estas hacen referencia a la edad, sexo, nivel de estudios y ocupación.

La primera pregunta de carácter sociodemográfico hace referencia a la edad de los encuestados, cómo observamos en el gráfico 26 la gran mayoría está en el rango de edad de 18-25 (58,9%), va seguido con un menor peso el rango de edad de 36-50 (14,4%), un escalón por debajo, el rango de edad de 26-35 (12,2%), y los menos representados son los encuestados de más de 50 (8,9%) y de menos de 18 (5,6%).

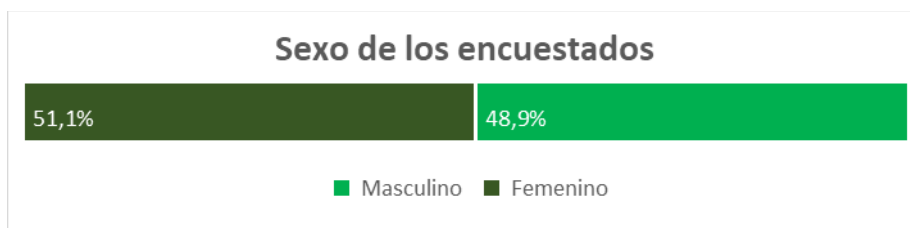
**Gráfico 26: Edad de los encuestados**



*Fuente:* Elaboración propia.

En cuanto al sexo de los participantes, los resultados que muestra el gráfico 27 nos desvelan una ligera ventaja del sexo femenino (51,1%) en comparación con el sexo masculino (48,9%).

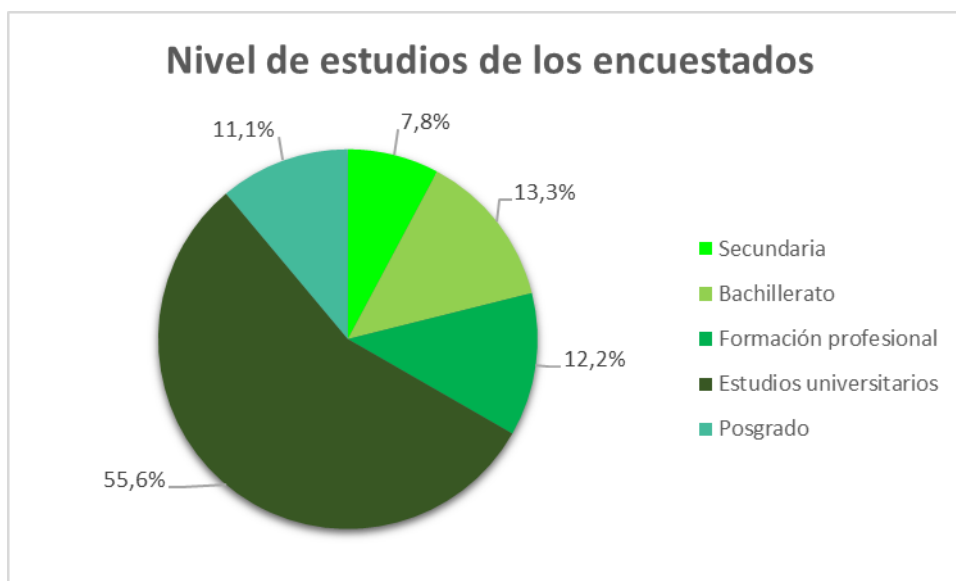
**Gráfico 27: Sexo de los encuestados**



*Fuente:* Elaboración propia.

La variable nivel de estudios muestra una mayor representación en los niveles de estudios universitarios (55,6%), seguido por bachillerato (13,3%), formación profesional (12,2%) y posgrado (11,1%), y por último secundaria (7,8%). (Gráfico 28)

**Gráfico 28: Nivel de estudios de los encuestados**

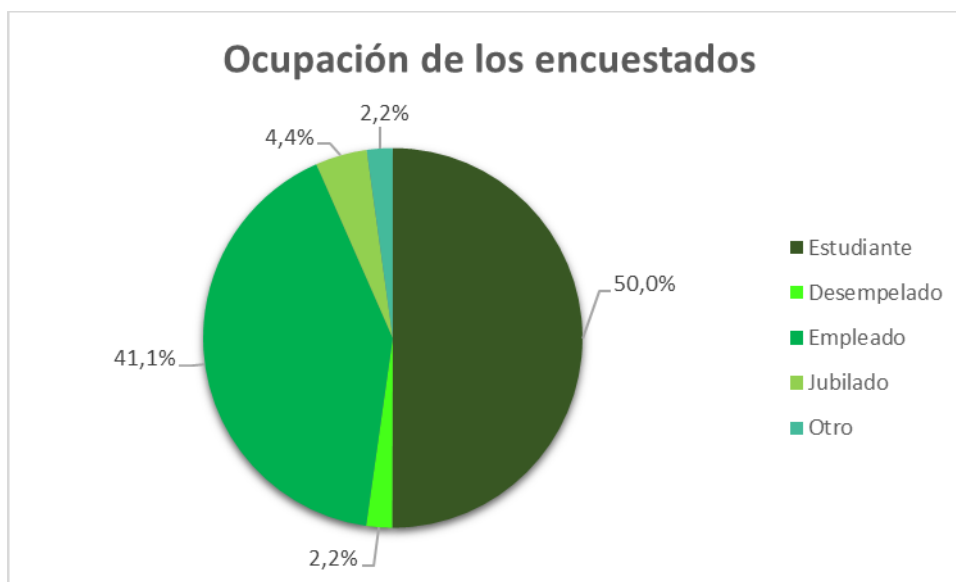


*Fuente:* Elaboración propia.

Finalizando con las preguntas sobre el perfil de los encuestados, los resultados relacionados con la ocupación que vemos en el gráfico 29 revelan que la mitad de la muestra son estudiantes (50%), le siguen los encuestados que están empelados (41,1%), y con una representación muy pequeña se encuentran los encuestados que ya se han

jubilado (4,4%), seguidos por los encuestados que están desempleados (2,2%) u en otra situación (2,2%).

**Gráfico 29: Ocupación de los encuestados**



*Fuente:* Elaboración propia.

En resumen, la mayoría de los encuestados se encuentra en el rango de edad de 18 a 25 años, representando el 58,9% del total, lo que indica una muestra joven. En cuanto al sexo, la distribución es bastante equilibrada, aunque ligeramente superior en mujeres, con un 51,1%. En relación con el nivel educativo, el grupo más numeroso es el de personas con estudios universitarios, que corresponde al 55,6% de los participantes, lo que refleja un alto nivel de formación académica. Por último, en lo que respecta a la ocupación, el 50% de los encuestados son estudiantes, lo que concuerda con el perfil joven y académico de la muestra.

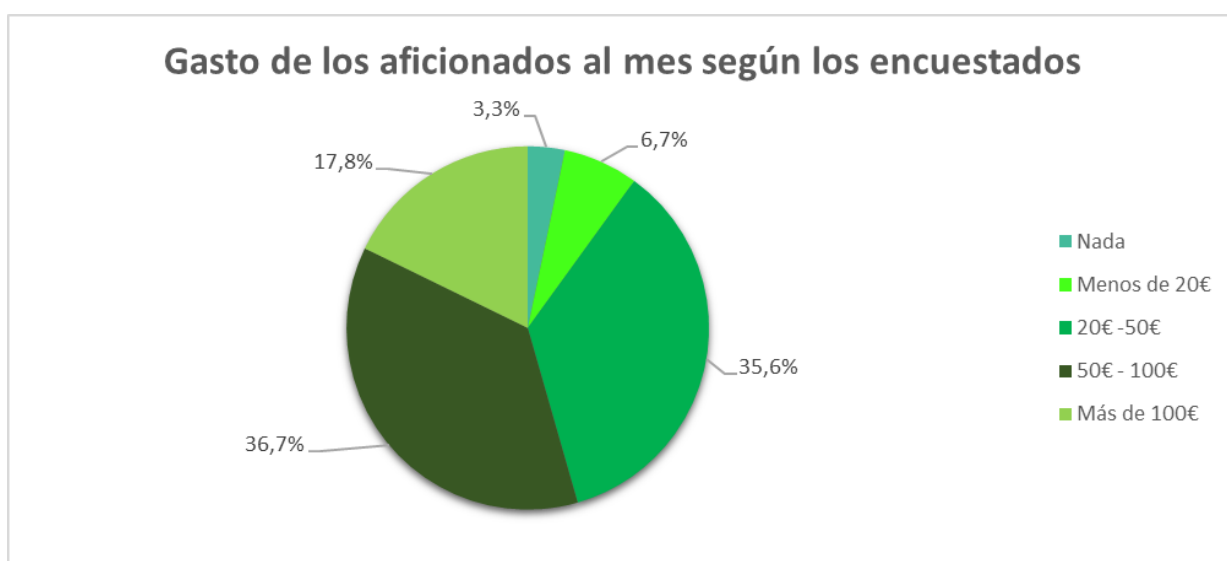
### 5.3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Tras conocer el perfil general de los participantes, la encuesta trata de conocer la opinión de los encuestados sobre diferentes aspectos relacionados con la importancia del fútbol en la economía y sociedad española. Vamos a ir analizándolo en diversos apartados, con el objetivo de conocer su visión sobre el asunto, comenzando por lo que piensan sobre el consumo de los aficionados

### 5.3.1. Consumo de los aficionados

En referencia al consumo de los aficionados al mes, los datos del gráfico 30 muestran una mayoría concentrada entre los que opinan que entre 50 y 100 € (36,7%) y los que creen que entre 20 y 50 € (35,6%). Les siguen los que calculan que los aficionados gastan más de 100 € (17,8%), y por último los que piensan que gastan menos de 20 € (6,7%) y los que opinan que no gastan nada (3,3%).

**Gráfico 30: Gasto de los aficionados al mes según los encuestados**



*Fuente:* Elaboración propia.

A continuación, se pidió a los encuestados que valorasen de 1 a 3 (dónde 1 es nada y 3 mucho) cuánto dinero creía que gastan los aficionados en las siguientes actividades: entradas para ver partidos, apuestas deportivas, suscripciones a TV o a plataformas deportivas, prensa, merchandising, videojuegos y hostelería. Los resultados fueron los siguientes (Gráfico 31):

Respecto a las entradas para ver partidos, la mayoría asignó la puntuación de 3 (47,8%), seguida por el nivel 2 (41,1%) y, en menor medida, el nivel 1 (11,1%).

En las apuestas deportivas, predominó la valoración media, es decir, la 2 (45,6%), seguida el nivel 3 (42,2%) y, finalmente, la opción más baja, la 1 (12,2%).

Las suscripciones a TV o plataformas deportivas recibieron mayoritariamente un 3 (57,8%), con el 2 (36,7%) en segundo lugar y el 1 (5,5%) en menor proporción.

En contraste, la prensa fue percibida mayormente con un gasto bajo, ósea, el nivel 1 (75,6%), seguida por el nivel 2 (21,1%) y, en último lugar el nivel 3 (3,3%).

El merchandising obtuvo principalmente la valoración en el nivel 2 (51,1%), seguida del 3 (32,2%) y del 1 (16,7%).

En cuanto a los videojuegos, la mayoría otorgó su voto al nivel 2 (58,9%), con menor frecuencia el nivel 1 (21,1%) y muy pocos el nivel 3 (20,0%).

Finalmente, la hostelería fue considerada con un gasto alto, siendo el nivel 3 (38,9%) el más votado, seguido de cerca por el nivel 2 (37,8%) y, del nivel 1 (23,3%).

**Gráfico 31: Gasto en actividades relacionadas con el fútbol según los encuestados**



*Fuente:* Elaboración propia.

En definitiva, en el gráfico 31 observamos que la mayoría de los encuestados consideran que en lo que más gastan los aficionados es en suscripciones a TV o a plataformas digitales, aunque también creen que hay un importante desembolso en entradas para ver partidos, apuestas, hostelería y merchandising, en un escalón inferior se encuentran los videojuegos. Y con mucha diferencia con el resto, los encuestados opinan que la prensa no supone un gran gasto para los aficionados.

### 5.3.2. Impacto del fútbol en España

Una vez examinadas la opinión de consumo de los aficionados, se amplía la mirada hacia el papel que desempeña el fútbol en España.

En relación con la percepción del fútbol como parte de la cultura española, el gráfico 32 desvela que la gran mayoría de los encuestados respondió que sí (92,2%), mientras que un grupo muy reducido respondió que no (7,8%).

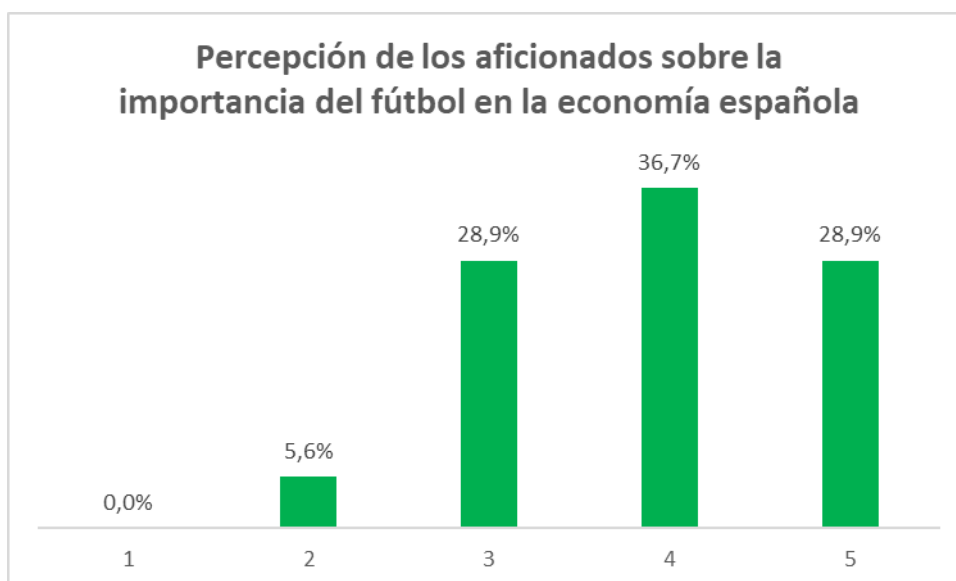
#### **Gráfico 32: El fútbol como parte de la cultura española**



*Fuente:* Elaboración propia.

Respecto a la percepción que tienen los aficionados sobre la importancia del fútbol en la economía española, los resultados que vemos en el gráfico 33 (dónde 1 es poco importante y 5 muy importante) se concentran en los niveles más altos de la escala. Un 36,7% eligió el nivel 4, le siguen los niveles 3 y 5 con el mismo volumen, un 28,9%. Por último, un 5,6% optó por el nivel 2 y nadie escogió el nivel 1. Por tanto, coincidiendo con las ideas expuestas en la parte teórica de este trabajo, el 65,6% de los encuestados reconocen que el fútbol es importante o muy importante para la economía española.

**Gráfico 33: Percepción de los aficionados sobre la importancia del fútbol en la economía española**



*Fuente:* Elaboración propia.

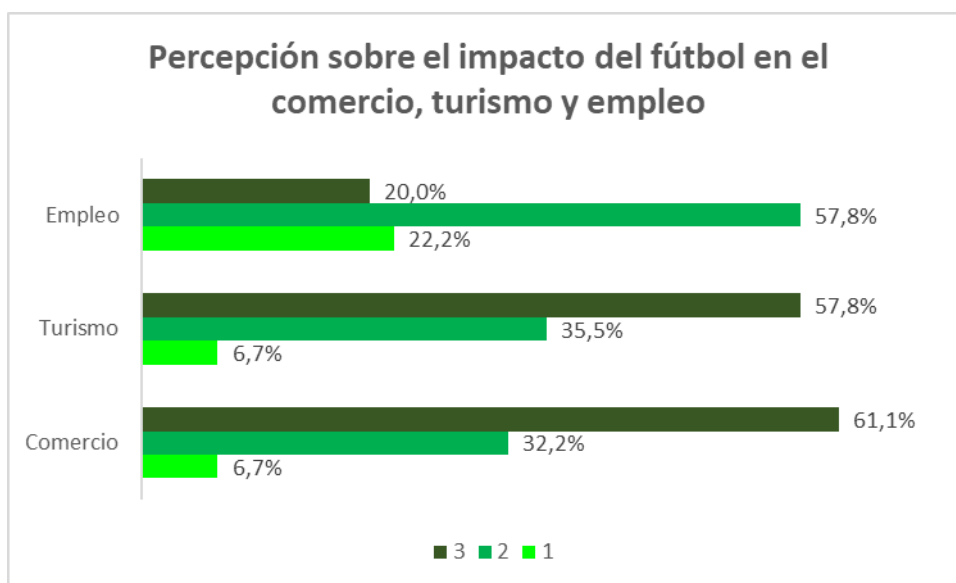
En la siguiente pregunta se les hizo valorar de 1 a 3 (dónde 1 es nada y 3 mucho) el impacto del fútbol en el comercio, turismo y empleo (Gráfico 34).

En relación con el comercio, el 61,1% lo valora con un 3, es decir, un gran impacto, un 32,2% escogió un 2, y finalmente un 6,7% valora con un 1 el impacto del fútbol sobre el comercio del país.

Respecto al turismo, el 57,8% de los encuestados otorgó una puntuación de 3, lo que indica que perciben un gran impacto del fútbol en este sector. Por otra parte, un 35,5% seleccionó la opción 2, mientras que el 6,7% restante lo valoró con un 1.

Si nos centramos en el empleo, la mayoría de los encuestados estima el impacto del fútbol con un 2 (57,8%), seguido por aquellos que lo opinan que no tiene gran impacto que lo puntuaron con un 1 (22,2%). Finalmente, un 20% considera que el fútbol tiene gran impacto en este ámbito, valorándolo con un 3.

**Gráfico 34: Percepción sobre el impacto del fútbol en el comercio, turismo y empleo**



*Fuente:* Elaboración propia.

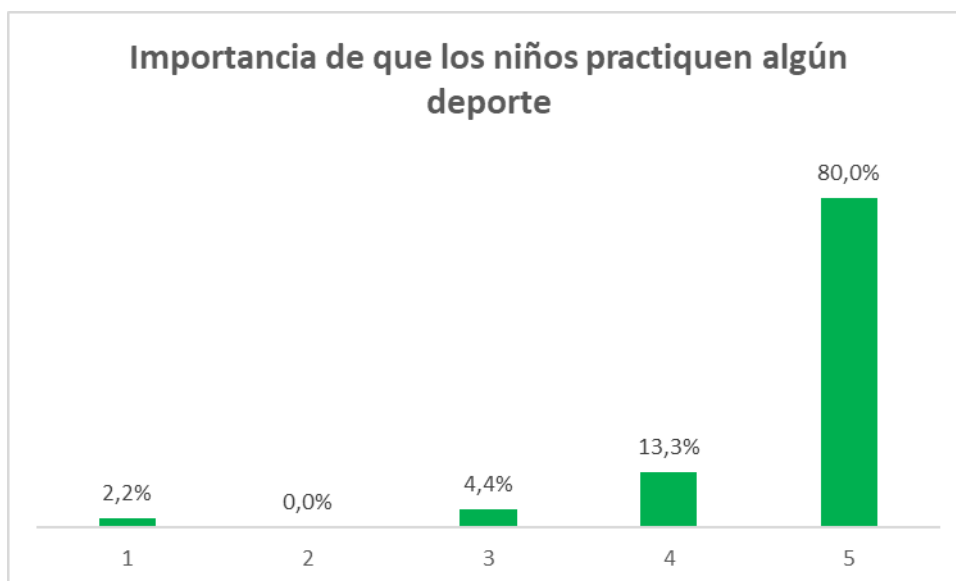
Por lo tanto, como muestra el gráfico 34, la mayoría de los encuestados consideran que es en el comercio el sector donde más impacto tiene el fútbol, seguido del turismo y el empleo.

### 5.3.3. Fútbol base

Más allá del impacto económico del fútbol a nivel nacional, hay que prestar atención a sus raíces, es decir, el fútbol base. A continuación, se abordan aspectos relacionados con su desarrollo y percepción entre los encuestados.

A la hora de valorar la importancia de que los niños practiquen algún deporte de 1 a 5 (siendo 1 nada y 5 mucho), el gráfico 35 nos muestra que una clara mayoría del 80% de los encuestados seleccionó la opción 5, indicando que lo consideran muy importante. Le siguen quienes optaron por la opción 4 (13,3%) y la 3 (4,4%). En muy baja medida, un 2,2% lo valoró con un 1, mientras que nadie eligió la opción 2.

**Gráfico 35: Importancia de que los niños practiquen algún deporte**



*Fuente:* Elaboración propia.

En cuanto a la percepción sobre el fútbol base y su papel en la transmisión de valores, el gráfico 36 expone que una amplia mayoría de los encuestados considera que sí (81,1%) promueve valores positivos. Por el contrario, el 18,9% opina que no cumple con esta función.

**Gráfico 36: Valores en el fútbol base**

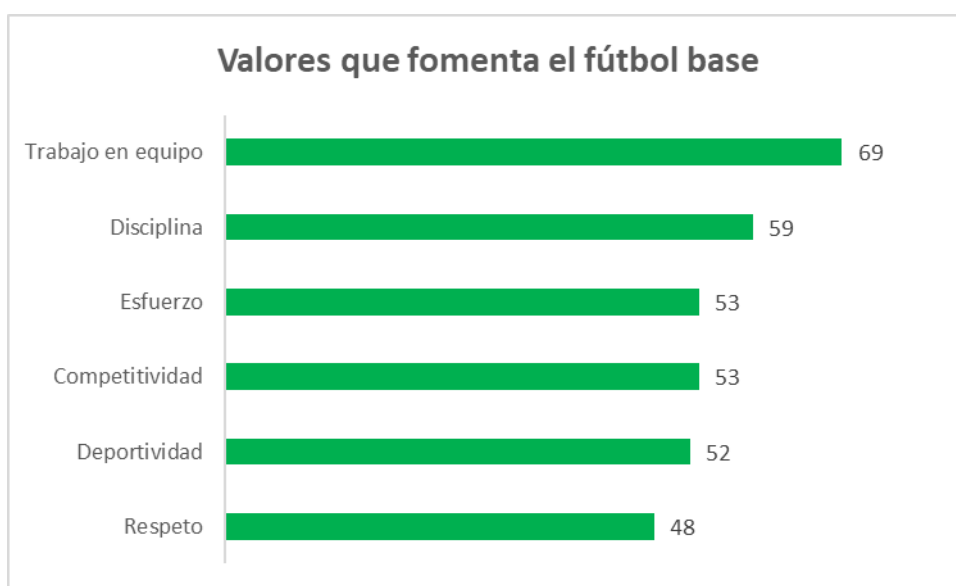


*Fuente:* Elaboración propia.

A continuación, parte de los encuestados escogieron entre una serie de valores positivos propuestos, su resultado (Gráfico 37) quedó de la siguiente manera: en los primeros puestos, el trabajo en equipo y la disciplina, le siguen con el mismo número de votos el esfuerzo y la competitividad, y como los últimos valores propuestos quedaron la deportividad y el respeto. Además de la pregunta cerrada, se incluyó una pregunta con respuesta abierta para que los encuestados pudieran proponer otros valores que, en su

opinión, transmite el fútbol base. Entre las respuestas destacan el compañerismo, la tolerancia y el respeto, lo que refuerza la percepción positiva general. Sin embargo, una parte de los participantes expresó una visión más crítica, señalando que el fútbol base, tal como se practica actualmente, no siempre promueve valores positivos. Algunos atribuyen esta situación a la actitud de ciertos padres y a la creciente competitividad que, según ellos altera el objetivo formativo de esta etapa.

**Gráfico 37: Valores que fomenta el fútbol base**



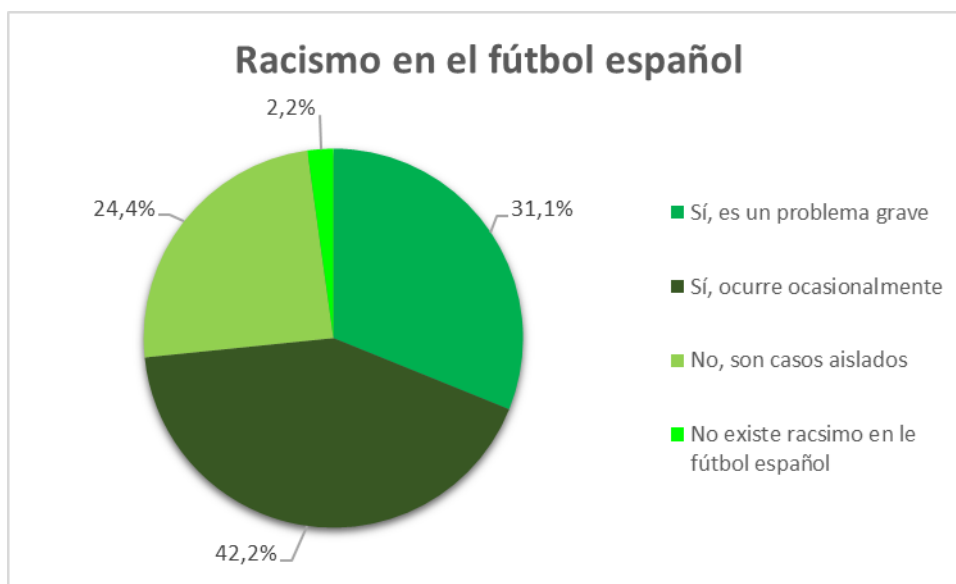
*Fuente:* Elaboración propia.

**5.3.4. Racismo en el fútbol**

Si bien el fútbol base busca fomentar valores positivos, el fútbol no está libre de los problemas que afectan al deporte en general. El racismo es uno de ellos, por ello se considera fundamental analizar cómo se percibe y combate este problema en el ámbito futbolístico.

A la pregunta sobre si existe racismo en el fútbol español, como nos muestra el gráfico 38 la mayoría de los encuestados considera que sí, aunque ocurre ocasionalmente (42,2%). Un 31,1% lo percibe como un problema grave dentro del deporte. Por otro lado, el 24,4% cree que se trata de casos aislados, mientras que solo un 2,2% opina que no existe racismo en el fútbol español.

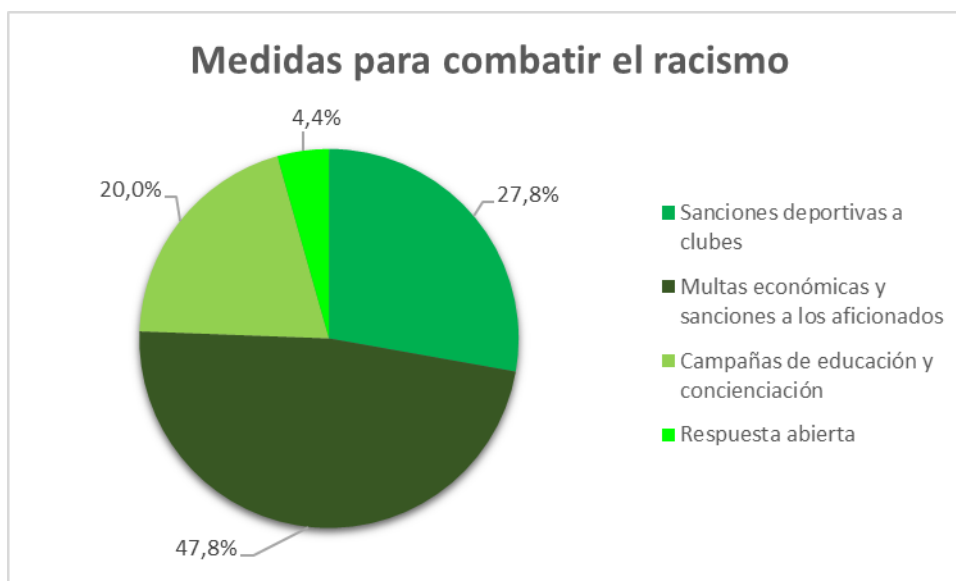
**Gráfico 38: Racismo en el fútbol español**



*Fuente:* Elaboración propia.

En la encuesta se propusieron una serie de medidas para combatir el racismo, entre ellas, los encuestados consideran las multas (47,8%) como la más efectiva. Le siguen las sanciones deportivas, elegidas por un 27,8% de los participantes. Por último, un 20% se inclinó por campañas de educación como vía principal para combatir el problema. Además de las opciones cerradas, se ofreció un espacio para que los encuestados compartieran su opinión y ofreciesen otras medidas, el 4,4% restante curiosamente coincidió en la respuesta y consideran que deberían aplicarse las tres medidas mencionadas anteriormente de forma conjunta. (Gráfico 39)

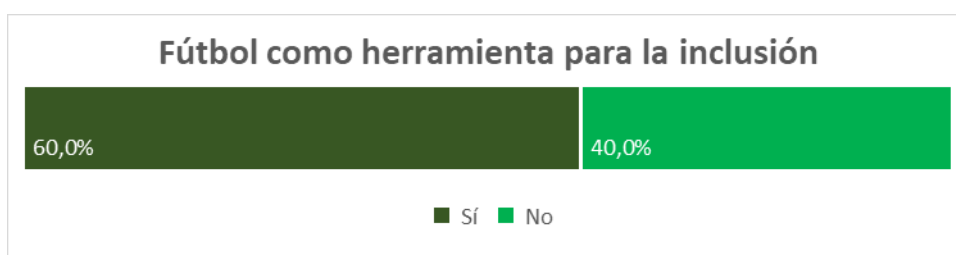
**Gráfico 39: Medidas para combatir el racismo**



*Fuente:* Elaboración propia.

Ante la cuestión de si el fútbol, tanto en su vertiente profesional como en el ámbito base, contribuye a la inclusión social y a combatir el racismo, el gráfico 40 refleja que el 60% de los encuestados creen que sí. En cambio, el otro 40% considera que el fútbol no desempeña un papel significativo en este sentido.

**Gráfico 40: Fútbol como herramienta para la inclusión**



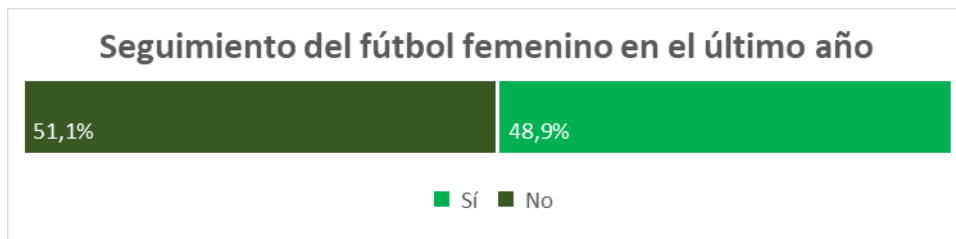
*Fuente:* Elaboración propia.

### 5.3.5. Fútbol femenino

Al igual que el racismo, la discriminación también se manifiesta en otras formas dentro del fútbol, como la desigualdad de género. En este sentido, el fútbol femenino ha enfrentado barreras históricas tanto sociales como institucionales. Por ello, resulta necesario analizar su evolución y la percepción actual entre los encuestados.

En primer lugar, ante la pregunta sobre si los encuestados han visto algún partido de fútbol femenino en el último año, el gráfico 41 demuestra que un 51,1% respondió que no, mientras que un 48,9% afirmó que sí. Aunque la diferencia es mínima, estos resultados reflejan un creciente interés por el fútbol femenino, a pesar de que todavía no alcanza un gran seguimiento.

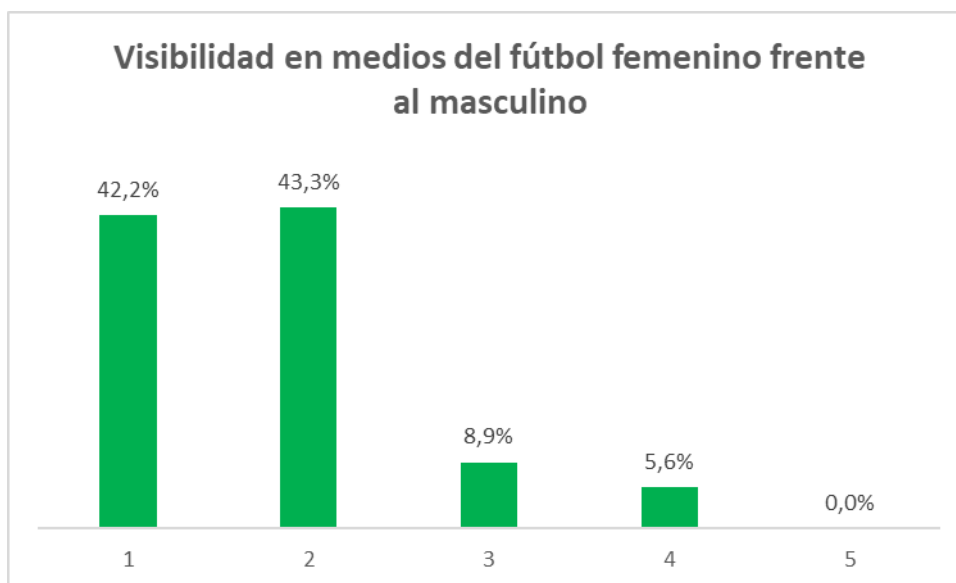
**Gráfico 41: Seguimiento del fútbol femenino en el último año**



*Fuente:* Elaboración propia.

Haciendo referencia a la visibilidad del fútbol femenino en comparación con el masculino en los medios de comunicación, la mayoría de los encuestados situó esta visibilidad en niveles bajos. Como vemos a continuación en el gráfico 42, la opción 2 fue la más elegida (43,3%), seguida por la 1 (42,2%), lo que indica una percepción de escasa presencia mediática. En menor medida, un 3 (8,9%) y un 4 (5,6%) completan las respuestas, quedándose la opción 5 sin votos.

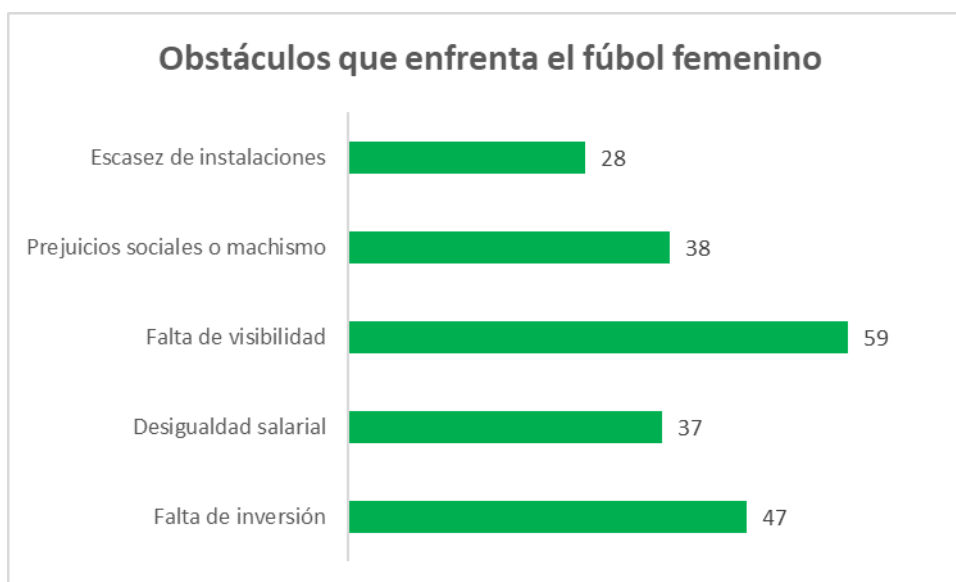
**Gráfico 42: Visibilidad en medios del fútbol femenino frente al masculino**



*Fuente:* Elaboración propia.

Por último, se preguntó por los obstáculos que a los que se enfrentaban las mujeres en el fútbol femenino. Se dieron una serie de respuestas cerradas entre las cuáles destacaron la falta de visibilidad y de inversión, seguidas de barreras como los prejuicios sociales o la desigualdad salarial. Y, en último lugar la escasez de instalaciones, la cual una pequeña parte de la muestra piensa que es un obstáculo (Gráfico 43). Además, se dejó una repuesta abierta para que los encuestados pudiesen compartir su opinión o aportar algún obstáculo más. Por un lado, hay una gran parte de las respuestas relacionadas con que el fútbol femenino genera un nivel de interés menor en consecuencia del nivel de juego o del nivel físico en comparación con el fútbol masculino. Por el otro lado están los que opinan que a todas estas barreras se les suman otras relacionadas con la falta de motivación a practicar deportes que están asociados históricamente con la figura del hombre como el fútbol o deportes de contacto.

**Gráfico 43: Obstáculos a los que se enfrenta el fútbol femenino**



*Fuente:* Elaboración propia.

En lo que respecta al fútbol femenino, se observa una clara percepción de desigualdad en cuanto a visibilidad e inversión, lo cual representa una asignatura pendiente que, como vemos en los resultados, está avanzando hacia un entorno más equitativo y representativo.

## **6. CONCLUSIONES**

Este TFG me ha permitido profundizar en un tema que, aunque siempre ha estado presente en mi vida como un hobby, nunca había analizado desde este punto de vista. A lo largo del proceso, he podido confirmar que el fútbol va más allá de un simple deporte, es un fenómeno que tiene un gran peso en la economía, cultura y vida de muchas personas de España.

Entre las conclusiones o ideas que me ha permitido alcanzar este trabajo está la relevancia que tiene el fútbol en múltiples aspectos de la sociedad española. Más allá de su dimensión deportiva, el fútbol representa un motor económico de gran peso, generando empleo, atrayendo inversiones y contribuyendo notablemente al PIB nacional. Además, su importancia social es innegable, ya que forma parte de la vida cotidiana de millones de personas y actúa como un elemento de unión para familias y comunidades. Su influencia se extiende a otros ámbitos como la educación, los medios de comunicación e incluso el turismo. También cabe destacar que España cuenta con una infraestructura deportiva de alto nivel, que no solo favorece el rendimiento competitivo, sino que también impulsa la formación y el desarrollo del talento joven.

En relación con la encuesta, entre los aspectos que más me han sorprendido se encuentra que en general, la gente es consciente del impacto económico del fútbol. Además, saben identificar los ámbitos en los que más gasta un aficionado promedio en España como son las apuestas, las suscripciones a TV o las entradas para los partidos. Al mismo tiempo, el trabajo y la encuesta me han hecho reflexionar sobre los retos que todavía arrastra el deporte, como la desigualdad de género o el racismo.

En lo personal, creo que este TFG me ha permitido ver el fútbol de otra manera, ahora tengo conocimientos económicos y sociales, además de una opinión más crítica y consciente sobre esta industria que forma parte de nuestro día a día.

## 7. **BIBLIOGRAFÍA**

Agencia Tributaria. (18 de julio de 2024). *¿Qué es el IVA?* Recuperado de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/ayuda/manuales-videos-folletos/manuales-practicos/manual-iva-2021/capitulo-2-introduccion/que-iva.html>.

Agencia Tributaria. (18 de marzo de 2024). *El impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)*. Recuperado de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/ayuda/manuales-videos-folletos/manuales-practicos/irpf-2023/c02-irpf-cuestiones-generales/impuesto-sobre-renta-personas-fisicas.html>.

Agencia Tributaria. (s.f.). *¿Qué es el Impuesto sobre Sociedades?* Recuperado de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/ayuda/manuales-videos-folletos/manuales-practicos/manual-sociedades-2021/capitulo-1-cuestiones-generales/que-impuesto-sobre-sociedades.html>.

Amiguet, T. (31 de enero de 2024). TVE debuta en Catalunya: el Barça pierde por 1-0. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/hemeroteca/20190214/46463902693/tve-debuta-catalunya-barca-pierde-1-0.html>.

Amor, M. (26 de febrero de 2024). El 'boom' inmobiliario del Bernabéu ya está aquí: se dispara el alquiler y 400 viviendas colindantes superan el millón de euros. *Relevo.com*. Recuperado de <https://www.relevo.com/futbol/liga-primera/boom-bernabeu-dispara-alquiler-viviendas-20240225171130-nt.html>.

Banco de España. (s.f.). *Definición de Producto interior bruto*. Recuperado de <https://www.bde.es/webbe/es/estadisticas/recursos/glosario/conceptos/producto-interior-bruto.html>.

Banco Santander. (s.f.). *¿Qué es el PIB o Producto Interior Bruto?* Recuperado de <https://www.bancosantander.es/glosario/pib-producto-interior-bruto>.

Barnés, H. G. (22 de febrero de 2016). La "furia española": así utilizó Franco el fútbol y así le respondieron los nacionalistas. *El confidencial*. Recuperado de [https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2016-02-22/futbol-espanol-furia-espanola-franco-dictadura-antifranquismo-nacionalistas\\_1155164/](https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2016-02-22/futbol-espanol-furia-espanola-franco-dictadura-antifranquismo-nacionalistas_1155164/).

Bartolí, P. (9 de octubre de 2024). ¿Cuántas Champions tiene el Barça femenino? *Sport.es*. Recuperado de <https://www.sport.es/es/noticias/futbol-femenino/champions-femenina/champions-barca-femenino-101669806>.

Boletín Oficial del Estado. (11 de junio de 2024). Real Decreto 1415/2004, de 11 de junio, por el que se aprueba el Reglamento General de Recaudación de la Seguridad Social. *Boe.es* Recuperado de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2004-11836#:~:text=1.,Cuotas%20de%20la%20Seguridad%20Social>.

Boletín Oficial del Estado. (28 de diciembre de 2024). Ley 38/1992, de 28 de diciembre, de Impuestos Especiales. *Boe.es* Recuperado de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1992-28741>.

Camuñas, M. (3 de febrero de 2024). Los datos económicos del fútbol femenino: un crecimiento moderado. *LegalSport.net*. Recuperado de <https://www.legalsport.net/futbol-femenino/datos-economicos-futbol-femenino-crecimiento-moderado/>.

Carrasco, H. (26 de julio de 2024). El Bernabéu ya es una mina de oro. *OKdiario.com*. Recuperado de <https://okdiario.com/diariomadridista/estadio-santiago-bernabeu/bernabeu-ya-mina-oro-452825>.

Ciołczyk, M. (22 de octubre de 2024). España: La ola de modernizaciones que 'inunda' LaLiga. *EstadiosDB.com*. Recuperado de <https://estadiosdb.com/noticias/2024/10/espana-la-ola-de-modernizaciones-que-inunda-la-liga>.

Datosmacro. (s.f.). PIB de España – Producto Interior Bruto 2022. *Datosacro.expansion.com*. Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana?anio=2022>.

Deloitte. (23 de enero de 2025). Deloitte Football Money League 2025. *Deloitte.com*. Recuperado de <https://www.deloitte.com/uk/en/services/financial-advisory/analysis/deloitte-football-money-league-women.html>.

Díaz, J. (11 de mayo de 2025). El Barça femenino confirma su dominio y gana su sexta liga consecutiva. *ElNacional.cat*. Recuperado de <https://www.elnacional.cat/es/deportes/barca-femenino-confirma-dominio-gana-sexta-liga-consecutiva-1413337-102.html>.

EAE Business School. (20 de agosto de 2020). *Así está afectando a los clubes deportivos españoles el coronavirus*. Recuperado de <https://www.eae.es/actualidad/noticias/asi-esta-afectando-los-clubes-deportivos-espanoles-el-coronavirus>.

Enelcamarín.cl. (9 de agosto de 2023). La Ley Bosman, el caso que cambió el fútbol. *Onefootball*. Recuperado de <https://onefootball.com/id/berita/la-ley-bosman-el-caso-que-cambio-el-futbol-38005756>.

Escudero, E. (17 de julio de 2019). ¿A qué región de España contribuye más el fútbol? *ABC.com*. Recuperado de [https://www.abc.es/deportes/futbol/abci-region-espana-contribuye-mas-futbol-201907170117\\_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Fdeportes%2Ffutbol%2Fabci-region-espana-contribuye-mas-futbol-201907170117\\_noticia.html](https://www.abc.es/deportes/futbol/abci-region-espana-contribuye-mas-futbol-201907170117_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Fdeportes%2Ffutbol%2Fabci-region-espana-contribuye-mas-futbol-201907170117_noticia.html).

Fernández García, L. (26 de octubre de 2023). España y el mundial. Recuerdos de 1982 y expectativas para 2030. *Esférico. El fútbol leído*. Recuperado de [https://esferico.es/vestuario\\_local/versiones\\_esfericas/espana-y-el-mundial-recuerdos-de-1982-y-expectativas-para-2030](https://esferico.es/vestuario_local/versiones_esfericas/espana-y-el-mundial-recuerdos-de-1982-y-expectativas-para-2030).

Fernández, R. (14 de septiembre de 2024). PIB: peso de los sectores económicos en España 2008-2023. *Statista.com*. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/501643/distribucion-del-producto-interior-bruto-pib-de-espana-por-sectores-economicos/>.

Fútbol Base Total. (14 de enero de 2025). Cómo Funciona el Fútbol Base en España: Estructura y Desarrollo. *Futbolbasetotal.com*. Recuperado de <https://futbolbasetotal.com/como-funciona-el-futbol-base-en-espana-estructura-y-desarrollo/>.

Guirado, H. (19 de abril de 2024). ¿Cómo nace la rivalidad Real Madrid y FC Barcelona? *Fansided.es*. Recuperado de <https://fansided.com/es/posts/como-nace-rivalidad-real-madrid-fc-barcelona>.

KPMG. (13 de mayo de 2015) Impacto socio-económico del fútbol profesional en España. *KPMG.com*. Recuperado de <https://kpmg.com/es/es/informes-publicaciones/2015/05/impacto-socioeconomico-futbol-espana.html>.

KPMG. (31 de julio de 2023). Impacto socio-económico del fútbol profesional en España. *LALIGA oficial website*. Recuperado de <https://assets.laliga.com/assets/2023/09/28/originals/39498f156b1e8f503e793b4b882e584c.pdf>.

López, P. (7 de agosto de 2024). El deporte hace 'su agosto' en el turismo español: más de 7.000 millones en viajes deportivos. *Elconfidencial.com*. Recuperado de

[https://www.elconfidencial.com/deportes/2024-08-07/gasto-turismo-deportivo-espana\\_3920376/](https://www.elconfidencial.com/deportes/2024-08-07/gasto-turismo-deportivo-espana_3920376/).

María, F. (19 de enero de 2025). La historia del fútbol en España: Más que un deporte, un fenómeno social. *Okdiario.com*. Recuperado de <https://okdiario.com/historia/historia-del-futbol-espana-mas-que-deporte-fenomeno-social-14130619>.

Martín, J. (11 de noviembre de 2024). El coste del deporte base para los clubes ronda los 500 euros al año por jugador. *El Adelantado.com*. Recuperado de <https://eladelantado.com/segovia/el-coste-del-deporte-base-para-los-clubes-ronda-los-500-euros-al-ano-por-jugador/>.

Mendieta, E. (23 de noviembre de 2022). España 1982: el mundial que nos modernizó pese al terrorismo, la inflación... e Irlanda del Norte. *El confidencial*. Recuperado de [https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/mundial/2022-11-23/mundial-82-espana-naranjito-terrorismo-qatar\\_3527514/](https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/mundial/2022-11-23/mundial-82-espana-naranjito-terrorismo-qatar_3527514/).

Molero, J. (8 de abril de 2025). ¿Cuántos títulos tiene España en fútbol femenino? Lista completa de trofeos y palmarés. *DAZN.com*. Recuperado de <https://www.dazn.com/es-ES/news/f%C3%BAtbol/titulos-espana-futbol-femenino-lista-completa-trofeos-palmares/gc64jv2pbaf11898zlanquetl>.

ONDA F.C. (18 de julio de 2024). Impacto en la sociedad: *El fútbol es un fenómeno cultural en España* [Entrada de blog]. Recuperado de <https://www.onda.fc.es/es/impacto-en-la-sociedad-el-futbol-es-un-fenomeno-cultural-en-espana/>.

Radio Televisión Española (RTVE). (9 de junio de 2020). *El fútbol vuelve en España tres meses y un día después*. Recuperado de <https://www.rtve.es/deportes/20200609/futbol-liga-tes-meses-coronavirus/2016301.shtml>.

Real Academia Española. (s.f.). PIB. En Diccionario de la lengua española. Recuperado en 18 de marzo de 2025, de <https://www.rae.es/diccionario-estudiante/PIB#:~:text=Producto%20interior%20bruto%2C%20o%20valor,un%20país%20en%20un%20año>.

Real Federación Española de Fútbol (RFEF). (s.f.). *El fútbol llega a España*. Recuperado de <https://rfe.es/es/museo/visita-virtual/el-futbol-llega-espana>.

Romero, A. P. (17 de junio de 2023). 20 años del “never, never, never” y del traspaso de David Beckham al Real Madrid: “Es el fichaje que lo cambió todo”. *El mundo*.

Impacto del fútbol en la economía española.

Merino Rey, Álex.

Recuperado de <https://www.elmundo.es/deportes/futbol/2023/06/17/648c6d0b21efa02f408b45a5.html>.

Statista. (2 de diciembre de 2024). Número de clubes de fútbol federados en España en 2023, por comunidad autónoma. *Statista.com*. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/1229508/numero-de-clubes-de-futbol-federados-por-region-en-espana/>.

Statista. (2 de diciembre de 2024). Fútbol en España: número de federados 2010-2023. *Statista.com*. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/479983/futbol-numero-de-federados-en-espana/>.

Statista. (2 de diciembre de 2024). Número de licencias deportivas de mujeres de la Federación Española de Fútbol de 2014 a 2023. *Statista.com*. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/1229465/futbol-numero-de-federados-en-espana/>.

Statista. (2 de diciembre de 2024). Número de licencias deportivas de la Real Federación Española de Fútbol de 2010 a 2023. *Statista.com*. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/479983/futbol-numero-de-federados-en-espana/#:~:text=Sin%20embargo%2C%20durante%202021%20el,alta%20de%20todo%20el%20periodo>.

Szreter, A. (13 de diciembre de 2005). Consecuencias de la Ley Bosman. *UEFA.com*. Recuperado de <https://es.uefa.com/news-media/news/01b0-0f847d3ca27d-7f1310c7197c-1000--consecuencias-de-la-ley-bosman/>.

Teka. (s.f.). *Historia de los patrocinios deportivos en Teka: fútbol*. Recuperado de <https://www.teka.com/es-es/inspiracion/historia-de-los-patrocinios-deportivos-en-teka-futbol/>.

UD Sur. (2024). Ayuntamiento de Valladolid [PDF]. *UDSur.com*. Recuperado de <https://www.udcsur.com/wp-content/uploads/2024/07/INSCRIPCION-F-7-Julio-2024.pdf>.

Unión Europa de Asociaciones de Fútbol (UEFA). (16 de marzo de 2020). *EURO 1964: todo lo que necesitas saber*. Recuperado de <https://es.uefa.com/uefaeuro/history/news/025b-0eeb8ada5483-65ecd426aa69-1000--euro-1964-todo-lo-que-necesitas-saber/>.

Valiente, I. (11 de junio de 2024). Por qué España gusta tanto a los turistas internacionales: el 65% repetiría. *20minutos.es*. Recuperado de

<https://www.20minutos.es/viajes/actualidad/por-que-espana-gusta-turistas-internacionales-5481283/>.

Vilariño, I. (30 de noviembre de 2022). Opinión: <<El fútbol base, la importancia de lo (in)visible>>. *Elfutbolverdadero.com*. Recuperado de <https://www.elfutbolverdadero.com/opinion-el-futbol-base-la-importancia-de-lo-invisible/>.

## 8. **ANEXO: ENCUESTA REALIZADA**

### **Encuesta sobre el impacto socioeconómico del fútbol en España.**

Esta encuesta forma parte de un Trabajo de Fin de Grado que tiene como objetivo analizar el impacto del fútbol en la economía y la sociedad española. Las respuestas son anónimas y serán utilizadas con fines académicos. Gracias por tu colaboración.

1. Edad:

- ☐ Menos de 18.
- ☐ 18 – 25.
- ☐ 26 – 35.
- ☐ 36 – 50.
- ☐ Más de 50.

2. Género:

- ☐ Masculino.
- ☐ Femenino.
- ☐ Otro.

3. Nivel de estudios:

- ☐ Secundaria.
- ☐ Bachillerato.
- ☐ Formación Profesional.
- ☐ Estudios universitarios.
- ☐ Posgrado.

4. Ocupación:

- ☐ Estudiante.
- ☐ Desempleado.
- ☐ Empleado.

Impacto del fútbol en la economía española.

Merino Rey, Álex.

☐ Jubilado.

☐ Otro.

### Consumo de los aficionados

5. ¿Cuánto crees que gasta un aficionado al mes aproximadamente en fútbol?

☐ Nada.

☐ Menos de 20€.

☐ 20€ - 50€.

☐ 50€ - 100€.

☐ Más de 100€.

6. Valora de 1 a 3 (donde 1 es nada y 3 mucho) cuánto dinero crees que gastan los aficionados en las siguientes actividades relacionados con el fútbol en España.

|   | 1                        | 2                        | 3                        |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <i>Entradas para ver partidos.</i>                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <i>Apuestas deportivas.</i>                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <i>Suscripciones a TV o a plataformas deportivas.</i> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <i>Prensa.</i>  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <i>Merchandising.</i>                                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <i>Videojuegos.</i>                                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <i>Hostelería.</i>                                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

### Impacto en España

7. ¿Crees que el fútbol forma parte de la cultura española?

☐ Sí.

☐ No.

8. En una escala del 1 al 5 (donde 1 es poco importante y 5 muy importante), ¿qué importancia crees que tiene el fútbol para la economía del país?

Impacto del fútbol en la economía española.

Merino Rey, Álex.

1      2      3      4      5

Poco importante    ☐    ☐    ☐    ☐    ☐    Muy importante

9. Valora de 1 a 3 (donde 1 es nada y 3 mucho) cómo afecta el fútbol profesional al comercio, turismo y empleo.

|                  | 1                        | 2                        | 3                        |
|------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <i>Comercio.</i> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <i>Turismo.</i>  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <i>Empleo.</i>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

#### Fútbol base

10. En una escala del 1 al 5 (donde 1 es nada y 5 mucho), ¿cómo de importante consideras que los niños practiquen algún deporte desde que son pequeños?

1      2      3      4      5

Nada    ☐    ☐    ☐    ☐    ☐    Mucho

11. ¿Consideras que el fútbol base promueve valores positivos a los niños y los jóvenes que lo practican?

☐ Sí.

☐ No.

12. En caso de haber respondido sí en la anterior pregunta, ¿qué valores crees que aporta el fútbol base? (Puedes marcar más de una opción)

☐ Trabajo en equipo.

☐ Disciplina.

☐ Esfuerzo.

☐ Competitividad.

☐ Deportividad.

☐ Respeto.

☐ Otra...

### Racismo en fútbol

13. ¿Crees que existe el racismo en el fútbol español?

- ☐ Sí, es un problema grave.
- ☐ Sí, ocurre ocasionalmente.
- ☐ No, son casos aislados.
- ☐ No existe racismo en el fútbol español.

14. ¿Qué medidas consideras más efectivas para combatir el racismo en el fútbol español?

- ☐ Sanciones deportivas a clubes (cierre de estadios, pérdida de puntos...).
- ☐ Multas económicas y sanciones a los aficionados.
- ☐ Campañas de educación y concienciación.
- ☐ Otra...

15. ¿Crees que el fútbol (profesional y base) ayuda a la inclusión social y a combatir el racismo?

- ☐ Sí.
- ☐ No.

### Fútbol femenino

16. ¿Has visto algún partido de fútbol femenino en el último año?

- ☐ Sí.
- ☐ No.

17. En una escala del 1 al 5 (donde 1 es muy bajo y 5 es muy alto), ¿qué nivel de visibilidad crees que tiene el fútbol femenino en los medios en comparación al masculino?

|          | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        |          |
|----------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------|
| Muy bajo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Muy alto |

18. ¿Qué obstáculos crees que enfrentan las mujeres en el fútbol? (Puedes marcar más de una opción)

- ☐ Falta de inversión.

Impacto del fútbol en la economía española.

Merino Rey, Álex.

- ☐ Desigualdad salarial.
- ☐ Falta de visibilidad.
- ☐ Prejuicios sociales o machismo.
- ☐ Escasez de instalaciones y recursos.
- ☐ Otra...