



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

ANÁLISIS DE LA CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA DEL FÚTBOL A LA SOCIEDAD: EL CASO DE LA FINAL DE LA CHAMPIONS LEAGUE 2019

Autor: Isabel Yun Sánchez de Ocaña Meca
Director: Jorge Martín Magdalena

MADRID | Marzo, 2022

Índice de contenidos

Índice de tablas.....	ii
Índice de gráficos.....	iii
Abreviaturas	v
Resumen y palabras clave.....	vi
Abstract and key words.....	vi
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Planteamiento y justificación de la cuestión	1
1.2 Objetivos de la investigación	5
1.3 Metodología de la investigación.....	6
1.4 Estructura	6
CAPÍTULO 2: MARCO CONCEPTUAL.....	8
2.1 Los eventos deportivos	8
2.1.1 Conceptualización.....	8
2.1.2 Clasificación	10
2.2 El impacto de los eventos deportivos.....	13
2.2.1 Impacto social.....	14
2.2.2 Impacto político	16
2.2.3 Impacto económico	17
2.2.3.1 Instrumentos de medición.....	19
2.2.3.2 Problemas de medición.....	21
2.3 La Champions League.....	23
2.3.1 Historia.....	23
2.3.2 Formato de competición.....	25
2.3.3 Elección de la sede de la final.....	26
2.3.4 La final de la Champions League 2018-2019.....	28
CAPÍTULO 3: PLANTEAMIENTO Y ANÁLISIS DE HIPÓTESIS.....	29
3.1 Planteamiento de las hipótesis.....	29
3.2 Análisis de datos	29
3.2.1 Impacto sobre Madrid (basado en análisis CEIM).....	33
3.2.1.1 Industria hotelera.....	33
3.2.1.2 Restauración y ocio	38
3.2.1.3 Arcas públicas.....	40
3.2.1.4 Transporte y comercio.....	41

3.2.1.5 Impacto total en la economía de Madrid	42
3.2.1.6 Comparación del impacto con otras finales seleccionadas.....	43
3.2.2 Impacto sobre Madrid (sectores no considerados por el análisis CEIM)	44
3.2.2.1 Aerolíneas	45
3.2.2.2 Recaudación en taquilla.....	47
3.2.2.3 Casas de apuestas	49
3.2.2.4 Impacto mediático y patrocinio.....	51
3.2.2.5 Derechos televisivos.....	55
3.2.2.6 Empleo.....	56
3.2.3 Impacto sobre los clubes participantes	58
3.2.3.1 Reparto de premios de la UEFA por clubes	58
3.2.3.2 Impacto en las cuentas del club.....	60
3.2.3.3 Impacto del club en la sociedad.....	64
3.2.3.4 El mercado de fichajes	65
3.3 Resumen resultados obtenidos y verificación de hipótesis	67
CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES	70
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72

Índice de tablas

Tabla 1: Tipos de espectáculos que pueden considerarse eventos deportivos (Año) .	10
Tabla 2: Clasificación de los eventos deportivos (Gratton).....	11
Tabla 3: Clasificación de los eventos deportivos (elaboración propia)	13
Tabla 4: Impactos sociales y culturales de un evento deportivo	15
Tabla 5: Impacto político de un evento deportivo	16
Tabla 6: Principales instrumentos de medición del impacto económico de los eventos deportivos	20
Tabla 7: Principales problemas de medición del impacto económico de los eventos deportivos	21
Tabla 8: Participantes Copa de Clubes Campeones Europeos temporada 1955-195624	
Tabla 9: Histórico de las finales de la Champions League por temporada, equipos y sede	27
Tabla 10: Futuras finales de la Champions League por temporada y sede.....	27
Tabla 11: Estructura del análisis de la final de la Champions League.....	31
Tabla 12: Histórico de la variación del RevPar por las finales de la Champions League	34
Tabla 13: Variación RevPar en establecimientos en la Comunidad de Madrid.....	35
Tabla 14: Variación ADR en establecimientos en la Comunidad de Madrid.....	36
Tabla 15: Recaudación hotelera mínima tras la final de la Champions League (€)	37
Tabla 16: Recaudación hotelera máxima tras la final de la Champions League (€)	37

Tabla 17: Recaudación mínima en restauración tras la final de la Champions League (€).....	40
Tabla 18: Recaudación máxima en restauración tras la final de la Champions League (€).....	40
Tabla 19: Pérdida fiscal a raíz del oasis fiscal asegurado a la UEFA en la final de la Champions 2018-2019	41
Tabla 20: Recaudación en transporte tras la final de la Champions League (€).....	42
Tabla 21: Impacto total de la final de la Champions League en Madrid (€).....	43
Tabla 22: Comparación del impacto con otras finales de la Champions League.....	43
Tabla 23: Llegadas a Madrid Barajas desde los principales aeropuertos de Reino Unido en Mayo y Junio 2019	45
Tabla 24: Recaudación de las aerolíneas.....	46
Tabla 25: Estimación de la distribución de las entradas en la final de la Champions League temporada 2018-2019	47
Tabla 26: Estimación recaudación entradas (método precio medio)	47
Tabla 27: Estimación recaudación entradas (método desglose por categorías).....	48
Tabla 28: Comparación precio de las entradas en diferentes partidos	48
Tabla 29: Cuotas del partido Liverpool-Tottenham (€)	51
Tabla 30: Top 10 patrocinios en camisetas en las 5 principales ligas tras el inicio de la pandemia	53
Tabla 31: Principales industrias patrocinadoras de las 5 principales ligas.....	54
Tabla 32: Venta de camisetas por clubes (2019)	54
Tabla 33: Reparto de ingresos de la Champions League temporada 2018-2019.....	58
Tabla 34: Ingresos Liverpool FC a raíz de la Champions League, temporada 2018-2019 (M€).....	59
Tabla 35: Ingresos de los clubes por la Champions League en la temporada 2018-2019 (M€).....	59
Tabla 36: Cuenta de pérdidas y ganancias Liverpool FC temporadas 2018-2019 y 2017-2018.....	60
Tabla 37: Evolución ranking clubes por ingresos	63
Tabla 38: Evolución ranking clubes por Enterprise Value.....	63
Tabla 39: Impacto del FC Barcelona en la ciudad de Barcelona, temporada 2018-2019	64
Tabla 40: Impacto del FC Barcelona en la ciudad de Barcelona, temporadas 2014-2015 y 2013-2014.....	65
Tabla 41: Revalorización de los jugadores del Madrid tras ganar la Champions League en la temporada 2016-2017	66
Tabla 42: Resultados obtenidos del análisis de contribución económica de la final de la Champions League	67
Tabla 43: Resultados obtenidos del análisis de otros factores afectados por la final de la Champions League.....	68

Índice de gráficos

Gráfico 1: Porcentaje de "interesados" o "muy interesados" en los deportes principales a nivel global	2
Gráfico 2: Agentes de la sociedad impactados económicamente por la final de la Champions League	30

Gráfico 3: Grado de ocupación hotelera por habitaciones en la Comunidad de Madrid en Junio, Julio y Agosto (2017-2019)	33
Gráfico 4: Revenue Per Available Room en establecimientos hoteleros en la Comunidad de Madrid (€, meses, 2017-2019)	35
Gráfico 5: Average Daily Rate en establecimientos hoteleros en la Comunidad de Madrid (€, meses, 2017-2019)	36
Gráfico 6: Consumo de bebidas por hora en locales públicos con fútbol	39
Gráfico 7: Ingresos por apuestas deportivas en las principales casas de apuestas (M€, 2017-2018)	49
Gráfico 8: Premios repartidos por apuestas deportivas en las principales casas de apuestas (M€, 2017-2018)	50
Gráfico 9: Margen de juego de las principales casas de apuestas (M€, 2017-2018)	50
Gráfico 10: Distribución derechos televisivos por operador (M€, temporada 2018-2019)	55
Gráfico 11: Número de abonados de los principales operadores de televisión de pago (miles de abonados, 2019-2020)	56

Abreviaturas

AEHM: Asociación Empresarial Hotelera de Madrid

AENA: Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea

ADR: Average Daily Rate (Tarifa Media Diaria)

BOE: Boletín Oficial del Estado

CEIM: Confederación de Empresarios Madrileños

CNMC: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

ECA: Consejo de la Asociación Europea de Clubes

ENAIRE: Entidad pública proveedora de servicios de navegación aérea e información aeronáutica

FIFA: Fédération Internationale de Football Association

INE: Instituto Nacional de Estadística

PIB: Producto Interior Bruto

RAE: Real Academia Española

RevPar: Revenue per Available Room (Ingresos por Habitación Disponible)

SEULR: Servicio de limpieza urgente

UEFA: Union of European Football Associations

Resumen y palabras clave

Esta investigación analiza la contribución económica del fútbol en la sociedad, a través del estudio concreto de la final de la UEFA Champions League de 2019 celebrada en Madrid. Con este fin, aborda el contexto en el que se desarrolla la competición y, a través del planteamiento de una hipótesis relacionada con la positividad del impacto de la misma, analiza la contribución del evento desde la perspectiva de la ciudad y de los clubes participantes. De la verificación de la hipótesis planteada se determina que existe un impacto económico positivo en la sociedad, tanto en los sectores en los que repercute la celebración en la Comunidad de Madrid, así como en los clubes participantes, que mejoran su sostenibilidad financiera e incluso experimentan un aumento del valor del equipo. Así mismo, existe un impacto en términos sociales a través de la creación de empleo, la difusión de valores y la mejora de la imagen de marca de Madrid.

Palabras clave: *Champions League, empleo, impacto económico, impacto social, turismo, Liverpool FC, UEFA*

Abstract and key words

This research analyses the economic contribution of football to society through the specific study of the 2019 UEFA Champions League final held in Madrid. To this end, it addresses the context in which the competition takes place and, by posing a hypothesis related to the positivity of its impact, analyses the contribution of the event from the perspective of the city and the participating clubs. From the verification of the hypothesis, it is determined that there is a positive economic impact on society, both in the sectors affected by the event in the Community of Madrid, as well as on the participating clubs, which improve their financial sustainability and even experience an increase in the value of the team. Likewise, there is an impact in social terms through the creation of employment, the dissemination of values and the improvement of Madrid's brand image.

Keywords: *Champions League, economic impact, employment, Liverpool FC, social impact, tourism, UEFA*

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento y justificación de la cuestión

El deporte es un pilar en la sociedad actual, pues sus implicaciones incluyen beneficios sociales tanto desde una perspectiva de salud mental y física como desde un punto de vista económico. Estudios como los de Jacoby et al. (2003), Moscoso et al. (2009), Kohl et al. (2012) o Pérez (2014) avalan la importancia del deporte y es por ello que parece relevante analizar sus efectos.

Los Juegos Olímpicos son considerados el principal acontecimiento del mundo del deporte a nivel global, con más de 200 naciones participantes¹ y una audiencia de 5.000 millones de espectadores¹. A continuación, encontramos el mundial de fútbol con 3.500 millones espectadores, y por detrás el mundial de rugby (857 millones de espectadores¹), el clásico Madrid-Barca (650 millones de espectadores¹), la final de la Champions League (350 millones de espectadores¹) y la Super Bowl (102 millones de espectadores¹).

Estas cifras permiten entrever la magnitud de los eventos deportivos y revelan la necesidad de realizar un estudio más profundo del impacto que tienen en la economía. Los estudios de Jago y Dwyer (2006), Ramírez et al. (2007) y Walton et al. (2007) son algunos de los ejemplos que muestran el impacto económico que supone la celebración de estos eventos en las ciudades que los hospedan. En el caso de España, la industria deportiva generó durante 2018 una actividad económica de 39.117 millones de euros, lo que supuso un 3,3% del PIB nacional (PWC, 2020)

Al tratarse de un tema amplio y debido a la relevancia del fútbol en la sociedad, el objeto de estudio de la investigación será este deporte. De una manera u otra, el fútbol es uno de los deportes más populares la actualidad. Más de 1.000 millones de personas practican este deporte, frente a los 400 millones que practican baloncesto, o los 300 millones que juegan al tenis, por ejemplo². Si hablamos de audiencias, el fútbol también se posiciona por encima del resto de

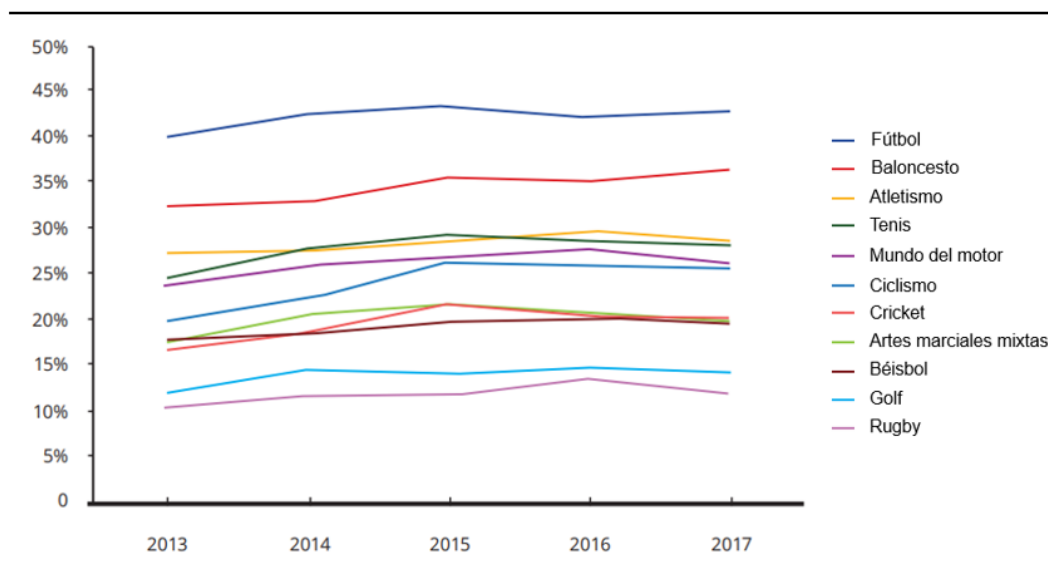
¹ Fuente: <https://www.888sport.es/blog/eventos-deportivos-audiencia-television>

² Fuente: <https://medicoplus.com/ciencia/deportes-mas-practicados-mundo>

deportes. Se estima que 4.000 millones de personas siguen los partidos, frente a los 1.000 millones de seguidores para el tenis y los 825 millones del baloncesto³.

El interés global del fútbol fue analizado en el "World football report" (Nielsen, 2018) De acuerdo a los datos que figuran en el Gráfico 1, que muestra los resultados de una encuesta realizada en 18 mercados de distintas zonas geográficas (América, Europa, Oriente Medio y África), se puede apreciar como el porcentaje de los encuestados "interesados" o "muy interesados" en el fútbol supera al porcentaje en el resto de deportes. En 2017, el 43% de encuestados representan a 736 millones de personas en todos los mercados encuestados.

Gráfico 1: Porcentaje de "interesados" o "muy interesados" en los deportes principales a nivel global



Fuente: elaboración propia a partir de Nielsen (2018)

Además, como se ha mencionado anteriormente, los eventos relacionados con el fútbol (mundial, clásico Madrid-Barça y final Champions League⁴) son tres de los eventos deportivos con mayor audiencia, por lo que se revela interesante analizar en profundidad el impacto de los eventos futbolísticos en la economía.

Geográficamente, el fútbol europeo es el principal exponente de este deporte. A nivel nacional, si analizamos los campeonatos mundiales desde 1930 hasta 2018

³ Fuente: https://www.cuatro.com/deportes/top/deportes-mas-vistos-seguidos-mundo-be5m_18_2957070332.html

⁴ Fuente: <https://www.888sport.es/blog/eventos-deportivos-audiencia-television>

podemos observar que las naciones europeas han conseguido un total de 12 títulos (4 de Italia, 4 de Alemania, 2 de Francia, 1 de Inglaterra y 1 de España), frente a los 9 de Latino América (5 de Brasil, 2 de Uruguay y 2 de Argentina). Además, en los últimos 4 campeones del torneo, Francia (2018), Alemania (2014), España (2010) e Italia (2006), se observa el dominio del fútbol europeo en los últimos años. Por otro lado, a nivel de clubes, los equipos más prestigiosos y con mayor presencia se encuentran en Europa. De acuerdo al informe Football Money League (Deloitte, 2021), los 20 equipos con mayores ingresos del mundo fueron europeos, con un 35% de equipos ingleses, un 20% de equipos alemanes, un 15% de equipos españoles, un 15% de equipos italianos, un 10% de equipos franceses y un 5% de equipos rusos. Por otro lado, el ranking de Forbes⁵ acerca de los 20 equipos más valiosos del mundo en 2021, liderado por el FC Barcelona con 3.999 millones de euros⁶, cuenta con una presencia 100% europea (Inglaterra 45%, Italia 20%, España 15%, Alemania 10% y Holanda y Francia 5%).

En términos de jugadores, los clubes europeos también reúnen a las principales figuras de este deporte. No obstante, cabe destacar que en este mercado, en lo que a la nacionalidad se refiere, actualmente muchos de los jugadores son de orígenes latinoamericanos. De esta manera, ante la gran diferencia de nivel entre los clubes latinos y los europeos, el mercado europeo recoge una gran parte del talento futbolístico proveniente de Brasil o Argentina entre otros países.

De esta forma, tanto a nivel de nacional como a nivel de clubes el fútbol europeo es el más valioso tanto en términos competitivos como en términos económicos, por lo que el estudio se centrará en esta zona. Una vez determinada el área geográfica, es importante concretar el alcance y ámbito del estudio. Si bien las competiciones más seguidas en términos de audiencias son los Juegos Olímpicos (5.000 millones de espectadores) y el mundial de fútbol (3.500 millones de espectadores), el análisis de estos eventos está condicionado por diversos factores. En primer lugar, los Juegos Olímpicos reúnen diferentes disciplinas deportivas, por lo que la atención del evento no se debe únicamente

⁵ Fuente: <https://forbes.es/listas/94184/estos-son-los-equipos-de-futbol-mas-valiosos-del-mundo/>

⁶ Tipo de cambio aplicado: 1€=1,1904\$ de acuerdo a «BOE» núm. 88, de 13 de abril de 2021, páginas 42418 a 42419

al fútbol. Por otro lado, la periodicidad de ambos eventos, que se celebran cada 4 años, hace que las audiencias sean afectadas por el factor tiempo, pues es la excepcionalidad del evento lo que les otorga una mayor importancia.

Por ello, se revela interesante analizar las competiciones que se celebran de forma periódica cada año. Si bien existen diferentes campeonatos que cumplen estas características, tales como las ligas nacionales (p. ej. la Premier League, la Liga, la Serie A, la Ligue 1), existe una competición que reúne a los clubes más importantes de toda Europa tanto a nivel deportivo como económico: la Champions League, que será de esta manera el objeto del presente estudio.

Además, uno de los acontecimientos más destacados en el mundo del fútbol en los últimos tiempos fue la posible creación de la Superliga⁷, competición que pretendía reunir a los grandes clubes europeos en un nuevo torneo. Esta noticia puso en jaque el sistema actual del fútbol, ya que dejaba al margen a la Unión de Federaciones Europeas de Fútbol (UEFA), presente organizador y regulador de todos los torneos y competiciones a nivel europeo tales como la Champions League, la Europa League o la Eurocopa. Aunque la idea no fue bien recibida entre los aficionados⁸ y el organismo anteriormente mencionado y la creación fue finalmente frustrada⁹, la mera proposición de la Superliga dejó entrever fallos en el sistema. Entre los principales motivos para su desarrollo se encontraba el motivo económico, pues la nueva competición pretendía maximizar tanto los ingresos como la rentabilidad de los clubes participantes¹⁰.

Así, tras la puesta en cuestión el sistema vigente en la que uno de los principales motivos era el económico, resulta interesante analizar la Champions League, a fin de cuantificar el impacto económico que ésta competición genera. A través del estudio de la contribución de la final de la Champions League, uno de los partidos más mediáticos de la competición, desde una perspectiva económica, se tratará por tanto de entender el papel que juega esta competición en la sociedad. Concretamente se analizará la desarrollada en la temporada 2019 en el estadio Metropolitano en Madrid, en la que el Liverpool se impuso al

⁷ Fuente: <https://www.elperiodico.com/es/deportes/20210419/superliga-europea-equipos-cuando-empieza-que-es-11666027>

⁸ Fuente: <https://www.elmundo.es/espana/encuestas/2021/04/23/6082f5f7fc6c8306148b45f6.html>

⁹ Fuente: <https://www.bbc.com/mundo/deportes-56833712>

¹⁰ Fuente: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/04/19/companias/1618847618_999254.html

Tottenham con un 2-0¹¹. Si bien el anuncio del nacimiento de la Superliga Europea tuvo lugar el 18 de abril de 2021¹², en diciembre de 2019 el Financial Times reveló que el Real Madrid negociaba con el fondo CVC la creación de una Superliga mundial que rivalizaría con las competiciones domésticas europeas¹³. De esta manera, el partido disputado el 1 de Junio de 2019 entre Tottenham y Liverpool fue la última final antes de que las conversaciones sobre un nuevo modelo en el fútbol comenzasen, por lo que su análisis adquiere importancia.

1.2 Objetivos de la investigación

Tal como se ha expuesto, el fútbol es uno de los deportes más relevantes en la sociedad actual. Si bien la amplitud del tema puede dar lugar a diversos planteamientos referidos a la competición que analizar, debido a la relevancia deportiva explicada anteriormente, este trabajo se centrará en la Champions League.

De esta manera, el objetivo principal de este estudio es entender la contribución económica del fútbol en la sociedad a partir de la Champions League. Concretamente, este trabajo pretende: (i) exponer de forma precisa y estructurada las características de los eventos deportivos y el contexto en el que se desarrolla la competición; (ii) explicar los tipos de impacto generados por el torneo y los métodos de valoración de los mismos; (iii) identificar los sectores y agentes sobre los que repercute la celebración del evento y (iv) analizar el impacto de la Champions League en dichos sectores y agentes desde una perspectiva económica.

¹¹ Fuente: <https://es.uefa.com/uefachampionsleague/match/2025486--tottenham-vs-liverpool/>

¹² Fuente: <https://www.palco23.com/competiciones/el-ano-en-que-nacio-y-murio-la-superliga-que-quiso-cambiar-el-poder-en-el-futbol-europeo#:~:text=Despu%C3%A9s%20de%20a%C3%B1os%20de%20especulaciones,nacimiento%20de%20la%20Superliga%20europea>

¹³ Fuente: <https://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2019/12/06/5de99c35e5fdeaf9428b46d6.html>

1.3 Metodología de la investigación

Con el fin de cubrir los objetivos que persigue este estudio, se llevarán a cabo dos tipos de análisis.

En primer lugar, se realizará una revisión bibliográfica no sistemática del marco conceptual existente. Este trabajo de búsqueda y lectura de documentación, empleando bases de datos como “WoS”, “Scopus”, “ResearchGate” y “ScienceDirect” y buscadores académicos como “Semantic Scholar” y “Google Scholar”, aportará un valor cualitativo a la investigación, ya que permitirá contextualizar el trabajo y comprender los estudios existentes sobre la materia.

En segundo lugar, se realizará una búsqueda y selección de datos e indicadores económicos y competitivos (como el turismo o el empleo) que ayuden a cuantificar el impacto total del evento de la final de la Champions League 2019 desarrollada en Madrid. Este estudio cuantitativo se apoyará en las publicaciones y estadísticas proporcionadas por entidades tales como el Instituto Nacional de Estadística, entre otros.

1.4 Estructura

El estudio se estructurará en 4 bloques: introducción, marco conceptual, análisis del impacto económico de la final de la Champions League 2019 y resultados obtenidos y conclusiones.

En la introducción se presenta el planteamiento del trabajo y se trata de justificar la elección del estudio, refiriéndose a la importancia y los objetivos que se persiguen con el mismo.

Una vez introducido el estudio, se detallará el marco conceptual en el que se desarrolla a fin de enmarcar el trabajo y facilitar su comprensión. Este bloque tratará de ofrecer una visión general los eventos deportivos así como el impacto que éstos generan desde una perspectiva social, política y económica, para después concretar el caso de la Champions League, a través de su origen y estado actual.

Así, una vez entendidos tanto la motivación como los puntos clave del escenario del estudio, se procederá a plantear y analizar una hipótesis acerca de la

contribución económica de la final de la Champions League 2019 celebrada en Madrid. Esta contribución se determinará a través de un análisis estructurado de acuerdo a dos perspectivas: la sede y los clubes. En primer lugar, encontramos el impacto que el evento tiene en la ciudad que lo hospeda. Para ello se estudiarán diversos indicadores fundamentales en la economía de un país, así como la evolución de los diversos sectores que se ven afectados por la celebración del evento. En segundo lugar, se analizará el efecto que la competición tiene en los clubes participantes, a partir de la generación de ingresos y la relación con la solvencia del club, así como su contribución al desarrollo económico del país en el que operan.

De esta manera, los resultados obtenidos del análisis permitirán proporcionar una cuantificación monetaria del impacto de la final de la Champions League, en base a la cual se logrará entender la contribución económica del evento en la sociedad.

Finalmente, en el cuarto bloque se tratarán las conclusiones derivadas del análisis realizado a lo largo del trabajo y se listará la bibliografía empleada a fin de avalar la veracidad de la investigación con fuentes y estudios profesionales.

CAPÍTULO 2: MARCO CONCEPTUAL

Con el objetivo de enmarcar el estudio en su contexto y facilitar la comprensión del mismo, se analizará a continuación el marco teórico o conceptual en el que se sitúa, a través de una revisión bibliográfica no sistemática. De esta forma se tratará de responder a los dos primeros objetivos del estudio: (i) exponer de forma precisa y estructurada las características de los eventos deportivos y el contexto en el que se desarrolla la competición y (ii) explicar los tipos de impacto generados por el torneo y los métodos de valoración de los mismos.

En primer lugar, se acotará el concepto del término “evento”, que ha sido definido a lo largo de la historia por diferentes personalidades, para facilitar el entendimiento de los “eventos deportivos”. Así, se presentarán los diferentes tipos de “eventos deportivos” existentes, de acuerdo a sus características y se propondrá una clasificación de los mismos.

En segundo lugar, se analizará la evolución histórica de los modelos económicos de análisis de dichos eventos y se presentarán algunos estudios realizados.

Finalmente, se explicarán los aspectos fundamentales de la UEFA Champions League, tales como su historia y formato de competición.

2.1 Los eventos deportivos

2.1.1 Conceptualización

La Real Academia Española (RAE) define un evento como un “suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva”¹⁴.

Getz (1997) definió los eventos como acontecimientos que representan una oportunidad para una experiencia de ocio, social o cultural, fuera de la gama normal de opciones o más allá de la experiencia cotidiana, mientras que Jago y Shaw (1998) diferenciaban los eventos en función de su tamaño e impacto turístico.

¹⁴ Fuente: <https://dle.rae.es/evento?m=form>

Más adelante, Shone and Parry (2001) se referían al término como aquel fenómeno que surge de ocasiones no rutinarias con objetivos lúdicos, culturales, personales u organizativos apartados de la actividad de la vida cotidiana, con el propósito de entretener o retar la experiencia de un grupo de personas.

Desbordes y Falgaux (2006) introdujeron el concepto de marketing en los eventos, al establecer que el objetivo principal de todo evento es comunicar a través de la reunión de personas en torno a un espectáculo. Así, esta relación daría pie al patrocinio deportivo, la publicidad y la imagen de marca de los países hospedadores.

En lo que a los eventos deportivos se refiere, Añó (2000) expresó la necesidad de distinguir entre la práctica del deporte como recreación, salud, o educación y la práctica competitiva. Además, el autor hace hincapié en la necesidad de la creación de modelos organizativos en los que se distribuyan las áreas de trabajo para resolver las tareas que plantean la celebración de estos eventos.

Monroy et al. (2009) afinan la definición de Desbordes, Falgaux y Añó, determinando los eventos deportivos como “aquellas actividades deportivas que cuentan con un alto nivel de repercusión social traducido en una fuerte presencia de los medios de comunicación, la cual genera por sí misma ingresos económicos”. Además, consideran que no todas las actividades deportivas pueden ser consideradas eventos, sino que hay que atender a una serie de características tales como la repercusión social, el nivel de asistencia de público, la presencia en los medios de comunicación, el nivel de audiencia televisiva, el tipo de deporte, la dificultad de la práctica, la existencia de patrocinadores y los ingresos propios.

Finalmente, es importante considerar los eventos deportivos como “vehículos de desarrollo social y cohesión de zonas deprimidas a través del turismo deportivo” (Buhalis, 2000; D’Arrigo y Bühler, 2008; Alves y De Hilal, 2009). Así, se revela la importancia de los eventos no sólo como actividades de ocio y espectáculo, sino también como potenciadores de las zonas en las que se desarrollan.

A través de la revisión de la literatura de los distintos autores mencionados anteriormente, se puede extraer una definición de los eventos deportivos, que deben poseer, al menos, las siguientes características:

- Deben poseer una temporalidad acotada, es decir, una duración limitada y fija.
- Deben ser un acontecimiento único: no pueden existir dos eventos exactamente iguales, ya que están marcados por una temporalidad y factores externos y organizativos irrepetibles.
- Deben requerir organizadores: la ejecución de los eventos conlleva un proceso de planificación y control.
- Deben ajustarse a la definición de acontecimiento.
- Debe haber un público en directo presente en el lugar del evento.
- Deben poseer un carácter competitivo.
- Deben tener una repercusión social y económica.

Añó (2000) elaboró una clasificación de actividades que, de acuerdo a las puntualizaciones anteriormente mencionadas proporcionadas por el autor, pueden considerarse como eventos deportivos:

Tabla 1: Tipos de espectáculos que pueden considerarse eventos deportivos (Añó)

Eventos deportivos
1. Carreras populares
2. Maratones
3. Exhibiciones / competiciones amistosas
4. Partidos de liga
5. Partidos de copa
6. Campeonatos de España
7. Finales de copa / play-off
8. Finales y salidas de etapa ciclistas
9. Fase de clasificación campeonatos del mundo / Europa
10. Torneos o grandes premios
11. Torneos preolímpicos
12. Campeonatos de Europa / mundo
13. Juegos Olímpicos

Fuente: elaboración propia a partir de Añó (2000)

2.1.2 Clasificación

Como se ha visto anteriormente, los eventos deportivos son acontecimientos únicos. De esta forma, existen diferentes particularidades de cada evento que permiten clasificarlos. Gratton (2000) realizaba una clasificación de los eventos en 4 tipos:

Tabla 2: Clasificación de los eventos deportivos (Gratton)

Tipo	Descripción	Ejemplo
<i>Tipo A</i>	Eventos irregulares, puntuales y grandes eventos internacionales para espectadores que generan una actividad económica e interés de los medios de comunicación	Juegos Olímpicos, Copa del Mundo de Fútbol, Campeonato Europeo de Fútbol
<i>Tipo B</i>	Acontecimientos con gran número de espectadores que generan una actividad, interés mediático y parte de un ciclo nacional	Final de la FA Cup, Seis Naciones de Rugby, Test Match Cricket, Open de Golf, Wimbledon
<i>Tipo C</i>	Eventos irregulares, puntuales y de gran envergadura espectadores/competidores internacionales competidores que generan actividad económica limitada	Campeonatos europeos de boxeo, natación juvenil, campeonatos mundiales de bádminton, Gran Premio de la IAAF
<i>Tipo D</i>	Eventos de grandes competidores que generan una actividad económica limitada y que forman parte de un ciclo anual de eventos deportivos	Campeonatos nacionales en la mayoría de los deportes

Fuente: Elaboración propia a partir de Gratton (2000)

Así, a partir de estos tipos se pueden identificar tres diferentes variables de clasificación empleadas por Gratton.

En primer lugar, **la frecuencia:** la irregularidad o regularidad de los eventos se refiere a la periodicidad con la que tienen lugar. Año (2000) distingue cuatro tipos de eventos de acuerdo a su frecuencia:

- Puntuales: eventos de poca complejidad, tales como los maratones y carreras populares
- Puntuales extraordinarios: tienen lugar una vez al año, por ejemplo, las competiciones europeas como la Champions y la Europa League.
- Puntuales de gran impacto: se celebran con una periodicidad de varios años, como los Juegos Olímpicos o los Campeonatos Mundiales de Fútbol.
- Habituales: tienen lugar de forma recurrente (cada pocos días), es el ejemplo de los partidos de las ligas de los diferentes deportes.

En segundo lugar, **el interés mediático:** la envergadura refiere al alcance en términos de espectadores que tiene la competición, así como al interés que genera su celebración en la sociedad y medios de comunicación.

En tercer lugar, **la actividad económica generada:** se distingue entre los eventos que generan una gran actividad económica y aquellos cuya generación es limitada en este aspecto.

No obstante, es necesario completar la clasificación elaborada por Gratton con otras variables como pueden ser:

Por **las instalaciones:** Rossi (1981) combina diferentes aspectos a fin de establecer una clasificación de los espacios en los que se disputan los eventos:

- El tamaño del espacio: pequeños (p. ej.: bolos) y grandes espacios (p. ej.: rugby).
- La existencia de cubierta o no: espacios cubiertos (p. ej.: baloncesto) o descubiertos (p. ej.: equitación).
- El soporte físico: tierra (p. ej.: atletismo), agua (p. ej.: surf), hielo (p. ej.: patinaje artístico), nieve (p. ej.: esquí) o aire (p. ej. paracaidismo).

Además, se diferencian los eventos que requieren una gran inversión en infraestructuras para su celebración (p. ej.: los Juegos Olímpicos y los Mundiales) y aquellos que tienen lugar en infraestructuras ya existentes, reduciendo así la necesidad de inversión (p. ej.: las Ligas).

Por **el tipo de competición:** La Ley 10/1990 (B.O.E 1990), de 15 de Octubre del deporte, clasifica en el artículo 46 las competiciones deportivas de acuerdo a:

- La naturaleza: competiciones oficiales o no oficiales, profesionales o no profesionales.
- El ámbito: competiciones internacionales, estatales y territoriales.

Por **el ámbito de competición:** se diferencia entre los eventos nacionales (p. ej.: las ligas deportivas de cada país) e internacionales (p. ej.: las competiciones que enfrentan a diferentes países como el Mundial de Fútbol), así como la inclusión de uno (p. ej.: carreras de moto GP) o varios deportes (p. ej.: los Juegos Olímpicos en los que se disputan diferentes disciplinas) en la competición.

Por el **carácter del evento:** de competición (p. ej.: torneos) o de exhibición (p. ej.: partidos amistosos)

A partir de los diversos estudios se propone por tanto la siguiente clasificación de los eventos deportivos:

Tabla 3: Clasificación de los eventos deportivos (elaboración propia)

Variable	Tipo	Subtipo
Frecuencia	Regular Irregular	
Interés mediático	Bajo Medio Elevado	
Actividad económica generada	Baja Media Elevada	
Inversión	Alta Baja	
Naturaleza	Profesional No profesional Oficial No oficial	
Ámbito	Geográfico	Internacional Estatad Regional
	Deportivo	Deporte único Multideporte
Carácter	Competición Exhibición	

Fuente: elaboración propia

Por otro lado, en lo que a las instalaciones se refiere se puede realizar una clasificación en función del tamaño (pequeño, grande), la cubierta (cubierto, descubierto) y el soporte (tierra, hielo, agua, nieve o aire).

2.2 El impacto de los eventos deportivos

Durante el estudio de la clasificación de los eventos deportivos, aparece un concepto clave: la actividad económica generada por los mismos. Su organización, así como su legado, pueden ser estudiadas desde un punto de vista económico que muestra los beneficios monetarios para la región.

No obstante, los celebración de estos eventos no solo tiene un impacto económico, sino también social y político. La sociedad es un elemento clave en la celebración de los eventos deportivos, pues a menudo la inversión necesaria para los preparativos es realizada con presupuesto público, por lo que resulta importante que la sociedad acepte y sea partícipe en el desarrollo de estas competiciones. Debido a la importancia del deporte y los beneficios que la región

organizadora puede alcanzar, existen además unos intereses políticos que marcan el desarrollo de estas competiciones. Ser la ciudad hospedadora supone una gran oportunidad de proyección y desarrollo, por lo que a menudo los poderes políticos se disputan esta posibilidad.

De esta forma, a la hora de realizar un estudio económico de un evento deportivo deberían tenerse en cuenta tanto los intereses políticos como las consecuencias sociales generadas por los mismos. A continuación se expondrán los principales componentes de los tres tipos de impacto, haciendo foco en el económico. Se intentará definir los conceptos, contextualizarlos, ejemplificarlos e identificar los posibles aspectos positivos y negativos de los mismos.

2.2.1 Impacto social

Olsen y Merwin (1976) definieron el impacto social como las alteraciones en la estructura y funcionamiento del orden social, como consecuencia de una innovación o cambio medioambiental, tecnológico o social, y Mathieson y Wall (1982) introdujeron la perspectiva del turismo, definiendo el impacto social como la variación en la calidad de vida de los habitantes de las zonas turísticas.

Más tarde, Hall (1992) definió el impacto social como la manera en la que los efectos del turismo y los viajes cambian el sistema de valores individual y colectivo, las rutinas comportamentales, la configuración comunitaria y el estilo y la calidad de la vida.

Teo (1994), Sharpley (1999) y Brunt y Courtney (1999) argumentaron que el impacto social debe ser entendido como consecuencias en el corto plazo, manifestadas en forma de cambios inmediatos y relevantes en la calidad de vida de las comunidades hospedadoras. Por otro lado, los impactos culturales son de naturaleza a largo plazo, basados en los cambios de las relaciones sociales, las normas y los estándares de la comunidad de acogida.

Además, Fredline et al. (2004) determinaron que un porcentaje elevado en el descontento ciudadano pueden desencadenar actitudes y conductas negativas para el éxito en la organización y desarrollo de los eventos a largo plazo.

Preuss y Solberg (2006) realizaron una clasificación de los impactos sociales y culturales positivos y negativos derivados de la celebración de un evento:

Tabla 4: Impactos sociales y culturales de un evento deportivo

Impactos positivos	Impactos negativos
-Aumento del nivel de interés y de la participación local en las actividades asociadas al evento -Refuerzo de los valores locales y las tradiciones	-Comercialización de actividades que pueden ser de naturaleza pública o privada -Modificación de la naturaleza del evento o de la actividad a fin de dar cabida al turismo -Posible incremento de la delincuencia -Cambios en la estructura de la comunidad -Posibles trastornos sociales

Fuente: Elaboración propia a partir de Preuss y Solberg (2006)

Entre los estudios sobre los impactos sociales de los eventos deportivos destaca el estudio de Kim & Petrick (2005) acerca del Campeonato del Mundo de Fútbol de Corea del Sur y Japón de 2002 en el que los sujetos fueron los residentes de Seúl, que fue ampliado por Kim et al. (2006) tomando como muestra los residentes de distintas ciudades de Corea del Sur. Por otro lado Ohmann et al. (2006) estudiaron el Campeonato del Mundo de Fútbol de Alemania, tomando como sujetos a los residentes de Múnich.

De acuerdo a Ramírez et al. (2007) y Añó et al. (2012), los resultados sociales más relevantes asociados a la celebración de un evento deportivo son los siguientes:

- Integración de colectivos a través del deporte: el deporte reúne a diversos colectivos, independientemente de su poder adquisitivo, ideología o nacionalidad, favoreciendo la cohesión y el intercambio cultural.
- Impulso y desarrollo del deporte en la ciudad organizadora: la celebración de un gran acontecimiento deportivo es una referencia social para la ciudad que lo hospeda. De esta forma, tanto los meses previos como los posteriores al evento existen campañas y expectativas que potencian dicho deporte en la región.
- Propagación de ideales y valores: los deportes se desarrollan bajo el paraguas de una serie de principios comunes tales como el juego limpio, el compañerismo y la transparencia. De este modo, los eventos deportivos sirven como vehículo para transmitir a la sociedad este tipo de ideales.

Por todo ello, el impacto social derivado de la celebración de un evento deportivo es un factor a tener en cuenta a la hora de considerar su organización.

2.2.2 Impacto político

Históricamente, los eventos deportivos han estado ligados a los poderes políticos. Un ejemplo es el caso de los Juegos Olímpicos de 1936 disputados en Berlín, que fueron empleados como herramienta política por el régimen nazi. Desde este momento, los gobiernos comprobaron la importancia de la organización de eventos de gran envergadura y comenzaron a aprovecharse políticamente del deporte (López, 2000).

Debido a la creciente importancia que poseen estos acontecimientos y los beneficios tanto económicos como sociales que generan los mismos, existe un incremento en la lucha entre las posibles sedes y los países que desean optar a su organización (Camacho et al. 2012).

Preuss y Solberg (2006) elaboraron la siguiente clasificación de los impactos políticos que pueden surgir a raíz de la celebración de un evento deportivo:

Tabla 5: Impacto político de un evento deportivo

Impactos positivos	Impactos negativos
-Mejora del reconocimiento internacional de la región y sus valores -Desarrollo de habilidades de los organizadores -Comprensión internacional	-Explotación económica de la población local a fin de satisfacer las ambiciones de la élite política -Distorsión de la naturaleza del evento para reflejar los valores de una élite -Fracaso organizativo -Incapacidad de lograr los objetivos -Aumento de los costes administrativos -Uso del evento para legitimar decisiones impopulares -Legitimación de la ideología y realidad sociocultural -Corrupción

Fuente: elaboración propia a partir de Preuss y Solberg (2006)

Por su parte, Año (2003) establecía que los principales resultados políticos derivados de los eventos son los siguientes:

- Proyectar y difundir el nombre de la ciudad o región organizadora: la organización de los eventos deportivos supone la difusión del nombre de la localización geográfica que la hospeda.

- Demostrar el poder de la ciudad o región organizadora: los preparativos de un evento deportivo de gran envergadura suponen un gran esfuerzo por parte de los organizadores. Además, a menudo la organización de los eventos es juzgada por la opinión pública, que establece comparaciones con los eventos celebrados precedentemente.

En función del desarrollo de la competición, el país organizador obtiene una publicidad que se traduce posteriormente en la obtención de una mejora (o empeoramiento) de la imagen del país. De esta forma, los intereses políticos juegan un papel importante en la celebración de los eventos deportivos, no sólo desde la perspectiva de las regiones organizadoras, sino desde la de todos los organismos participantes.

2.2.3 Impacto económico

La organización y celebración de eventos deportivos en una región puede dar lugar a un crecimiento económico de la misma, estimulando diferentes sectores e impulsando la economía en su totalidad.

Crompton (2006) define el impacto económico como el cambio económico neto, ya sea positivo o negativo, en la renta de los residentes del país que hospeda el evento y que resulta del gasto atribuido a los turistas. Así, el principal objetivo del análisis es medir los beneficios en términos económicos que obtiene una comunidad, en este caso a raíz de la celebración de un evento deportivo.

Jago y Dwyer (2006), consideran que el impacto económico es la suma neta económicamente consecuente de las entradas y salidas de dinero producidas a raíz del acontecimiento. Para los autores, la primera etapa de la evaluación económica de un acontecimiento es la identificación de los flujos de caja directos que entran y salen de la región y que son directamente atribuibles a la preparación del acontecimiento. Además, existe un “nuevo gasto”, referido al gasto que no se habría producido en la región que acoge el evento si dicho acontecimiento no hubiese tenido lugar. Este concepto incluye el gasto inducido realizado por los visitantes, participantes, organizadores, patrocinadores y medios de comunicación, entre otros, como resultado de la celebración del evento.

Un aspecto fundamental a la hora de realizar estudios de impacto económico de un evento deportivo es la inversión necesaria para su celebración. La gestión de las infraestructuras es uno de los factores más importantes en cuanto a la planificación y organización de los eventos, pues supone la inversión más costosa. De esta manera, existen cuatro posibilidades:

- Construcción de nuevas infraestructuras: algunas citas deportivas tales como los Juegos Olímpicos o los Mundiales de fútbol requieren una gran inversión por parte de los países anfitriones. Durante el Mundial de Rusia, el país invirtió aproximadamente 13.000 millones de euros en la construcción de seis nuevos estadios: Saransk, Samara, Ekaterimburgo, Volgogrado, Rostov y Nizhny Novgorod¹⁵.
- Mejora de las infraestructuras existentes: en algunos casos, se reconvierte el activo existente a fin de adaptar su capacidad. Se pueden producir, por ejemplo, ampliaciones de los estadios.
- Utilización de las infraestructuras existentes: la celebración de algunos eventos únicos tiene lugar en sedes estratégicamente elegidas por su capacidad y ubicación que no necesitan ser reformadas. Es el ejemplo del escenario de la final de la Champions League celebrada en 2018 en el Estadio Olímpico de Kiev¹⁶.
- Utilización de infraestructuras temporales: gracias a la innovación, se han desarrollado técnicas de construcción que permiten construir y más tarde desmontar las instalaciones. En el Mundial de Qatar 2022, se construirá un estadio para 40.000 espectadores hecho con contenedores y está pensado para ser desmontado tras el fin de la competición¹⁷.

La toma de decisión entre estas opciones requiere una organización y previsión en lo que a la vida de los activos tras la finalización de los eventos se refiere. Así, los países tienen tres posibilidades en este aspecto:

¹⁵ Fuente: <https://www.libremercado.com/2018-06-16/las-cifras-del-mundial-rusia-ya-es-el-mas-carode-la-historia-con-30000-millones-de-dolares-1276620576/> y

<https://www.eltribuno.com/jujuy/nota/2018-5-24-13-53-0-la-mitad-de-los-estadios-de-rusia-se-construyeron-para-este-mundial>

¹⁶ Fuente: https://www.elespanol.com/elbernabeu/real-madrid/futbol/20180522/estadio-olimpico-kiev-escenario-final-champions/309220551_0.html

¹⁷ Fuente: <https://www.elmundo.es/papel/cultura/2021/12/16/61bb4987fc6c83660e8b45ce.html>

- Mantener el activo: la organización de un evento puede dejar un legado positivo en la región, al mejorar las infraestructuras y conexiones existentes. No obstante, la mala gestión puede causar el abandono de las infraestructuras. En el Mundial de Brasil, se invirtieron 3.000 millones de dólares en construir y renovar 12 estadios, y tras la finalización del Mundial algunos de ellos han quedado abandonados, como el Arena Pantanal en Cuibá¹⁸.
- Adaptar el activo: tanto los nuevos estadios como los estadios existentes ampliados para cubrir las necesidades de los eventos, pueden recuperar el tamaño original adaptado a la demanda local. En el Mundial de Qatar, los estadios de Al-Rayyan, Um Slal y Al-Wakrah reducirán la capacidad de los espectadores tras la finalización de la competición¹⁹.
- Reconvertir el activo: a fin de darle un nuevo uso que se adapte a las necesidades de la región. El Centro de Gimnasia de Ariake en Tokio retiró las gradas y el espacio pasó a ser una sala de exposiciones tras la finalización de los Juegos Olímpicos 2020²⁰.

Los estudios de impacto económico permiten, por tanto, ayudar a los países anfitriones a determinar la rentabilidad de las inversiones que serán realizadas para la celebración de un evento. Además, debido a que la inversión privada suele ir acompañada de un gasto público, estos estudios pueden servir como una herramienta de justificación de los países de cara a la sociedad.

2.2.3.1 Instrumentos de medición

En lo que a los instrumentos de medición del impacto económico de los eventos deportivos se refiere, podemos encontrar seis herramientas: las Cuentas Satélite, las Tablas Input-Output, el Modelo de Equilibrio General Computable, el Análisis Coste-Beneficio, el Método de Valoración Contingente y finalmente el Análisis Sectorial-Regional.

¹⁸ Fuente: <https://forbes.es/empresas/6948/los-estadios-de-futbol-abandonados-tras-el-mundial-de-brasil/>

¹⁹ Fuente: <http://www.deresac.com/estadios-para-el-mundial-qatar-2022/>

²⁰ Fuente: <https://elpais.com/icon-design/arquitectura/2021-07-24/cuales-son-y-que-sera-de-las-instalaciones-construidas-para-tokio-2020-que-van-a-quedarse-vacias-en-las-olimpiadas.html>

Tabla 6: Principales instrumentos de medición del impacto económico de los eventos deportivos

	Cuenta satélite	Tablas Input-Output	Método de equilibrio general computable (EGC)	Análisis coste-beneficio (ACB)	Método de Valoración Contingente (MVC)	Análisis Sectorial Regional
Objetivo	Complementar las cuentas nacionales con informaciones importantes para la sociedad que no estén suficientemente recogidas en el PIB	Mostrar un panorama desagregado de la actividad económica así como la interdependencia entre las ramas afectadas a través de tablas estadísticas de entrada y salida	Representar la economía a través de ecuaciones relativas a la producción, consumo, comercio del sector privado, sector público y comercio internacional	Evaluar las repercusiones socioeconómicas de un evento para poder adoptar una decisión lógica conforme a la eficiencia en la asignación y el coste de oportunidad	Cuantificar económicamente los bienes y servicios para los que a priori no existe un mercado en el que puedan estar situados, creando un mercado hipotético y conociendo la disposición a pagar de los consumidores	Realizar análisis monográficos de una cuestión económica deportiva, además de obtener datos precisos sobre las actividades socioeconómicas relacionadas con el deporte y el máximo de informaciones sobre los componentes de la oferta y demanda. Permite visualizar el circuito económico del deporte en el área estudiada
Característica:	Ofrece un marco basado en el principio de la contabilidad por partida doble Agrupa los datos en unidades monetarias y no monetarias Aporta parámetros e indicadores económicos que estiman el valor añadido al PIB	Ofrece un marco basado en el principio de la contabilidad por partida doble Posibilita la creación de modelos de predicción del futuro impacto de los eventos bajo diversos escenarios Da una visión de las relaciones	Se basa en la premisa del comportamiento optimizador de los agentes económicos de los modelos walrasianos Considera ecuaciones de igualdad entre renta y gasto y entre oferta y demanda Su aplicación se adecúa a	Permite calcular la viabilidad de un acontecimiento y elabora métricas que permiten la elección de la mejor alternativa Clasifica los efectos inducidos y permite tratar los beneficios externos	Instrumento complementario al análisis de impacto Observa la reacción de los individuos ante cambios hipotéticos en los precios o cantidades de bienes y servicios	Método complementario Facilita datos detallados sobre gastos, consumos y presupuestos vinculados al deporte Recoge informaciones cuantitativas y cualitativas específicas al objeto de análisis
Ambito espacial	Nacional, regional	Nacional, regional	Internacional, nacional	Nacional, regional, local	Nacional, regional	Internacional, nacional, regional, local
Enfoque	Macroeconómico	Macroeconómica	Macroeconómico	Parcial	Parcial	Parcial
Estudios	Malenfant-Dauriac (1977), Otero (2000)	Preus (2004), Choong y Tracy (2005), Aza et al. (2007), Porter y Fletcher (2008)	Harberger (1962), Shoven y Walley (1972, 1984, 1992), Hertel (1997), Rutherford (1999), Blake et al. (2003), Rodríguez et al. (2011)	Gratton et al. (2006), Ramírez et al. (2007), Baade et al. (2008)	Bruce et al. (2001), Johnson et al. (2006), Walton et al. (2008)	Maudet (1997), Pedrosa Sanz et al. (2000)

Fuente: elaboración propia a partir de Kurschdeit (2000), Pedrosa y Salvador (2003), Leal Rojas (2005), Késenne (2005), Lera (2010) y Barajas y Salgado

Es importante tener en cuenta que estos métodos no son excluyentes, sino que contrariamente, en numerosos casos se complementan y favorecen el análisis (Barajas y Salgado, 2012). Por ejemplo, la Valoración contingente proporciona datos y medidas tanto de beneficio como de costes que amplía el alcance de otros métodos. Las tablas Input-Output, por su parte, generan datos que favorecen la ejecución de cálculos en los Análisis Coste Beneficio y Sectorial-Regional. Además, la obtención de datos a raíz de estos dos métodos de análisis puede ser resumida en una Tabla Input-Output.

2.2.3.2 Problemas de medición

La medición y cuantificación tanto económica como social de los eventos deportivos presenta diversos inconvenientes, tales como la proliferación de los mismos y la ausencia de unas bases homogéneas. Los investigadores Pedrosa y Salvador (2003) describieron la complejidad de esta tarea de valoración y realizaron una clasificación de los problemas de medición económica, dando lugar a tres tipos de errores: conceptuales, estadísticos y metodológicos.

Tabla 7: Principales problemas de medición del impacto económico de los eventos deportivos

Tipo de error	Descripción
Conceptual	La imprecisión acerca de la definición y concepto del deporte genera dificultades a la hora de evaluar magnitudes económicas específicas La amplitud del análisis y la ausencia de bases fiables, sistemáticas y homogéneas afectan al análisis económico deportivo
Estadístico	Las estadísticas deportivas relacionadas con la economía son escasas, dispersas, incompletas y de difícil acceso El análisis muestral, una de las principales herramientas a la hora de evaluar el impacto de los acontecimientos deportivos, requiere una inversión importante tanto en términos de capital como de tiempo
Metodológico	-Efecto sustitución: el gasto realizado en el área geográfica que hospeda el evento no es únicamente atribuible al mismo, por lo que el flujo monetario no se considera autónomo -Efecto de desplazamiento: se refiere al gasto potencial que se pierde con motivo del evento, es decir, el efecto disuasorio relacionado con el mismo -Efecto fuga: se produce cuando el impacto directo del evento no genera una repercusión indirecta en la economía de la localidad

Fuente: elaboración propia a partir de Lera (2010) y Matheson (2006)

A fin de solventar los problemas conceptuales, en el año 2006 se creó el grupo de trabajo “Sports & Economics”, que logró crear una definición consensuada: la Vilnius Definition of Sport²¹.

Por otro lado, la Unión Europea trató de paliar los problemas estadísticos a través del Libro Blanco del Deporte (2007), en el que manifestó un compromiso para mejorar la calidad y comparabilidad de los datos estadísticos deportivos a partir de la fijación de cuatro objetivos:

- El desarrollo de un método estadístico europeo para medir el impacto económico del deporte como base para las cuentas estadísticas nacionales.
- La realización periódica de encuestas sobre el deporte, especialmente para la información de carácter no económico.
- La puesta en marcha de un estudio para la evaluación de la contribución directa e indirecta del sector deportivo.
- La organización de un intercambio de mejores prácticas relativas a la organización de acontecimientos deportivos de gran envergadura, para impulsar el crecimiento económico sostenible, la competitividad y el empleo.

Finalmente, en adición a los errores mencionados en los que se puede incurrir, existe la posibilidad de se apliquen los instrumentos de una manera engañosa con el objetivo de obtener subvenciones o ayudas para llevar a cabo el acontecimiento o la construcción de instalaciones deportivas. En los últimos años, diferentes científicos han elaborado literatura en la que advierten acerca de las aplicaciones incorrectas y los errores de los estudios de impacto económico, así como sus consecuencias. Hunter (1988) y Matheson (2009) realizaron estudios que hacían hincapié en el incorrecto uso de los multiplicadores en los análisis de impacto. Crompton (2006), por su parte, analizaba y ejemplificaba diferentes casos de análisis de impacto desarrollados

²¹ Fuente:

[https://ec.europa.eu/eurostat/documents/6921402/0/Vilnius+Definition+Sport+CPA2008+official+2013_09_19.pdf/30838d11-01ea-431f-8112-50786e187c1c#:~:text=The%20Vilnius%20Definition%20of%20Sport,sport%20as%20an%20output%22\).](https://ec.europa.eu/eurostat/documents/6921402/0/Vilnius+Definition+Sport+CPA2008+official+2013_09_19.pdf/30838d11-01ea-431f-8112-50786e187c1c#:~:text=The%20Vilnius%20Definition%20of%20Sport,sport%20as%20an%20output%22).)

por consultoras y entidades tanto públicas como privadas que presentaban errores de aplicación. Finalmente, existen estudios que analizan la aplicación de este tipo de análisis en distintos eventos e instalaciones deportivas, franquicias y equipos profesionales, tales como los de Coates y Humphreys (1999), Matheson (2006), Coates (2007), y Porter y Fletcher (2008).

2.3 La Champions League

La Liga de Campeones de la UEFA o Champions League es el torneo oficial de fútbol más importante y conocido de entre todas las competiciones organizadas por la Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol (UEFA) a nivel de clubes. Se trata de uno de los eventos deportivos con más reconocimiento a nivel mundial en el que se enfrentan los grandes equipos europeos entre los meses de septiembre y junio de cada año.

2.3.1 Historia²²

En los años 50 las ligas de cada país ya estaban bastante profesionalizadas. Aunque ya entonces el fútbol era en un espectáculo de masas en Europa y la idea de crear una liga europea se planteaba, no fue hasta 1955 cuando se llevó a cabo.

Tras proclamarse campeones de la liga inglesa y derrotar al Spartak de Moscú y el Honved Húngaro en dos partidos amistosos, el Daily Mail proclamó al Wolverhampton como campeones del mundo. Gabriel Hanot, un periodista francés que trabajaba para la revista L'Équipe, respondió a través de una columna en la que argumentaba que antes de declararse invencibles, los ingleses deberían viajar a Moscú y Budapest. De esta forma, la seguridad de los ingleses sobre su hegemonía futbolística dio pie a la fundación de un torneo europeo.

Así, el 16 de diciembre de 1954 Hanot presentó un borrador de su propuesta. La idea era una liga, todos contra todos y a doble vuelta entre los 16 mejores clubes de Europa. No obstante, aquel sistema suponía mucha carga de partidos, por lo que los clubes prefirieron el sistema de eliminatorias a doble partido, uno en casa y otro fuera. Los días 2 y 3 de abril de 1955, L'Équipe invitó a los equipos

²² Fuente: <https://memoriasdelfutbol.com/primera-copa-de-europa-1955-1960/>

interesados a reunirse en el hotel Ambassador de París a fin de cimentar las bases de la competición.

Tras presentar el proyecto final la UEFA dio el visto bueno a la propuesta y de esta forma nació la Copa de Clubes Campeones Europeos, que celebraría su primera edición en la temporada 1955-1956. La competición la jugarían los campeones nacionales de cada país y la final se disputaría en París. En el primer torneo hubo ausencias importantes, pues ningún club de Checoslovaquia, Unión Soviética e Inglaterra participó. La lista final de participantes de esta primera edición fue la siguiente:

Tabla 8: Participantes Copa de Clubes Campeones Europeos temporada 1955-1956

Equipo	País
Aarhus	Dinamarca
Anderlecht	Bélgica
Djurgardens	Suecia
Eindhoven	Holanda
Gwardia	Polonia
Hibernian	Escocia
Milán	Italia
Partizán	Serbia
Rapid	Austria
Real Madrid	España
Rot Weiss Essen	Alemania
Sarrebrücken	Alemania
Servette	Suiza
Sporting	Portugal
Stade de Reims	Francia
Voros Lobogo	Hungría

Fuente: elaboración propia

El primer partido se disputó el 3 de septiembre de 1955 en Lisboa, que resultó con un empate entre Sporting y Partizán de Belgrado. Finalmente, sería el Real Madrid el equipo que se alzaría con la primera Copa de Clubes Campeones Europeos.

Los cambios políticos provocaron modificaciones en la competición de 1992-93, que a partir de la segunda fase pasaría a llamarse “Liga de Campeones” o “Champions League”. La desintegración de Yugoslavia, y la Unión Soviética,

provocó la participación de los campeones de las nuevas ligas y por primera vez, sonó el himno de la Champions y el logo pasó a conformarse por 8 estrellas entrelazadas que representaban a los clubes participantes.

2.3.2 Formato de competición²³

Hasta 1992, la “Copa de Clubes Campeones” contaba con un formato de eliminación directa. No obstante, en 1992 se produjo reestructuración de la competición, incluyéndose un formato de competición de liga que más tarde se convertiría en el paso previo a la fase eliminatoria. Si bien en los inicios los equipos participantes eran los equipos campeones de las ligas nacionales de cada país, en 1997 se incluyeron también los sub-campeones y finalmente en 1999 se produjo un cambio en el sistema, derivando en el que conocemos actualmente.

Actualmente los primeros cuatro equipos clasificados de cada liga disputan el torneo, en función de un coeficiente asignado por la UEFA a la liga de cada país. Este coeficiente es calculado de acuerdo a unas estadísticas realizadas por la propia organización. Además, aquellos equipos con menor coeficiente deben superar una fase previa de eliminación, que tiene lugar un mes después de haber finalizado el torneo celebrado en la temporada anterior.

Desde 1999 son 32 los equipos que participan en la Champions League. En una primera fase, los equipos juegan una liguilla repartida en ocho grupos compuestos por cuatro equipos cada uno. Tras enfrentarse en partidos de ida y vuelta, los dos primeros clasificados pasan a la siguiente fase, los octavos de final, mientras que los terceros clasificados de cada grupo obtienen una plaza en los dieciseisavos de la Europa League. A partir de los octavos de final, el modelo de competición es eliminatorio a doble partido, ganando aquel equipo que haya marcado más goles en el agregado. En caso de empate, aquel equipo que haya marcado un mayor número de goles fuera de casa será el que pase a la siguiente ronda. En los octavos de final participan 16 equipos y los 8 ganadores pasan a cuartos de final. Los enfrentamientos resultan en los 4 equipos que disputan la

²³ Fuente: <https://www.misentrenamientosdefutbol.com/diccionario/champions-league#:~:text=Los%20equipos%20participantes%20se%20reparten,final%2C%20los%20dos%20primeros%20clasificados.>

semifinal, tras la que se disputa la final, único choque que se juega a un solo partido en un campo neutral elegido por la UEFA.

Además, el equipo ganador de la UEFA Champions League juega la Supercopa de Europa contra el vencedor de la Europa League y se convierte en el representante de la confederación en la Copa Mundial de Clubes de la FIFA.

En 2021, la UEFA anunció que la edición 2024/25 de la Champions League tendrá un nuevo formato²⁴. Esta reforma fue impulsada por el organismo y respaldada de forma unánime por el Consejo de la Asociación Europea de Clubes (ECA) y Comité de Competiciones de Clubes de la UEFA (compuesto por una mayoría de representantes de clubes). Con el nuevo formato, habrá una liga única formada por 36 clubes participantes, dando la oportunidad a cuatro equipos más a participar en el torneo.

2.3.3 Elección de la sede de la final

En los inicios se pretendía que la final se disputase cada año en el estadio del equipo campeón de la edición anterior. No obstante, a raíz del encadenamiento de títulos por parte del Real Madrid se optó por la elección de una sede diferente cada temporada.

Los estadios que albergarán los encuentros son elegidos por la UEFA con antelación, por lo que no se contempla qué equipos serán los finalistas, lográndose así una sede neutral.

La elección del Comité Ejecutivo encargado de examinar las candidaturas presentadas parte de la premisa de “llevar la final de la Champions a toda Europa” y evitar en la medida de lo posible la repetición de las sedes. Así, la final tiene lugar en una sede neutral que es elegida en función de distintos atributos tales como la capacidad del estadio, la calificación del césped, la seguridad y los servicios disponibles. Además de las características del estadio, también son considerados los aspectos del área geográfica de la sede, como las garantías de hospedaje, los transportes y el turismo de la zona²⁵. Finalmente, otro aspecto

²⁴ Fuente: <https://es.uefa.com/uefachampionsleague/news/0268-12158c19c9c2-ba0cfd7b7601-1000--nuevo-formato-de-la-champions-league-2024-todo-lo-que-necesitas/>

²⁵ Fuente: <https://www.milenio.com/deportes/futbol-internacional/champions-league-como-se-eligen-las-sedes-de-la-final>

clave es la situación política del país. La final de la Champions League 2020-2021, que inicialmente se celebraría en el Ataturk de Estambul, se disputó finalmente en el Estadio do Dragao de Oporto en Portugal, debido a la decisión del gobierno del Reino Unido de colocar a Turquía en su lista roja de destinos causados por la pandemia²⁶.

A continuación, se muestra el histórico de las últimas finales celebradas incluyendo la temporada, los equipos que se enfrentaron y la sede que acogió el partido:

Tabla 9: Histórico de las finales de la Champions League por temporada, equipos y sede

Temporada	Equipos	Sede
2020-2021	Chelsea – Manchester City	Estadio do Dragao (Oporto, Portugal)
2019-2020	Bayern Múnich - PSG	Estadio da Luz (Lisboa, Portugal)
2018-2019	Liverpool – Tottenham	Wanda Metropolitano (Madrid, España)
2017-2018	Real Madrid – Liverpool	Estadio Olímpico de Kiev (Kiev, Ucrania)
2016-2017	Real Madrid – Juventus	Millenium Stadium (Cardiff, Gales)
2015-2016	Real Madrid - Atlético	San Siro (Milán, Italia)
2014-2015	Barcelona – Juventus	Olympiastadion (Berlín, Alemania)
2013-2014	Real Madrid – Atlético	Estadio da Luz (Lisboa, Portugal)
2012-2013	Bayern Múnich – Dortmund	Wembley (Londres, Inglaterra)
2011-2012	Chelsea – Bayern Múnich	Allianz Arena (Múnich, Alemania)
2010-2011	Barcelona – Manchester United	Wembley (Londres, Inglaterra)
2009-2010	Inter de Milán – Bayern Múnich	Santiago Bernabéu (Madrid, España)

Fuente: elaboración propia a partir de UEFA

Además, el 21 de Julio de 2021 la UEFA anunció la sede de las próximas finales:

Tabla 10: Futuras finales de la Champions League por temporada y sede

Temporada	Sede
2024-2025	Fussball Arena München (Múnich, Alemania)
2023-2024	Wembley (Londres, Inglaterra)
2022-2023	Atatürk Olympic Stadium (Estambul, Turquía)
2021-2022	Sain Petesburg Stadium (San Petesburgo, Rusia)

Fuente: elaboración propia a partir de UEFA

²⁶ Fuente: <https://www.lainformacion.com/deporte/uefa-elige-nueva-sede-final-champions-estadio-do-dragao/2838208/?autoref=true>

En la Tabla 10 se puede observar como la final de 2021-2022 se disputaría en el Estadio de San Petesburgo (Rusia). No obstante, como se ha mencionado anteriormente, la situación política del país es clave a la hora de determinar la sede, por lo que finalmente el encuentro tendrá lugar en el Stade de France (Francia) debido a la guerra²⁷.

2.3.4 La final de la Champions League 2018-2019

La final de la Champions League 2018-2019 se celebró en el estadio Wanda Metropolitano, perteneciente al club Atlético de Madrid y situado en la capital española.

La final enfrentó al Liverpool liderado por Jürgen Klopp que se impuso con un 2-0 al Tottenham dirigido por Mauricio Pochettino²⁸.

²⁷ Fuente: <https://es.uefa.com/uefachampionsleague/final/>

²⁸ Fuente: <https://es.uefa.com/uefachampionsleague/match/2025486--tottenham-vs-liverpool/>

CAPÍTULO 3: PLANTEAMIENTO Y ANÁLISIS DE HIPÓTESIS

3.1 Planteamiento de las hipótesis

A través de la revisión literaria se ha logrado comprender tanto el carácter de los eventos deportivos como el contexto e historia de la Champions League, así como la relevancia de esta competición. Además, se han identificado múltiples estudios que analizan el impacto económico de diferentes eventos en el ámbito deportivo. De esta manera, a fin de esclarecer la contribución económica del fútbol en la sociedad, se plantea la siguiente hipótesis: la final de la Champions League tiene un impacto económico positivo en la sociedad.

3.2 Análisis de datos

La verificación de la hipótesis planteada se tratará de responder a través de los siguientes objetivos del presente estudio: (iii) identificar los sectores y agentes sobre los que repercute la celebración del evento y (iv) analizar el impacto de la Champions League en dichos sectores y agentes desde una perspectiva económica.

La final de la Champions League de 2019 celebrada el 1 de Junio en el Wanda Metropolitano cumple con la definición de evento expuesta anteriormente, pues se trata de un acontecimiento único acotado temporalmente que requiere un organismo organizador, tiene un carácter competitivo, se realiza con un público en directo, y tiene una repercusión tanto social como económica. Es concretamente esta repercusión económica el objeto del presente estudio, cuyo análisis será además favorecido por el resto de particularidades del evento, tales como la frecuencia regular del mismo y el interés mediático elevado que suscita. Estas cualidades, acompañadas de la naturaleza profesional y oficial y el ámbito geográfico internacional y de deporte único, enmarcan el contexto del trabajo que se realizará a continuación. De esta forma, a partir de las características del evento así como el contexto en el que se desarrolla, se han identificado los siguientes agentes involucrados en la celebración de la final de la Champions League que tuvo lugar el 1 de Junio de 2019 en Madrid:

Gráfico 2: Agentes de la sociedad impactados económicamente por la final de la Champions League



Fuente: elaboración propia

Cabe mencionar en esta clasificación la presencia de diversos sectores directamente relacionados con el turismo tales como la industria hotelera, el comercio, la restauración, el ocio, las aerolíneas y el transporte. De acuerdo a la Universitat Oberta de Catalunya, en 2017 el turismo deportivo en España atrajo más de 10 millones de turistas nacionales e internacionales, generando unos ingresos de 14.000 millones de euros y suponiendo así un aumento de un 41,5% respecto a 2010²⁹. Así, el turismo asociado a los eventos deportivos juega un papel clave en el estudio del impacto económico de los mismos.

²⁹ Fuente: <https://www.uoc.edu/portal/es/news/actualitat/2019/145-turismo-deportivo.html>

La identificación de los sectores y agentes sobre los que repercute la celebración del evento condiciona además la estructura del análisis del impacto económico que será realizado, de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 11: Estructura del análisis de la final de la Champions League

Tipo de impacto	Campos de análisis	Descripción del análisis	Cuantificación económica*	
Impacto sobre Madrid	Industria hotelera	Grado de ocupación, RevPar, ADR y recaudación	Sí	
	Restauración y ocio	Dinamización del consumo y recaudación	Sí	
	Análisis CEIM	Arcas públicas	Régimen fiscal y recaudación	Sí
		Transporte y comercio	Recaudación	Sí
		Impacto total en la economía de Madrid	Agregado de los sectores considerados	Sí
		Comparación del impacto con otras finales seleccionadas	Comparación del impacto con las finales de 2009, 2010, 2011 y 2017	Sí
	Análisis no incluido por la CEIM	Aerolíneas	Variación en volumen y recaudación	Sí
		Recaudación en taquilla	Variación en precios y recaudación	Sí
		Casas de apuestas	Volumen negocio de las casas de apuestas	No
		Impacto mediático y patrocinio	Inversión publicitaria e inversiones en patrocinio	No
Derechos televisivos		Rentabilidad de los derechos televisivos del fútbol para los operadores	No	
	Empleo	Creación de empleo	No	
Impacto sobre los clubes participantes	Reparto de premios de la UEFA por clubes	Ingresos derivados de la participación	Sí	
	Impacto en las cuentas del club	Evolución de la sostenibilidad financiera y valor del club	No	
	Impacto del club en la sociedad	Contribución del desarrollo de la actividad del club en la sociedad	No	
	El mercado de fichajes	Importancia y revalorización de la plantilla	No	

(*) La columna de cuantificación económica se refiere al resultado que se busca a través del análisis. En aquellos campos en los que se indica "no", el estudio no proporcionará un rango de contribución económica a la sociedad. Por el contrario, se tratará de ofrecer una visión del impacto de la final de la Champions League en estos campos y su relevancia en la sociedad

Fuente: elaboración propia

En primer lugar, se realizará un estudio acerca del impacto de la celebración del evento sobre la ciudad de Madrid. Para ello, se tomará como referencia la estimación llevada a cabo por la Confederación de Empresarios Madrileños (CEIM), centrada en cinco sectores: la industria hotelera, la restauración, el comercio, el transporte y las arcas públicas. Además, el resultado del impacto total será comparado con el impacto de otras finales seleccionadas.

No obstante, tal como se ha mencionado, el presente estudio tiene como principal objetivo medir el impacto económico en el conjunto de la sociedad, incluyendo por tanto todos los agentes identificados en el Gráfico 2. Es por ello que el análisis de la CEIM resulta incompleto y será completado por dos estudios adicionales. Por un lado, se analizarán otros sectores no incluidos en el análisis previo tales como las aerolíneas y las casas de apuestas, entre otros. Por otro lado se estudiará el impacto sobre los clubes participantes, a través de los ingresos derivados de la competición, el impacto de éstos en las cuentas del club y el papel que juega el mismo en la sociedad.

De esta forma, a través de los tres análisis se logrará obtener una visión global del impacto de la final de la Champions League en el conjunto de la sociedad, incluyendo todos los agentes involucrados identificados.

Como se ha explicado anteriormente, existen diversos instrumentos de medición empleados históricamente a fin de cuantificar el impacto económico de los eventos deportivos, tales como las Cuentas Satélite, las Tablas Input-Output, el Modelo de Equilibrio General Computable, el Análisis Coste-Beneficio, el Análisis Sectorial Regional y el Método de Valoración Contingente. No obstante, históricamente los estudios realizados acerca del impacto económico de las finales de la Champions League tales como los realizados por Mastercard (2010) en las finales de Roma (2009), Madrid (2010) y Londres³⁰ (2011), por IPAM sobre la final de Lisboa³¹ (2014), por Cardiff Council para la final de Cardiff³² (2017) y por la Confederación Empresarial de Madrid acerca de la final de Madrid³³ (2019), se han alejado de estas metodologías, centrándose únicamente en los ingresos económicos y las ganancias de las ciudades, dejando de lado de esta manera los egresos causados por la celebración del evento.

Por ello, la metodología del presente estudio se basa en el cálculo del impacto económico de la final de la Champions League en términos de ingresos, siguiendo así la metodología de los estudios mencionados anteriormente.

³⁰ Fuente: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2011/05/27/sentidos/1306628608_850215.html

³¹ Fuente: <https://www.elmundo.es/deportes/2014/05/23/537e48abca4741cf448b456c.html>

³² Fuente: <https://www.cardiffnewsroom.co.uk/releases/c25/14957.html>

³³ Fuente: <https://www.ceim.es/actualidad/ceim-estima-impacto-economico-champions>

Finalmente, cabe mencionar que el análisis de datos que se realizará a continuación está condicionado por diversos problemas de medición. En primer lugar, existe un problema conceptual, pues la amplitud del análisis a la hora de definir los sectores y agentes afectados por la celebración del evento dificulta el estudio. En segundo lugar, existe un problema estadístico, debido a la escasez, falta de granularidad y la dificultad de acceso a la información relacionada con las estadísticas deportivas. Ambas problemáticas han causado la imposibilidad de ofrecer una cuantificación económica para algunos conceptos, tal como se ha expuesto en la estructura del análisis mencionada anteriormente.

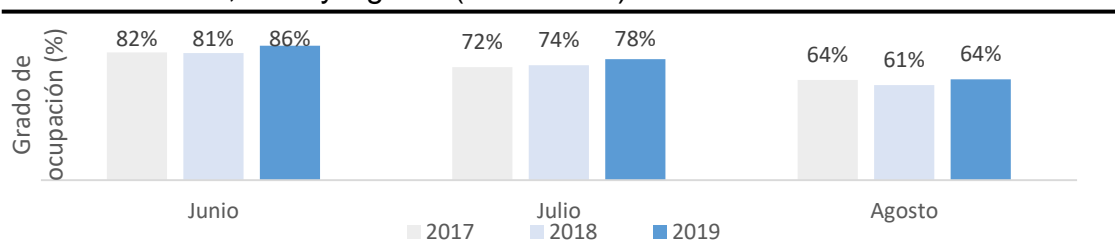
3.2.1 Impacto sobre Madrid (basado en análisis CEIM)

3.2.1.1 Industria hotelera

El principal sector que se vio favorecido por la celebración de la final de la Champions League en Madrid fue la industria hotelera. Este hecho se puede constatar a partir del análisis de diversas métricas, tanto en términos de volumen a través del grado de ocupación hotelera, como en términos monetarios, a partir de índices de rentabilidad tales como el Revenue Par Available Room y el Average Daily Rate.

El grado de ocupación por habitaciones³⁴ es definido como la relación en porcentaje entre la media diaria de habitaciones ocupadas en el mes y el total de las habitaciones disponibles. Como se puede observar en el Gráfico 3, entre 2017 y 2019 el grado de ocupación aumentó un 1,7% en Junio, un 2,3% en Julio y un 0,2% en Agosto.

Gráfico 3: Grado de ocupación hotelera por habitaciones en la Comunidad de Madrid en Junio, Julio y Agosto (2017-2019)



Fuente: elaboración propia a partir del INE³⁵

³⁴ Fuente: <https://www.ine.es/DEFIne/es/concepto.htm?c=4495&op=30239&p=1&n=20>

³⁵ Fuente: <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2076>

La Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM)³⁶ estimó, no obstante, una ocupación media superior al 95% con motivo de la final de la Champions League. De esta manera, podemos ver como, si bien el aumento del grado de ocupación fue mayor en el mes de Julio que en Junio, la noche de la celebración del evento supuso un incremento de cerca de un 9% con respecto al grado de ocupación medio del año 2019 (85,92%). De esta manera, pese a la estacionalidad existente durante los meses de verano que muestra un incremento mayor en Julio, se puede observar que la celebración de la final tuvo un impacto en la industria hotelera en términos de volumen.

Por otro lado, el Revenue Per Available Room (RevPar)³⁷ es definido como los ingresos medios por habitación disponible y es calculado como el Average Daily Rate multiplicado por el grado de ocupación por habitaciones.

De acuerdo a la consultora STR, históricamente el aumento de precios provocados por el auge de la demanda causado por la final de la Champions League resulta en un incremento del RevPar de los hoteles. Tal como se muestra en la Tabla 12, el incremento del RevPar durante la noche de la final de la Champions League en Madrid fue de un 468%.

Tabla 12: Histórico de la variación del RevPar por las finales de la Champions League

Año	Ciudad	Incremento RevPar (%)
2014	Lisboa	189%
2015	Berlín	298%
2016	Milán	201%
2017	Cardiff	128%
2018	Kiev	637%
2019	Madrid	468%

Fuente: elaboración propia a partir de STR³⁸

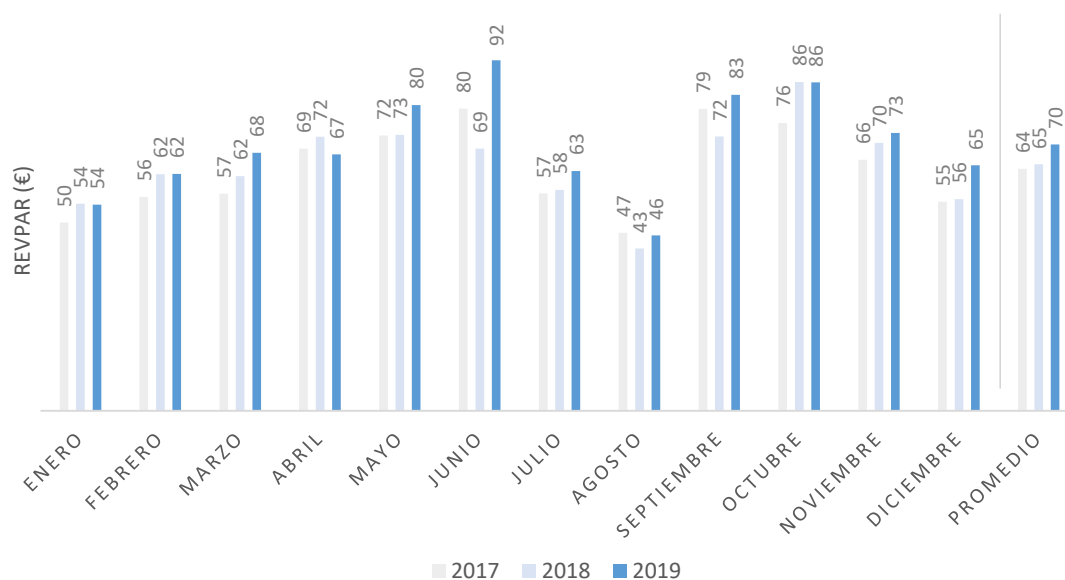
³⁶ Fuente: <https://aehm.es/los-hoteleros-madrilenos-preven-una-ocupacion-superior-al-95-con-motivo-de-la-final-de-la-champions-league/>

³⁷ Fuente: <https://www.ine.es/DEFIne/es/concepto.htm?c=4332&op=30179&p=1&n=20>

³⁸ Fuente: https://www.hosteltur.com/128807_los-hoteles-madrilenos-rozaran-el-lleno-con-la-final-de-la-champions.html

Además, se puede observar el impacto de la celebración del evento a través del análisis de la evolución del RevPar en la Comunidad de Madrid.

Gráfico 4: Revenue Per Available Room en establecimientos hoteleros en la Comunidad de Madrid (€, meses, 2017-2019)



Fuente: elaboración propia a partir de INE³⁹

Tabla 13: Variación RevPar en establecimientos en la Comunidad de Madrid

	En.	Feb.	Mzo.	Abr.	My.	Jun.	Jul.	Ag.	Sept.	Oct.	Nov	Dic.	Promedio
% variación '17-'18	10	11	8	5	0	-13	2	-9	-9	14	7	1	2
% variación '18-'19	0	0	10	-6	11	34	9	8	15	0	4	16	8

Fuente: elaboración propia

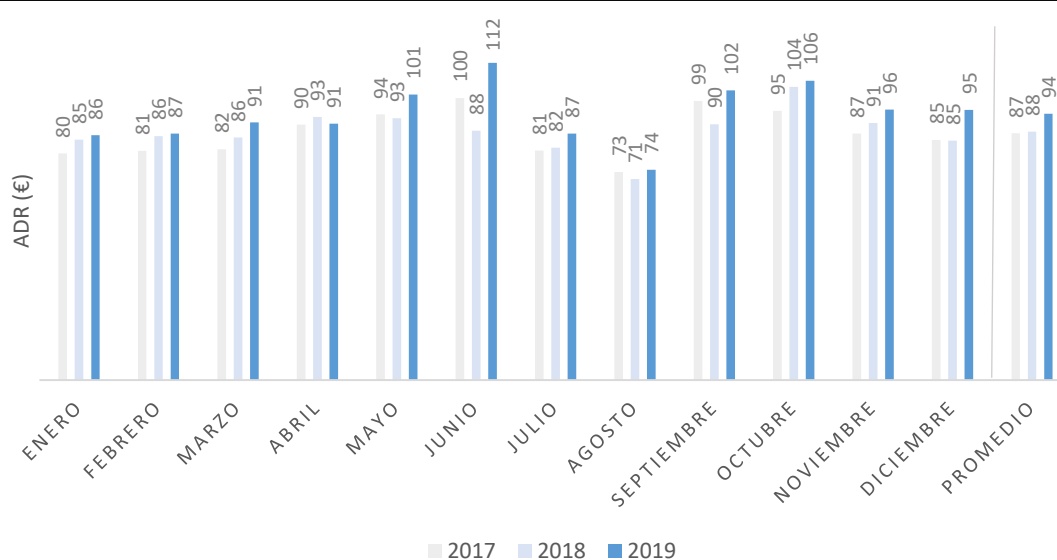
Tal como se puede observar en el Gráfico 4 y en la Tabla 13, entre 2017 y 2018 se puede observar una disminución del RevPar en Junio (-13%), Agosto (-9%) y Septiembre (-9%). Este hecho, unido a que únicamente cuatro meses (Enero, Febrero, Marzo y Octubre) experimentaron una variación de más del 8%, resultó en una variación anual en el año 2018 con respecto a 2017 de un 2%. Entre 2018 y 2019 la situación mejora, pues las variaciones negativas en los meses de Enero (-0,4%), Abril (-6,4%) y Octubre (-0,1%) son más moderadas que las del año 2018, y en este año encontramos siete meses (Marzo, Mayo, Junio, Julio,

³⁹ Fuente: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2057>

Agosto, Septiembre y Diciembre) en los que la variación es superior al 8%. De esta manera, si bien entre el año 2018 y 2019 el RevPar experimentó una mejora anual del 8%, destaca el incremento de un 34% en el RevPar de Junio de 2019 con respecto al año anterior. Así, debido al impacto de la celebración el 1 de Junio de 2019 se alcanzó un récord histórico en la industria hotelera desde 2017, alcanzando un RevPar de 92,18 euros.

Finalmente, el Average Daily Rate (ADR), conocido en español como Tarifa Media Diaria, es definido como los ingresos medios diarios obtenidos por habitación ocupada y calculado a través de la división del RevPar por el grado de ocupación de las habitaciones.

Gráfico 5: Average Daily Rate en establecimientos hoteleros en la Comunidad de Madrid (€, meses, 2017-2019)



Fuente: elaboración propia a partir de INE⁴⁰

Tabla 14: Variación ADR en establecimientos en la Comunidad de Madrid

	En.	Feb.	Mzo.	Abr.	My.	Jun.	Jul.	Ag.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Promedio
% variación '17-'18	6	6	5	3	-1	-12	1	-3	-8	9	4	0	1
% variación '18-'19	2	1	6	-3	9	27	6	5	13	2	5	13	7

Fuente: elaboración propia

⁴⁰ Fuente: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2059>

Al igual que ocurría con el RevPar, en el Gráfico 5 y la Tabla 14 se puede observar el impacto de la final de la Champions League a través del análisis de las variaciones anuales. Entre el año 2017 y 2018 se puede observar una disminución del ADR en los meses de Mayo (-1%), Junio (-12%), Agosto (-3%) y Septiembre (-8%). Por otro lado, en el resto de los meses ninguna variación superó el 10%, por lo que la variación anual en el año 2018 con respecto a 2017 fue de un 1%. Entre 2018 y 2019 la situación mejoró, pues únicamente el mes de Abril (-3%) experimentó una variación negativa. De esta manera, en 2019 se produjo una variación media de un 7% respecto al año anterior, en cuyo cálculo destaca el incremento de un 27% en el mes de Junio. Así, el impacto de la celebración de la final de la Champions League se tradujo en un récord histórico en la industria hotelera desde 2017 en el ADR, que alcanzó 112 euros.

Una vez comprobado el existente impacto en términos de volumen y rentabilidad de la final de la Champions League en los establecimientos hoteleros, es necesario cuantificar el impacto en términos monetarios.

Tabla 15: Recaudación hotelera mínima tras la final de la Champions League (€)

Alojamiento	Volumen	Precio noche	Recaudación mínima
Airbnb*	32.000	300	9.600.000 €
Hoteles**	43.234,50	300	12.970.350 €
		Total	22.570.350 €

(*) El volumen se refiere a huéspedes y el precio noche a € / huésped

(**) El volumen se refiere a habitaciones y el precio noche a €/habitación. Incluye pensiones

Fuente: elaboración propia

Tabla 16: Recaudación hotelera máxima tras la final de la Champions League (€)

Alojamiento	Volumen	Precio noche	Recaudación máxima
Airbnb*	32.000	500	16.000.000 €
Hoteles**	43.234,50	500	21.617.250 €
		Total	37.617.250 €

(*) El volumen se refiere a huéspedes y el precio noche a € / huésped

(**) El volumen se refiere a habitaciones y el precio noche a €/habitación. Incluye pensiones

Fuente: elaboración propia

El análisis llevado a cabo realiza una diferenciación en el tipo de alojamiento, distinguiendo entre los establecimientos hoteleros y la plataforma digital de

alojamientos turísticos Airbnb, así como en el rango de precios. Expansión⁴¹ estimaba el gasto medio por habitación por noche en 300 euros. No obstante, El Confidencial⁴² y Cinco Días⁴³ estimaban un precio medio por noche de alrededor de 500 euros. De una manera u otra, los precios del alojamiento en estas fechas se multiplicaron entre un 200% y un 500% con respecto a las mismas fechas de años anteriores.

El incremento de precios fue explicado por el gerente de mercado para España y Portugal de la firma comparativa de mercado STR. Según el gerente, el incremento de precios se produjo en todas las ciudades que actuaron como sede de la final de la Champions League en las temporadas anteriores, que experimentaron un crecimiento medio de las tarifas hoteleras por encima del 200% tal como sucedió en Lisboa (2014), Berlín (2015), Milán (2016), Cardiff (2017) y Kiev (2018), siendo este último año el que mayor crecimiento experimentó con un aumento de precios por encima del 350%⁴⁴.

El resultado obtenido muestra una recaudación que oscila entre 23 y 38 millones de euros, por lo que el promedio de ambos resultados se acerca a los 30 millones de euros en los que el Foro de Empresarios de Madrid⁴⁵ cifró los ingresos de los hoteles.

3.2.1.2 Restauración y ocio

El segundo sector más favorecido por la celebración del evento fue la restauración. El fútbol dinamiza el consumo en los bares que retransmiten los partidos, especialmente los grandes encuentros. De acuerdo a un estudio

⁴¹ Fuente: <https://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2019/05/30/5ceee030e5fdea59388b469b.html>

⁴² Fuente: https://www.elconfidencial.com/empresas/2019-05-08/final-champions-madrid-wanda-liverpool_1988326/

⁴³ Fuente:

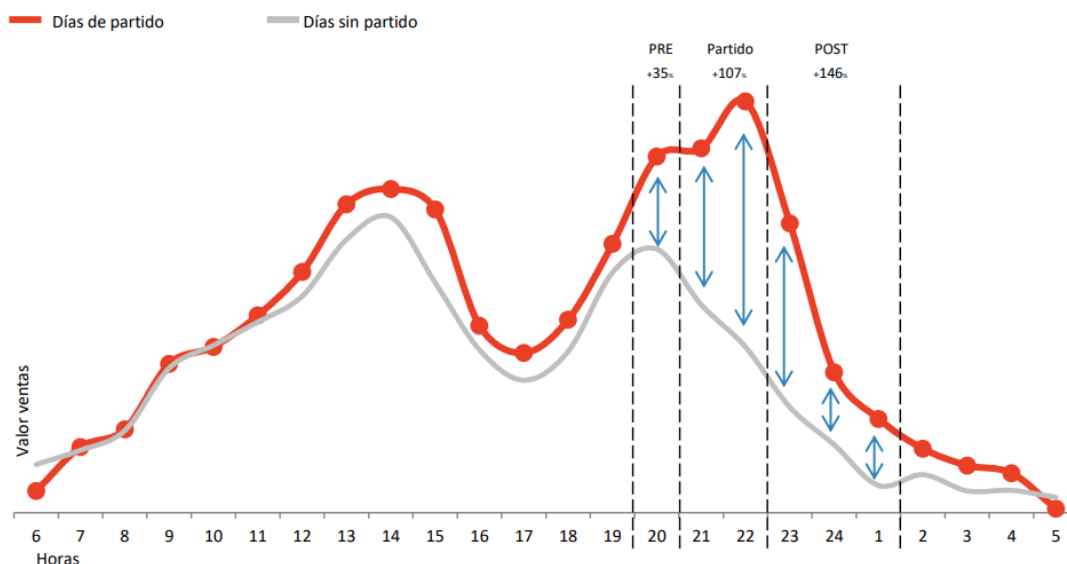
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/05/09/companias/1557429701_226778.html#:~:text=Al%20cierre%20de%20esta%20edici%C3%B3n,refleja%20el%20portal%20especializado%20Trivago.

⁴⁴ Fuente: <https://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2019/05/30/5ceee030e5fdea59388b469b.html>

⁴⁵ Fuente: <https://confilegal.com/20190530-los-aficionados-ingleses-se-dejaran-125-millones-de-euros-en-madrid-con-motivo-de-la-final-de-la-champions-league/>

realizado por Nielsen a través de su Horeca Digital Lab⁴⁶, los bares duplican su volumen de negocio en los días que hay partido de fútbol entre semana.

Gráfico 6: Consumo de bebidas por hora en locales públicos con fútbol



Fuente: MediaPro y La Liga TV bar⁴⁷

Tal como se puede observar en el Gráfico 6, de acuerdo al estudio la duración aproximada de un partido ronda las cuatro horas: precalentamiento, partido y pospartido. Durante el calentamiento entre las 20h y 21h, las ventas aumentan un 35%. Una vez comenzado el partido y durante el transcurso del mismo hasta el pitido final, se observa un incremento en las ventas del 107%. Sin embargo, el hecho más notable es el aumento de un 146% que experimentan las ventas una vez acabado el encuentro.

Así, una vez analizado el impacto que tienen en los bares el fútbol, es necesario cuantificar el impacto de la final de la Champions League. El director general de Hostelería Madrid estimó que el gasto medio por persona en ocio y gastronomía de los aficionados ingleses rondaría los 300 euros⁴⁸. De esta manera, la recaudación total del sector oscila entre los 18 y los 21 millones de euros,

⁴⁶ Fuente: <https://restauracionnews.com/el-futbol-dinamizador-del-negocio-de-los-bares/>

⁴⁷ Fuente: <https://www.audiovisual451.com/wp-content/uploads/2020/01/Presentacio%CC%81n-Horeca-Final-DEF.pdf>

⁴⁸ Fuente: <https://www.rtve.es/deportes/20190531/impacto-millonario-reto-organizativo-para-madrid-final-champions/1949265.shtml>

diferenciando el número de aficionados considerados (entre 60.000 y 70.000), tal como se muestra en las Tablas 17 y 18.

Tabla 17: Recaudación mínima en restauración tras la final de la Champions League (€)

Hinchas	Gasto medio por persona	Recaudación mínima
60.000	300 €	18.000.000 €

Fuente: elaboración propia

Tabla 18: Recaudación máxima en restauración tras la final de la Champions League (€)

Hinchas	Gasto medio por persona	Recaudación máxima
70.000	300 €	21.000.000 €

Fuente: elaboración propia

Los resultados arrojados se asemejan a la estimación del impacto realizada por la Asociación de Hostelería de 18 millones de euros⁴⁹.

3.2.1.3 Arcas públicas

La final de la UEFA Champions League cuenta un régimen fiscal específico. A través del Real Decreto Ley 27/2018 (B.O.E. 2018) de 28 de diciembre en una disposición adicional, el Estado determinó la no aplicación del Impuesto de Sociedades a la UEFA ni a los equipos participantes, la eliminación del IRPF a sus trabajadores y el no cobro de las tasas de aduana a sus importaciones, eximiéndoles del IVA al igual que a aquellas empresas extracomunitarias que realicen operaciones relacionadas con el evento.

La ausencia de impuestos sobre los beneficios, retenciones sobre las primas que reciban los futbolistas y gravación sobre el premio que recibe el club que gana la final resultó en una pérdida fiscal de cerca de 2,3 millones de euros tras la victoria del Liverpool, tal como se muestra en la tabla 19.

⁴⁹ Fuente: https://www.elespanol.com/invertia/empresas/20190601/champions-juega-bar-barrio-gastar-comida-bebida/402710368_0.html

Tabla 19: Pérdida fiscal a raíz del oasis fiscal asegurado a la UEFA en la final de la Champions 2018-2019

Premio	Cantidad (€)	Pérdida fiscal (€)
Premio al vencedor	4.000.000	760.000
Prima Liverpool	7.894.533	1.499.961
Prima Tottenham	5.638.966	1.071.403

Fuente: elaboración propia a partir de UEFA⁵⁰

Este régimen fiscal ventajoso muestra así la importancia otorgada a la final de la Champions League, pues constituye una herramienta para atraer la celebración de la competición. Por ejemplo, en 2010, el trato fiscal ventajoso favoreció que la final de la Champions League se celebrase en Madrid y no en Reino Unido. De esta forma, si bien existe una pérdida fiscal asociada al evento, ésta es justificada a través del impacto económico en la capital que no hubiese sido generado si la sede de la final hubiese sido otra.

De esta manera, las arcas públicas ingresaron entre 10 y 12 millones de euros de acuerdo a Conflegal⁵¹ y La Información⁵². Por otro lado, cabe mencionar que de acuerdo a Público⁵³, albergar la final de la Champions supuso un coste de en torno a 1,5 y 2 millones de euros, estimación que el Gobierno realizó basándose en otros acontecimientos de similar magnitud tales como la final de la Copa Libertadores celebrada en 2018. Así, el impacto en las arcas públicas estaría entre los 8 y los 10 millones de euros.

3.2.1.4 Transporte y comercio

Por otro lado, el transporte fue un elemento clave en la Comunidad de Madrid durante la celebración de la final de la Champions League. A fin de asegurar y coordinar el desplazamiento de los miles de aficionados, la Comunidad diseñó un dispositivo especial de transporte en estas fechas, reforzando las líneas 2, 5,

⁵⁰ Fuente: <https://www.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/hacienda-pierde-champions-oasis-fiscal-uefa-perdida-millonaria-ingresos-fiscales/6502803/?autoref=true>

⁵¹ Fuente: <https://conflegal.com/20190530-los-aficionados-ingleses-se-dejaran-125-millones-de-euros-en-madrid-con-motivo-de-la-final-de-la-champions-league/>

⁵² Fuente: <https://www.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/administracion-madrid-ingresara-12-millones-final-champions/6502577/>

⁵³ Fuente: <https://www.publico.es/sociedad/final-champions-league-le-cuesta-ayuntamiento-final-champions-league.html>

7 y 8 y habilitando lanzaderas para favorecer tanto la llegada como la salida del estadio. Además, el servicio del Metro se incrementó en un 300% en la línea 7 tras finalizar el encuentro, y las lanzaderas conectaron el estadio con el aeropuerto Adolfo Suárez Barajas para aquellos aficionados que regresaron a su país tras el partido⁵⁴. De esta manera, la recaudación en transporte osciló entre los 1,2 y 1,4 millones de euros, tal como se muestra en la Tabla 20.

Tabla 20: Recaudación en transporte tras la final de la Champions League (€)

Concepto	Número de viajeros	Precio	Recaudación mínima	Número de viajeros	Precio	Recaudación máxima
Tarjeta de transporte público multi	60.000	2,5 €	150.000 €	70.000	2,5 €	175.000 €
Suplemento aeropuerto (entrada y salida)	60.000	6 €	360.000 €	70.000	6 €	420.000 €
10 viajes metrobus	60.000	12,2 €	732.000 €	70.000	12,2 €	854.000 €
		Total	1.242.000 €		Total	1.449.000 €

Fuente: elaboración propia a partir de Metro Madrid⁵⁵

Finalmente, el gasto en comercio por parte de los aficionados, representado por las compras realizadas por los mismos en todo tipo de negocios otros que los hoteles, restauración y ocio, se puede estimar un gasto de entre 3,1 y 3,6 millones de euros. Este cálculo ha sido obtenido a partir de la estimación realizada por Madrid Foro Empresarial⁵⁶, que adjudicó un 4% de impacto al transporte y un 10% de impacto al comercio.

3.2.1.5 Impacto total en la economía de Madrid

Tras el análisis realizado en los sectores de la hotelería, restauración, comercio, transporte y arcas públicas, el impacto total que recibió Madrid se puede resumir en la siguiente tabla:

⁵⁴ Fuente: <https://www.metromadrid.es/es/nota-de-prensa/2019-05-30/la-comunidad-disena-un-dispositivo-especial-de-transporte-con-motivo-de-la-final-de-la-champions-league>

⁵⁵ Fuente: <https://www.metromadrid.es/es/viaja-en-metro/titulos-y-tarifas/aeropuerto>

⁵⁶ Fuente: <https://www.lavanguardia.com/local/madrid/20190531/462578162595/final-champions-madrid-60-millones-euros.html>

Tabla 21: Impacto total de la final de la Champions League en Madrid (€)

Concepto	Recaudación mínima (€)	Recaudación máxima (€)
Industria hotelera	22.570.350 €	37.617.250 €
Restauración y ocio	18.000.000 €	21.000.000 €
Arcas públicas	8.000.000 €	10.000.000 €
Comercio	3.105.000 €	3.622.500 €
Transporte	1.242.000 €	1.449.000 €
Total	52.917.350 €	73.688.750 €

Fuente: elaboración propia

Con un rango de entre 53 y 74 millones de euros, el promedio se encontraría en los 63 millones de euros. Este resultado es un 1,3% superior a los 62,5 millones de euros que la Confederación Empresarial de Madrid estimó⁵⁷.

3.2.1.6 Comparación del impacto con otras finales seleccionadas

Tabla 22: Comparación del impacto con otras finales de la Champions League

Año	Equipos	Ciudad	Impacto (M€)
2009	Barcelona - Manchester United	Roma	45
2010	Inter de Milán - Bayern Múnich	Madrid	50
2011	Barcelona - Manchester United	Londres	52
2017	Real Madrid - Juventus	Cardiff	51
2019	Liverpool - Tottenham	Madrid	62,5

Fuente: elaboración propia

El superior impacto en la final de la Champions League de 2019 celebrada en Madrid puede justificarse a través de diversos factores. En primer lugar, era la primera vez desde 2013 en la que ningún equipo español disputó la final, cuando se enfrentaron dos equipos alemanes, el Borussia Dortmund y el Bayern Múnich. Desde entonces, hubo una presencia claramente superior de los equipos españoles: Real Madrid – Atlético (2014), Barcelona – Juventus (2015), Real Madrid – Atlético (2016), Real Madrid – Juventus (2017). Este hecho supuso el fin de la hegemonía del fútbol español en la competición, por lo que la final adquirió una atención especial.

⁵⁷ Fuente: <https://www.ceim.es/actualidad/ceim-estima-impacto-economico-champions>

Por otro lado, es importante también remarcar la historia de los clubes. El Tottenham ganó la Copa de la UEFA en 1972 y en 1984, además de la recopa de la UEFA en 1963, pero nunca ha ganado la competición bajo el nombre de Champions League. De hecho, la final de 2019 supuso la primera final disputada para el conjunto inglés, siendo por tanto un hecho histórico en la historia del club. El Liverpool por su parte ganó la Copa de Europa en 1977, 1978, 1981 y 1984 y logró alzarse con el trofeo de la Champions League en el año 2005 imponiéndose al Inter de Milán. Además, a diferencia del Tottenham, los “reds” estuvieron presentes en tres finales anteriormente, en 2005 (ganaron frente al Milán), en 2007 (perdieron frente al Milán) y en 2018 (perdieron frente al Real Madrid). Es precisamente esta derrota en el año 2018 frente al Real Madrid en la que existieron diversas polémicas tales como la lesión de la estrella del Liverpool Salah tras una entrada de Sergio Ramos y los errores de Karius, el portero del equipo inglés, la que sirvió como aliciente para los fans del Liverpool que acudieron en 2019 a Madrid.

De esta manera, el contexto de la final y la importancia de la misma tanto para el Tottenham como para el Liverpool fueron componentes determinantes en la movilización y motivación de los aficionados ingleses que acudieron al encuentro y realizaron un gasto extraordinario superior al de otras finales. Finalmente, además de las causas deportivas, en la evolución del impacto económico de la final de la Champions League en las sedes se puede observar una tendencia alcista. No obstante, el aumento del impacto en la ciudad de Madrid de casi un 23% con respecto al impacto generado dos años antes en Cardiff muestra la importancia del atractivo de la sede y refleja el éxito organizativo de la capital española.

3.2.2 Impacto sobre Madrid (sectores no considerados por el análisis CEIM)

Como se ha mencionado anteriormente, el análisis realizado por la CEIM excluye algunos sectores y campos relevantes a la hora de analizar el impacto de la final en la sociedad, tales como las aerolíneas, recaudación en taquilla, casas de apuestas, patrocinadores, televisiones y creación de empleo.

3.2.2.1 Aerolíneas

La llegada de entre 60.000 y 70.000 aficionados ingleses en la capital tuvo un impacto que se puede apreciar tanto en términos de volumen como en términos monetarios en la industria de las aerolíneas.

A fin de cubrir la demanda generada por la celebración de la final el 1 de Junio, la entidad pública de gestión de los Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA) junto a la entidad pública proveedora de servicios de navegación aérea e información aeronáutica (ENAIRE) pusieron en marcha desde el 30 de Mayo hasta el 3 de Junio un operativo especial⁵⁸, en el que se dispusieron 1.500 vuelos y 55.000 asientos adicionales. Iberia añadió 17 vuelos y reemplazó los aviones regulares por otros de mayor tamaño. Ryanair fletó cuatro vuelos adicionales, dos por cada ciudad, y Easyjet habilitó 1.500 plazas adicionales⁵⁹. De esta manera, el domingo 2 de junio se batió un récord histórico de operaciones y asientos programados en un día, con 1.744 vuelos y 239.379 pasajeros⁴¹.

Además, el impacto en volumen se puede apreciar a través de la variación de viajeros que llegaron a Madrid en los meses de Mayo y Junio de 2019 desde los principales aeropuertos de Reino Unido.

Tabla 23: Llegadas a Madrid Barajas desde los principales aeropuertos de Reino Unido en Mayo y Junio 2019

Aeropuerto de origen	Pasajeros	Variación anual
Londres – Heathrow	129.108	5,6%
Londres – Gatwick	93.427	2,2%
Londres – Standsted	47.228	10,5%
Manchester	17.306	15,8%
Edimburgo – Turnhouse	15.782	4,8%
Londres – Luton	13.904	13%
Liverpool	12.926	131,5%
Birmingham	11.746	5,2%
Bristol	9.187	0,9%
Southend	192	0%

Fuente: elaboración propia a partir de AENA⁶⁰

⁵⁸ Fuente: https://www.enaire.es/es_ES/2019_05_29/ndp_final_champions

⁵⁹ Fuente: <https://www.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/final-de-la-champions-supone-un-impacto-economico-de-62-millones/6502142/>

⁶⁰ Fuente: <https://www.aena.es/es/estadisticas/inicio.html>

Los aeropuertos que sirvieron a los aficionados fueron principalmente: Liverpool, Londres-Heathrow, Londres-Gatwick, Londres-Luton, Londres-Stanstend y Manchester. De esta manera, el agregado de la variación en los cuatro aeropuertos de Londres (ciudad en la que está localizado el estadio del Tottenham) resulta en un incremento del 31,3%. El mayor impacto, no obstante, se observa en el incremento del tráfico de un 131,5% desde el aeropuerto de Liverpool (ciudad en la que se encuentra el estadio del Liverpool). Finalmente, las llegadas desde el aeropuerto de Manchester también se incrementaron, aunque en menor medida con respecto a las ciudades de los equipos finalistas. De esta manera, se puede observar un impacto en términos de volumen (llegadas) como consecuencia de la celebración de la final.

Por otro lado, de acuerdo a un estudio realizado por Kayak, el coste medio de los vuelos desde Liverpool fue de 363,5 euros (+147% con respecto al resto de fechas), mientras que desde Londres el precio fue de 300 euros (+29%)⁶¹. Así, se puede observar ante el crecimiento en la demanda provocó un aumento de precios como respuesta del mercado.

Según el coordinador de la Unión Empresarial por la Promoción Turística en Madrid, entre 60.000 y 70.000 ingleses viajaron a la capital⁶². Asumiendo un origen equitativo entre las llegadas desde la capital británica y Liverpool (sedes correspondientes de los dos equipos), la recaudación en términos de vuelos pudo ir desde los 20 hasta los 23 millones de euros, tal como se muestra en la Tabla 24.

Tabla 24: Recaudación de las aerolíneas

Aeropuerto de origen	Número de aficionados	Precio billetes	Recaudación mínima	Número de aficionados	Precio billetes	Recaudación máxima
Londres	30.000	300 €	9.000.000 €	35.000	300 €	10.500.000 €
Liverpool	30.000	363,5 €	10.905.000 €	35.000	363,5 €	12.722.500 €
		Total	19.905.000 €		Total	23.222.500 €

Fuente: elaboración propia a partir de Kayak⁶³

⁶¹ Fuente: <https://www.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/final-de-la-champions-supone-un-impacto-economico-de-62-millones/6502142/>

⁶² Fuente: <https://www.rtve.es/deportes/20190531/impacto-millonario-reto-organizativo-para-madrid-final-champions/1949265.shtml>

⁶³ Fuente: https://www.abc.es/espana/madrid/abci-precio-vuelos-entre-madrid-y-reino-unido-dispara-147-por-ciento-final-champions-201905171422_noticia.html

3.2.2.2 Recaudación en taquilla

Si bien la recaudación en taquilla no es un sector propiamente dicho, la venta de las entradas es un factor clave durante la celebración de los eventos. El estadio Wanda metropolitano tiene una capacidad máxima de 68.000 aficionados. No obstante, la capacidad del estadio para la final fue de 63.500 entradas, y de acuerdo a la página oficial del Atlético de Madrid⁶⁴, 63.000 personas acudieron al encuentro. De esta manera, la estimación de la distribución de las entradas en la final de la Champions League queda representada en la siguiente tabla:

Tabla 25: Estimación de la distribución de las entradas en la final de la Champions League temporada 2018-2019

Distribuidor	Número de entradas	Categorías
Liverpool	16.613	Cat 1: 830 (5%) Cat 2: 3.489 (21%) Cat 3: 8.971 (54%) Cat 4: 3.323 (20%)
Tottenham	16.613	Cat 1: 830 (5%) Cat 2: 3.489 (21%) Cat 3: 8.971 (54%) Cat 4: 3.323 (20%)
UEFA, Federaciones Nacionales, Socios Comerciales y Operadores	29.774 (4.000 fueron distribuidas de forma online vía UEFA.com)	Cat 1: 9.298 (31%) Cat 2: 11.541 (39%) Cat 3: 0 (0%) Cat 4: 8.934 (30%)

Fuente: elaboración propia

Una vez determinadas las categorías y el número de entradas que las componen, la estimación de la recaudación total en taquilla se puede realizar de dos maneras que arrojan resultados ligeramente diferentes.

Tabla 26: Estimación recaudación entradas (método precio medio)

Número de entradas	Precio medio	Recaudación
63.000	320 €	20.160.000 €

Fuente: elaboración propia

⁶⁴ Fuente: <https://www.atleticodemadrid.com/noticias/mas-de-medio-millon-de-personas-han-asistido-al-wanda-metropolitano>

En primer lugar, se puede estimar un precio medio de las entradas, resultando en una recaudación de 20 millones de euros. Esta metodología tiene sin embargo la principal desventaja de que el precio medio puede no ser representativo.

Tabla 27: Estimación recaudación entradas (método desglose por categorías)

Categoría	Número de entradas	Precio	Recaudación
Cat 1	10.959	70 €	767.153 €
Cat 2	18.519	160 €	2.963.093 €
Cat 3	17.942	450 €	8.073.900 €
Cat 4	15.579	600 €	9.347.600 €
Total			21.151.747 €

Fuente: elaboración propia

En segundo lugar, estimando el número de entradas por categoría, se obtiene una recaudación de 21 millones de euros. La principal desventaja de esta metodología es que el número de entradas por categoría es una estimación.

A pesar de las posibles variaciones en ambos métodos, la recaudación resultante se encuentra entre los 20 y 21 millones de euros. Por otro lado, es importante remarcar que este análisis no ha tenido en cuenta los 200 paquetes infantiles (400 entradas) a precio de 140 euros, ni las entradas accesibles para los espectadores discapacitados a 70 euros, ni el negocio de la reventa de entradas (que alcanzó los 12.000 euros por entrada), todos ellos por ser minoritarios y poder causar una distorsión en el análisis.

Finalmente, cabe mencionar el impacto de la Champions League en el precio de las entradas.

Tabla 28: Comparación precio de las entradas en diferentes partidos

Partido	Rango precios (€)
Champions League Final: Liverpool-Tottenham	70-600 €
La Liga: Madrid-Barcelona	99-249 €
La Liga: Osasuna-Villarreal	40-60 €

Fuente: elaboración propia

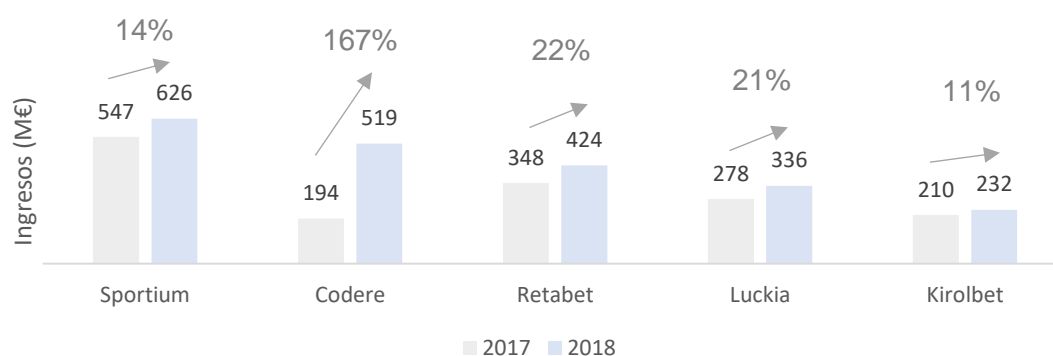
A fin de realizar la comparación, se han escogido dos partidos: el clásico Madrid-Barça y el partido de La Liga Osasuna-Villarreal. Si bien el clásico es uno de los partidos de mayor repercusión de La Liga, se puede observar como el precio de la final de la Champions puede llegar a ser un 241% superior. Esta diferencia es aún más importante si se realiza la comparación con un partido regular de La Liga como puede ser el del Osasuna-Villarreal, en el que los precios con las entradas son una décima parte del precio de la final de la Champions.

3.2.2.3 Casas de apuestas

Uno de los negocios que más se lucran a raíz de los eventos deportivos del calibre de la Champions League son las casas de apuestas. Las apuestas deportivas han crecido en los últimos años y concretamente en España, el mercado de las apuestas deportivas pasó de 303,3 millones de euros en 2012 a 742 millones de euros en 2017, multiplicándose casi por 2,5 en seis años (Codere, 2018).

La actividad de las casas de apuestas españolas está liderada por cinco empresas: Sportium, Codere, RetaBet, Luckia y KirolBet.

Gráfico 7: Ingresos por apuestas deportivas en las principales casas de apuestas (M€, 2017-2018)



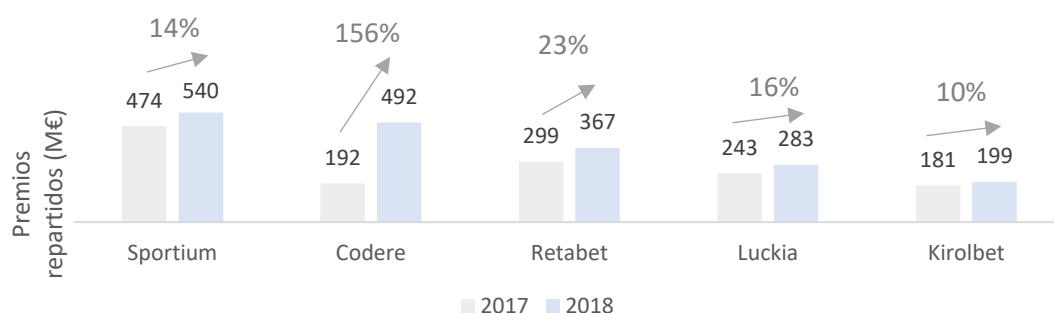
Fuente: elaboración propia a partir de Cinco Días⁶⁵

De acuerdo a los datos de la Dirección General de Ordenación del Juego, en el año 2018 las cinco principales compañías españolas de juego especializadas en apuestas deportivas (presenciales y online) superaron por primera vez los 2.000 millones de euros.

⁶⁵ Fuente: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/09/04/companias/1567622757_301598.html

millones de euros en ingresos conjuntos alcanzando los 2.136,9 millones de euros, lo que supuso un aumento del 35,5% con respecto al año anterior. Codere fue a que mayor evolución tuvo con un +167,5%, mientras que el incremento del resto osciló entre el 10% y el 22%

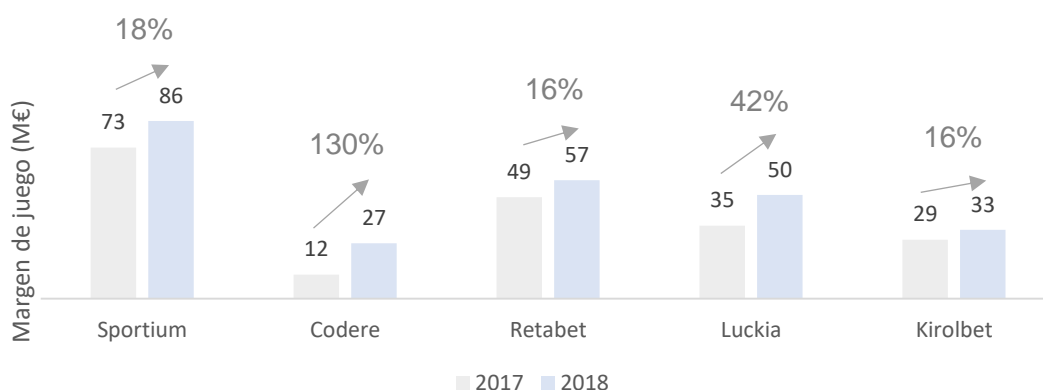
Gráfico 8: Premios repartidos por apuestas deportivas en las principales casas de apuestas (M€, 2017-2018)



Fuente: elaboración propia a partir de Cinco Días⁶⁵

En términos de premios, en 2018 se repartieron un total de 1.883,8 millones de euros, suponiendo una variación anual de +36,5%.

Gráfico 9: Margen de juego de las principales casas de apuestas (M€, 2017-2018)



Fuente: elaboración propia a partir de Cinco Días⁶⁵

Finalmente, el margen de juego resultante tras sustraer los premios repartidos a los ingresos recibidos resultó en un total de 253,1 millones de euros, aumentando un 28% con respecto al año anterior.

Las casas de apuestas consideran la Champions League como uno de los mejores eventos para apostar junto al mundial de fútbol, la NBA, el Open de

Australia o el Gran Premio de Fórmula 1, entre otros. Así, el 1 de Junio de 2019 las casas de apuestas ofrecían las siguientes cuotas:

Tabla 29: Cuotas del partido Liverpool-Tottenham (€)

Casa de apuestas	Tottenham	Empate	Liverpool
Bet365	4,4	3,6	1,9
Betfair	4,4	3,6	1,86
888	4,35	3,65	1,89
William Hill	4,33	3,6	1,85
Suertia	4,3	3,65	1,88

Fuente: elaboración propia

De acuerdo al portavoz de Betfair⁶⁶, la final de la Champions League entre el Tottenham y el Liverpool se convirtió en uno de los partidos de fútbol que más apuestas movilizó en la historia del Reino Unido. Además, debido al elevado volumen de apuestas registradas, la previsión de Betfair fue de repartir más de 1,13 millones de euros en premios independientemente del resultado del partido. Por otro lado, se afirmó que un usuario llegó a apostar cinco cifras por el triunfo del Liverpool, hecho que muestra la importancia de la final entre los apostadores deportivos.

3.2.2.4 Impacto mediático y patrocinio

La Champions League es uno de los eventos deportivos más seguidos, únicamente por detrás de las competiciones nacionales como el mundial. De esta manera, con una audiencia de aproximadamente 350 millones de espectadores en 200 países, es un escenario importante para las marcas y patrocinadores tanto del evento como de los clubes participantes.

En la final de la Champions League de 2015 en la que el FC Barcelona se impuso a la Juventus por 1-3 se produjo un impacto publicitario con un valor económico de más de 38 millones de euros⁶⁷ entre los patrocinadores, mientras que durante la final de la Champions League 2018 que enfrentó al Real Madrid y Liverpool en Kiev el impacto mediático se tradujo en una inversión publicitaria de 106 millones

⁶⁶ Fuente: <https://okdiario.com/economia/nuevo-record-mundo-apuestas-betfair-pagara-esta-millonada-final-champions-4184504>

⁶⁷ Fuente: <https://www.palco23.com/media/los-patrocinadores-tambien-ganaron-la-final-de-la-champions-lograron-un-impacto-publicitario-de-38-millones>

de euros, de acuerdo a los expertos de Kantar Media⁶⁸. Según la empresa de análisis Conviva, la final celebrada en el Wanda Metropolitano se convirtió en el mayor evento deportivo jamás celebrado con 177 millones de impresiones y 1.090 millones de interacciones en las redes sociales y visualizaciones de video, lo que supuso un 110% más que la final celebrada en Kiev⁶⁹. De esta manera, se podría aproximar que el impacto mediático de la final del Wanda Metropolitano supuso una inversión de 117 millones de euros.

Por otro lado, es importante mencionar la rentabilidad de dichas inversiones. En la final de 2016, Viewmetric, una compañía especializada en el análisis del ROI de las acciones de patrocinio en el mundo deportivo, cifró el ROI de los patrocinadores Heineken, Lays, Fly Emirates y Plus 500 en un montante de más de 6 millones de euros, siendo Heineken la principal beneficiada con alrededor de 2 millones de euros⁷⁰. Uno de los claros ejemplos de la rentabilidad que tiene el impacto mediático de la final de la Champions League es el caso de los espontáneos. Durante la final celebrada el 1 de Junio de 2019, Kinsey Wolanski saltó al césped con un traje de baño con la frase “Vitaly Uncensored”. De acuerdo a Apex Marketing Group, el impacto publicitario de la página podría estar valorado en alrededor de 3,5 millones de euros⁷¹.

El impacto mediático justifica de esta manera las inversiones realizadas por los patrocinadores. En 2019, la Champions League contó con 8 partners: Mastercard, Nissan, Playstation, Lays, Gazprom, Heineken, Banco Santander y Hotels.com. Cada uno de los sponsors debe desembolsar entre 30 y 50 millones de euros de manera anual por estar presente en la Liga de Campeones. En la temporada 2018-2019, la UEFA Champions League ingresó en sus arcas 458,3 millones de euros en concepto de patrocinios (UEFA, 2019), por lo que la media de ingresos por sponsor está en torno a los 57 millones de euros por temporada.

⁶⁸ Fuente: <https://ipmark.com/impacto-mediatico-champions-league/>

⁶⁹ Fuente: <https://es.uefa.com/insideuefa/news/0255-0f8e6f76457e-1c9f796e67f8-1000--record-con-mas-de-1-000-millones-de-interacciones-en-redes-soci/>

⁷⁰ Fuente: <https://ipmark.com/roi-patrocinadores-champions-league/>

⁷¹ Fuente: <https://www.apexmarketinggroup.net/>

El papel de estos ocho patrocinadores se traduce además en diversas acciones llevadas a cabo durante la UEFA Champions Festival⁷², un evento anual que tiene lugar en la ciudad en la sede de la final en los días que giran en torno al partido. Además, el patrocinio no sólo favorece a las empresas en términos monetarios, sino que el impacto también es positivo en términos emocionales. De acuerdo al vicepresidente y director general de comunicación, marketing corporativo y estudios del Bando Santander, el patrocinio de este tipo de eventos motiva a los trabajadores y genera entre ellos un orgullo de pertenencia. Además, en lo que a los clientes se refiere, el vicepresidente afirma que la fuerza comercial del evento incrementa la afinidad emocional con la marca. El Banco Santander desplegó una “marea roja” de voluntarios que actuaron como “Brand ambassador” de la marca en los puntos clave de la ciudad, abrió las puertas de sus sucursales y ofreció rutas (“Santander Walking Tours”) para los aficionados, además de instalar un minicampo de fútbol en la Plaza Mayor.

Por otro lado, además de los patrocinadores oficiales de la Champions League, los patrocinadores de los clubes también juegan un papel importante, pues los contratos existentes mueven millones de euros en la economía. A continuación se muestran los principales patrocinios tras el inicio de la pandemia en las 5 principales ligas: Alemania, España, Francia, Inglaterra e Italia.

Tabla 30: Top 10 patrocinios en camisetas en las 5 principales ligas tras el inicio de la pandemia

Patrocinador	Club	Duración de contrato (años)	Contrato anual (M€)
TeamViewer	Manchester United	5	59,3
Jeep	Juventus	3	49,7
Redbull	Leipzig	1	35,5
Socios.com	Inter de Milán	1	21,3
Chillz	Inter de Milán	1	21,3
Plus 500	Atlético de Madrid	1	18,1
Digitalbits	Roma	3	12,8
Emirates	Inter de Milán	3	12,6
Binanze	Lazio	2	10,4
Cazoo	Everton	2	10,3
Flatex	Borussia Mönchengladbach	3	10,2
Degiro	Borussia Mönchengladbach	3	10,2

Fuente: elaboración propia a partir de KPMG⁷³

⁷² Fuente: <https://es.uefa.com/insideuefa/about-uefa/news/0251-0e99b4d10281-55e681cf2bb6-1000--uefa-champions-festival-en-madrid-durante-la-semana-de-la-final/>

⁷³ Fuente:

https://www.footballbenchmark.com/library/commercial_revenue_trends_reveal_cautious_optimism

Cabe destacar también la presencia de las diferentes industrias en los contratos:

Tabla 31: Principales industrias patrocinadoras de las 5 principales ligas

Sector	Número de contratos	Valor de los contratos (M€)
Aerolíneas y aeropuertos	5	215
Finanzas y bancos	13	137,2
Comercio	8	89
Telecomunicación y media	4	87,6
IT	4	86,2
Apuestas	15	78,4
Automoción	6	78,1
Turismo y hoteles	3	65,8
Seguros y pensiones	3	59,3
Construcción	12	51,1

Fuente: elaboración propia a partir de KPMG⁷³

De esta manera, tanto el patrocinio de los clubes como de la competición es importante para las marcas, cuyo interés reside en la oportunidad de mejorar tanto su notoriedad como su imagen, además de justificar las inversiones realizadas.

Finalmente, estas acciones no sólo se ven recompensadas a raíz del visionado de los partidos. Millones de aficionados compran las camisetas de sus equipos favoritos, lo que potencia exponencialmente la visibilidad de las marcas.

Tabla 32: Venta de camisetas por clubes (2019)

Club	País	Número de camisetas
Manchester United	Inglaterra	4.950.000
Liverpool	Inglaterra	3.943.000
Bayern Múnich	Alemania	3.475.000
Real Madrid	España	2.920.000
FC Barcelona	España	2.755.000
Chelsea	Inglaterra	1.911.000
Borussia Dortmund	Alemania	1.698.000
Paris Saint Germain	Francia	1.522.000
Manchester City	Inglaterra	1.476.000
Juventus	Italia	1.315.000

Fuente: elaboración propia a partir de ABC⁷⁴

⁷⁴ Fuente: https://www.abc.es/deportes/futbol/abci-real-madrid-cuarto-equipo-mas-ingresado-venta-camisetas-2019-201909170213_noticia.html

3.2.2.5 Derechos televisivos

La rentabilidad de los derechos televisivos del fútbol es un debate entre las operadoras. De acuerdo a la información proporcionada por la CNMC⁷⁵, entre el segundo semestre de 2015 y el primero de 2018 los ingresos conjuntos de los servicios de televisión de Movistar, Vodafone y Orange alcanzaron los 5.670 millones de euros. En este periodo, las tres operadoras tuvieron en su catálogo tanto la Champions League como La Liga. Por otro lado, el coste de los contratos se elevó a 3.450 millones de euros (2.650 por la Liga y 800 por la Champions), por lo que los derechos televisivos supusieron un 61% de los ingresos obtenidos por televisión de las operadoras⁷⁶.

En la temporada 2018-2019 los derechos televisivos del fútbol ascendieron a 1.310 millones de euros, suponiendo un 15% más que en la temporada 2017-2018 en la que la cifra fue de 1.150 millones de euros.

Gráfico 10: Distribución derechos televisivos por operador (M€, temporada 2018-2019)



Fuente: elaboración propia a partir de El País⁷⁷

No obstante, ante la tendencia alcista en los precios de los derechos televisivos Vodafone decidió renunciar al fútbol en su oferta de manera gradual. Si bien este hecho repercutió en el número de abonados de la compañía, se revela interesante analizar el efecto en el largo plazo de dicha decisión. Como se muestra en el Gráfico 11 la compañía cerró 2018 (cuando renunció al Partidazo y a la Champions League) con 1.293.000 clientes, perdiendo así un 7% de los abonados con respecto al año anterior y favoreciendo a Movistar y a Orange que crecieron un 6% y un 14% respectivamente. Sin embargo, los años siguientes cubrieron las pérdidas: Vodafone cerró 2019 (en los dos últimos trimestres ya no

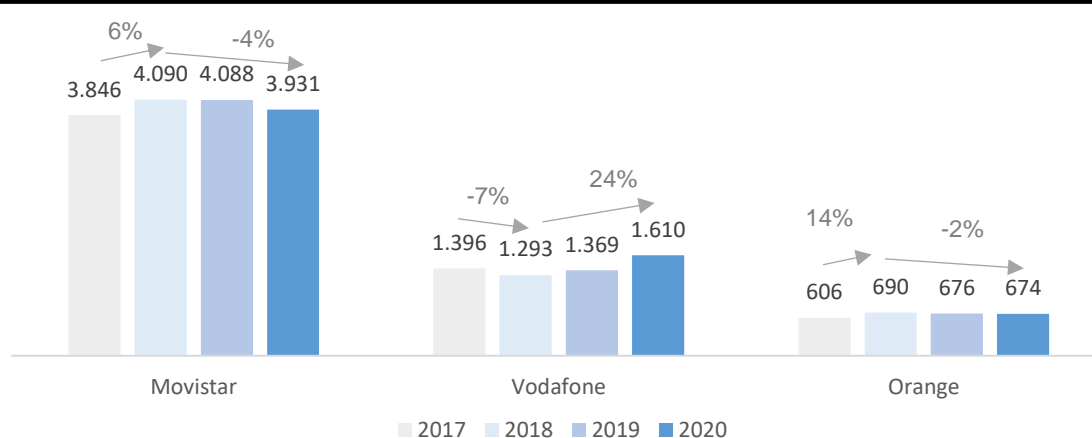
⁷⁵ Fuente: http://data.cnmc.es/datagraph/jsp/inf_trim.jsp

⁷⁶ Fuente: https://www.lespanol.com/invertia/empresas/20181028/derechos-futbol-llevar-ingresos-television-telecos/348466281_0.html

⁷⁷ Fuente: https://elpais.com/economia/2018/08/17/actualidad/1534528912_551740.html

emitía fútbol) con 1.369.000 abonados y 2020 (primer curso completo sin fútbol) con 1.610.000 abonados. Este crecimiento supone por tanto un incremento de un 24% en los abonados de Vodafone entre 2018 y 2020, mientras que Movistar y Orange han experimentado una disminución de un 4% y 2% respectivamente en el mismo periodo. Así, desde la decisión de abandonar el fútbol Vodafone ha aumentado un 15% el número de abonados, mientras que en el mismo periodo Orange ha crecido un 11% y Movistar un 2%⁷⁸.

Gráfico 11: Número de abonados de los principales operadores de televisión de pago (miles de abonados, 2019-2020)



Fuente: elaboración propia a partir de CNMC (2018, 2019, 2020)

De esta manera, la decisión de Vodafone pone en cuestión la rentabilidad de los derechos televisivos del fútbol y si bien tanto Movistar como Orange siguen apostando por mantener el fútbol en sus ofertas, en el caso de que la tendencia alcista en los precios continúe y el número de abonados mantenga una evolución negativa, las operadoras probablemente tomarán acciones al respecto.

3.2.2.6 Empleo

Finalmente, la dimensión e importancia de la Champions League favorece la creación de empleo. Si bien resulta difícil cuantificar esta creación en términos monetarios, es posible analizar este aspecto en términos de volumen.

⁷⁸ Fuente: <https://www.xataka.com/empresas-y-economia/vodafone-fue-primero-que-se-retiro-guerra-futbol-solo-asi-logro-no-perderla-1>

En el sector hotelero, de acuerdo al INE⁷⁹ el personal empleado durante el mes de Junio de 2019 fue de 12.387 empleados, con un grado de ocupación por habitaciones medio del 86%. No obstante, la noche del 1 de Junio la ocupación fue del 95%, por lo que a fin de cubrir la demanda se puede estimar que los empleados debieron aumentar a 13.696, lo cual supone un incremento del 11%.

Por otro lado, en el sector de la restauración, el presidente del Gremio de Restauradores de la Plaza Mayor que representa a más de 100 locales, puntualizó que a fin de cubrir el pico de demanda causado por la final de la Champions League los establecimientos debieron contratar trabajadores extras⁸⁰.

Además, el ayuntamiento de Madrid por su parte puso en marcha un dispositivo de seguridad, movilidad y limpieza con razón de la celebración del evento en el que se distinguen⁸¹:

- 4700 efectivos de seguridad
- 68 operarios de limpieza
- 12 miembros de SELUR (Servicio de limpieza urgente)

En los aeropuertos, los 1.500 vuelos adicionales fueron acompañados por la contratación de 550 personas dedicadas a seguridad, operaciones, mantenimiento e información⁸²

Finalmente, debido al impacto mediático anteriormente comentado, el partido debió ser cubierto por 1.800 personas de las televisiones y 650 periodistas acreditados (entre prensa escrita, televisiones sin derechos, radios y fotógrafos)⁸³.

⁷⁹ Fuente: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2076>

⁸⁰ Fuente: <https://www.autonomosyempreendedor.es/articulo/actualidad/bares-hostales-madrid-seran-verdaderos-ganadores-final-champions-leage/20190528183532019668.html>

⁸¹ Fuente: <https://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Actualidad/Noticias/Dispositivo-de-seguridad-movilidad-y-limpieza-por-la-final-de-la-Champions-League-en-Madrid/?vgnextfmt=default&vgnextoid=3fda07158830b610VgnVCM2000001f4a900aRCRD&vgnnextchannel=a12149fa40ec9410VgnVCM100000171f5a0aRCRD>

⁸² Fuente: https://www.enaire.es/es_ES/2019_05_29/ndp_final_champions

⁸³ Fuente: <https://www.atleticodemadrid.com/noticias/el-wanda-metropolitano-se-convierte-en-el-epicentro-del-futbol-mundial-al-acoger-la-final-de-la-champions-league#:~:text=Trabajar%C3%A1n%201.800%20personas%20de%20las,que%20ocurra%20en%20esta%20final.>

De esta manera, la final de la Champions League creó al menos 8.000 empleos, siendo esta estimación muy conservadora y considerando únicamente los empleos creados en Madrid, si bien la retransmisión de la final probablemente también tuvo un impacto en otras ciudades tanto de España como de otros países.

3.2.3 Impacto sobre los clubes participantes

3.2.3.1 Reparto de premios de la UEFA por clubes

La Champions League es la competición a nivel de clubes más prestigiosa y reúne a los equipos más importantes de las principales ligas europeas. Además, participar en esta competición no sólo aumenta el prestigio de los clubes, sino que supone una posible fuente de ingresos para los mismos tal como se expondrá a continuación.

En la temporada 2018-2019, la UEFA repartió 1.950 millones de euros entre los clubes distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 33: Reparto de ingresos de la Champions League temporada 2018-2019

Concepto	Cantidad	Descripción
Pagos iniciales	488M€	15,25M€ para cada uno de los 32 clubes que se clasifiquen para la fase de grupos
Pagos fijos	585M€	Fase de grupos: 2,7M€ por victoria y 900.000€ por empate Clasificación octavos de final: 9,5M€ Clasificación cuartos de final: 10,5M€ Clasificación semifinal: 12M€ Campeón: 4M€ Participación Supercopa: 3,5M€ Campeón Supercopa: 1M€
Ranking de coeficientes	585M€	Equipo con menor ranking: 1,108M€ Equipo con mejor ranking: 35,46M€ Se añade una cuota extra (1,108M€) por cada posición del ranking
Market pool	292M€	Distribución en función del valor proporcional de cada mercado televisivo
Total	1.950M€	

Fuente: elaboración propia a partir de UEFA⁸⁴

⁸⁴ Fuente: <https://es.uefa.com/uefachampionsleague/news/0246-0e98e021150b-3265103a5e19-1000--como-se-repartiran-los-ingresos-en-la-uefa-champions-league-201/?referrer=%2Fuefachampionsleague%2Fnews%2Fnewsid%3D2562419>

De esta forma, los ingresos del Liverpool tras ganar la final de la Champions League se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 34: Ingresos Liverpool FC a raíz de la Champions League, temporada 2018-2019 (M€)

Concepto	Cantidad (M€)
Por participación	15,25
Por fase de grupos	9
Por octavos	9,5
Por cuartos	10,5
Por semifinales	12
Por jugar la final	15
Por proclamarse campeón	4
Coficiente	23
Market pool	13
Total	111M€

Fuente: elaboración propia a partir de UEFA (2020)

Por otro lado, cabe mencionar la participación del Liverpool en la Supercopa de Europa⁸⁵, partido a un encuentro que enfrenta a los campeones de la Champions League y Europa League de la temporada precedente, y que sirve como comienzo de la nueva temporada. El partido, que finalizó con una victoria del Liverpool tras ganar al Chelsea en la tanda de penaltis 5-4, supuso unos ingresos extra para el club de 4,5 millones de euros (3,5 por disputar el partido y 1 por ganarlo).

No obstante, el impacto económico no solo afecta al campeón, tal como se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 35: Ingresos de los clubes por la Champions League en la temporada 2018-2019 (M€)

Equipo	Ingresos (M€)
FC Barcelona	118
Liverpool	111
Tottenham	101
Juventus	96
Manchester United	93
Manchester City	93
Paris Saint Germain	86
Atlético de Madrid	86
Real Madrid	85
Bayern Múnich	83

Fuente: elaboración propia

⁸⁵ Fuente: <https://es.uefa.com/uefasupercup/news/0250-0c50f74cc011-339dfe46d43b-1000--la-supercopa-de-la-uefa-formato-y-sedes/>

Pese a haber sido derrotado en semifinales ante el Liverpool, el FC Barcelona fue el club que más dinero facturó durante la temporada 2018-2019 de la Champions League. La diferencia con respecto al Liverpool se debe a tres factores: a las ganancias en fase de grupos, 12,6 millones de euros (con 4 victorias y 2 empates frente a las 3 victorias del Liverpool); al coeficiente de 34,3 millones de euros resultante del histórico de sus resultados de la última década (frente a los 23 del Liverpool) y finalmente al market pool de 23 millones de euros (frente a los 13 del Liverpool).

De esta manera, los ingresos de los clubes derivados de la participación en la Champions League no solo es relevante en aquellos que se alzan con el título, sino que la competición supone una oportunidad como fuente de ingresos para todos los clubes participantes.

3.2.3.2 Impacto en las cuentas del club

Una vez comprendidos los ingresos derivados por la participación y victoria del Liverpool FC en la Champions League, es importante analizar el impacto de estas ganancias en las cuentas del club.

Tabla 36: Cuenta de pérdidas y ganancias Liverpool FC temporadas 2018-2019 y 2017-2018

	2018-2019*	2017-2018**	Variación (%)
Ingresos	604	519	16%
Día de partido	95	92	4%
Media	296	251	18%
Comercial	213	176	21%
Gastos	465	411	13%
Salarios	351	301	17%
Otros gastos	113	110	3%
EBITDA	140	108	29%
Costes administrativos	139	100	39%
Amortización de las inscripciones de jugadores	127	88	44%
Pérdida por deterioro de las inscripciones de los jugadores	0,6	0,3	66%
Amortización del inmovilizado material	11	10	5%
Amortización del fondo de comercio	1	1	-33%
Beneficio de explotación	0,6	8,1	-93%
Beneficio de la cesión de las inscripciones de los jugadores	51	141	-64%
Intereses por cobrar e ingresos similares	1	2	-45%
Intereses a pagar y gastos similares	6	9	-35%
Beneficios de las actividades ordinarias antes de impuestos	47	143	-67%
Impuesto sobre los beneficios de las actividades ordinarias	10	22	-54%
Beneficio del ejercicio	37	121	-69%

(*) Tipo de cambio aplicado: 0,882

(**) Tipo de cambio aplicado: 0,876

Fuente: elaboración propia a partir de Liverpool FC (2019)

La Tabla 36 muestra la cuenta de pérdidas y ganancias del Liverpool FC en las temporadas 2017-2018 (en la que el Liverpool quedó subcampeón en la Champions League) y 2018-2019 (en la que el Liverpool ganó la Champions League). En la temporada 2018-2019, gracias a los 111 millones de euros ingresados por la participación y victoria en el torneo, el club inglés logró unos ingresos ordinarios que alcanzaron los 604 millones de euros, lo que supuso un incremento anual del 16% con respecto al mismo mes de la temporada anterior. Este incremento fue potenciado por el aumento de los ingresos comerciales y los ingresos de los medios de comunicación principalmente. En el área comercial, se alcanzaron los 213 millones de euros (+21%), gracias principalmente a los bonuses por la consecución de títulos, un récord en la venta de merchandising y la obtención de nueve patrocinadores adicionales entre los que se incluía la aseguradora Axa. Por otro lado, en lo que a los ingresos de comunicación se refiere, se produjo un incremento de un 18% hasta alcanzar los 296 millones de euros, gracias al nuevo acuerdo de retransmisión de la UEFA Champions League y a la mejora del coeficiente para el reparto que realiza la Premier League.

La evolución de los ingresos permitió al Liverpool realizar una mayor inversión en la plantilla que alcanzó aproximadamente 250 millones de euros, traducida en los fichajes de Alisson (73 millones de euros), Keita (60 millones de euros), Fabinho (50 millones de euros) y Shaquiri (15 millones de euros), además de la mejora del contrato para múltiples jugadores tales como Salah, Mané, Firmino y Henderson, entre otros. De esta manera, cabe destacar que pese a haber realizado un gasto récord en los jugadores, en la temporada 2018-2019, el Liverpool FC cerró el ejercicio con un resultado antes de impuestos de cerca de 47 millones de euros, hecho que fue posible gracias al incremento de los ingresos anteriormente mencionado.

De acuerdo al CEO del Liverpool, el fortalecimiento de la sostenibilidad financiera del club les permitió realizar importantes inversiones tanto en reclutamiento de jugadores como en infraestructura. Para él, poder reinvertir 250 millones de

euros durante el período financiero fue el resultado del éxito de su estrategia comercial⁸⁶.

Una vez analizada la evolución de los ingresos, es necesario mencionar el incremento de los costes administrativos, causados principalmente por el aumento en la amortización de las inscripciones de los jugadores (costes capitalizados asociados con la adquisición de las inscripciones de los jugadores, que son amortizados a lo largo de la duración del contrato) y por el incremento de los salarios mencionados anteriormente, que llevan a una disminución del beneficio de explotación.

Finalmente, destaca la pérdida del 64% de los beneficios por la cesión de la inscripción de los jugadores. Esta cuenta se refiere a los beneficios obtenidos por el club a raíz de las ventas de sus jugadores, y cabe destacar que la disminución no es causada por un empeoramiento del club en la temporada 2018-2019. Por el contrario, este hecho se debe a un beneficio extraordinario en el año 2017-2018 de 141 millones de euros, principalmente gracias a la venta de Philippe Coutinho, que fue fichado por el FC Barcelona por 160 millones de euros⁸⁷ (120 millones de euros fijos y 40 millones de euros en variables).

Una vez analizadas las cuentas del club, es importante también analizar las cifras del Liverpool en relación con los grandes equipos de las cinco principales ligas: Alemania, España, Francia, Inglaterra e Italia.

⁸⁶ Fuente: <https://www.theguardian.com/football/2020/feb/27/liverpool-42m-pre-tax-profit-record-223m-spend-on-players-financial-year-2018-19>

⁸⁷ Fuente: <https://www.20minutos.es/deportes/noticia/barcelona-fichaje-coutinho-3228379/0/>

Tabla 37: Evolución ranking clubes por ingresos

	Ingresos temporada 2019-2020 (M€)		Ingresos temporada 2018-2019 (M€)		Ingresos temporada 2017-2018 (M€)		Ingresos temporada 2016-2017 (M€)	
1	FC Barcelona	715,1	FC Barcelona	840,8	Real Madrid	750,9	Manchester United	676,3
2	Real Madrid	691,8	Real Madrid	757,3	FC Barcelona	690,4	Real Madrid	674,6
3	Bayern Munich	634,1	Manchester United	711,5	Manchester United	666,0	FC Barcelona	648,3
4	Manchester United	580,4	Bayern Munich	660,1	Bayern Munich	629,2	Bayern Munich	587,8
5	Liverpool	558,6	Paris Saint Germain	635,9	Manchester City	568,4	Manchester City	527,7
6	Manchester City	549,2	Manchester City	610,6	Paris Saint Germain	541,7	Arsenal	487,6
7	Paris Saint Germain	540,6	Liverpool	604,7	Liverpool	519,0	Paris Saint Germain	486,2
8	Chelsea	469,7	Tottenham	521,1	Chelsea	505,7	Chelsea	428,0
9	Tottenham	445,7	Chelsea	513,1	Arsenal	439,2	Liverpool	424,2
10	Juventus	397,9	Juventus	459,7	Tottenham	428,3	Juventus	405,7

Fuente: elaboración propia a partir de Deloitte Football Money League (2020, 2021)

Tabla 38: Evolución ranking clubes por Enterprise Value

	Enterprise value a 1 Junio 2020 (M€)		Enterprise value a 1 Junio 2019 (M€)		Enterprise value a 1 Junio 2018 (M€)		Enterprise value a 1 Junio 2017 (M€)	
1	Real Madrid	3.478	Real Madrid	3.224	Manchester United	3.255	Manchester United	3.095
2	Manchester United	3.342	Manchester United	3.207	Real Madrid	2.920	Real Madrid	2.976
3	FC Barcelona	3.193	Bayern Munich	2.696	FC Barcelona	2.783	FC Barcelona	2.765
4	Bayern Munich	2.878	FC Barcelona	2.676	Bayern Munich	2.552	Bayern Munich	2.445
5	Liverpool	2.658	Manchester City	2.460	Manchester City	2.160	Manchester City	1.979
6	Manchester City	2.606	Chelsea	2.227	Arsenal	2.102	Arsenal	1.956
7	Chelsea	2.218	Liverpool	2.095	Chelsea	1.765	Chelsea	1.599
8	Tottenham	2.067	Arsenal	2.008	Liverpool	1.580	Liverpool	1.330
9	Paris Saint Germain	1.911	Tottenham	1.679	Juventus	1.302	Juventus	1.218
10	Arsenal	1.852	Juventus	1.548	Tottenham	1.286	Tottenham	1.011

Fuente: elaboración propia a partir de KPMG Football Clubs Valuation (2017, 2018, 2019, 2020)

De esta manera, podemos observar como el fortalecimiento de las cuentas del club inglés gracias a su puesto como subcampeón en la temporada 2017-2018 y a la consecución del título de la Champions en la temporada 2018-2019 favoreció la sostenibilidad financiera del club, aumentando tanto los ingresos como el valor del equipo y consolidando su posición con respecto a otros grandes clubes.

3.2.3.3 Impacto del club en la sociedad

Por otro lado, además de los ingresos derivados de la participación en la Champions League y el impacto de éstos en las cuentas del club, es importante analizar la contribución del propio equipo en la sociedad. Para ello, se tomará como ejemplo el FC Barcelona, que como se ha mencionado anteriormente fue el equipo que más dinero ingresó tras su participación en la Champions League en la temporada 2018-2019.

Tabla 39: Impacto del FC Barcelona en la ciudad de Barcelona, temporada 2018-2019

Tipo de efecto	Descripción
Efecto tractor en la economía	1.191M€ de impacto en el PIB generado por el Club, que representa el 1,46% del PIB de la ciudad
Efecto tractor en el turismo	Generación de 1,43M de pernoctaciones en la ciudad
Efecto tractor en el empleo	Generación de casi 19.500 puestos de trabajo en impacto directo, indirecto, tractor e inducido en la ciudad La contribución es equivalente al 2,65% de las personas ocupadas en la ciudad Por cada puesto generado de forma directa por parte del equipo, se crean 12 puestos de trabajo adicionales en la ciudad
Efecto en recaudación fiscal	366M€ de retornos fiscales para las arcas públicas, el equivalente al 13,81% del presupuesto del Ayuntamiento de Barcelona

Fuente: elaboración propia a partir de FC Barcelona⁸⁸

Además, el impacto de la actividad del FC Barcelona se extiende más allá de la zona geográfica de Barcelona. El desarrollo de la actividad del club contribuyó durante la temporada 2018-2019 con 1.394 millones de euros al PIB en Cataluña (lo que corresponde al 0,57% del PIB de la Comunidad) y ayudó a crear 23.531 puestos de trabajo (lo que equivale al 0,69% de la población ocupada en Cataluña).

⁸⁸ Fuente: <https://www.fcbarcelona.es/es/club/noticias/1607991/el-fc-barcelona-contribuye-a-la-riqueza-de-barcelona-con-1191-millones-el-146-del-pib-de-la-ciudad-la-temporada-201819>

Por otro lado, a fin de ofrecer una visión histórica del análisis, se mostrará a continuación la contribución del FC Barcelona a la ciudad de Barcelona en las temporadas 2013-2014 (en la que el FC Barcelona fue eliminado en octavos de final tras perder contra el Atlético de Madrid) y 2014-2015 (en la que el FC Barcelona se alzó con el título de la competición).

Tabla 40: Impacto del FC Barcelona en la ciudad de Barcelona, temporadas 2014-2015 y 2013-2014

Tipo de efecto	Temporada 2014-2015	Temporada 2013-2014	Variación anual (%)
Efecto tractor en la economía	906M€ de contribución al PIB (1,5% del PIB de la ciudad)	759M€ de contribución al PIB (1,2% del PIB de la ciudad)	25%
Efecto tractor en el turismo	Generación de 1,47M de pernoctaciones en la ciudad	Generación de 1,3M de pernoctaciones en la ciudad	13%
Efecto tractor en el empleo	Mantenimiento de más de 16.620 empleos (equivalente al 18% del paro registrado en la ciudad en 2015)	Mantenimiento de más de 15.265 empleos (equivalente al 15% del paro registrado en la ciudad en 2014)	9%
Efecto en recaudación fiscal	242,2M€ de retornos fiscales para las arcas públicas	219M€ de retornos fiscales para las arcas públicas	11%

Fuente: elaboración propia a partir de Deloitte (2014 y 2015)

Cabe mencionar que la inflación media⁸⁹ (calculada como la media de las 12 tasas mensuales de inflación del año) en España en los años 2014 y 2015 fue de -0,15% y -0,5% respectivamente, por lo que el efecto de la inflación no justifica el aumento en la contribución. De esta forma, se puede observar como los beneficios obtenidos a raíz de la participación Champions League (entre otros factores tales como la primera plaza lograda en la clasificación de La Liga) se traducen en un impacto del club en la sociedad.

3.2.3.4 El mercado de fichajes

Finalmente, uno de los aspectos claves en la actividad futbolística es el mercado de fichajes. Los traspasos, compras, ventas y cesiones generan movimientos

⁸⁹ Fuente: <https://www.inflation.eu/es/tasas-de-inflacion/espana/inflacion-historica/ipc-inflacion-espana.aspx>

monetarios (entre 2011 y 2020 el mercado de fichajes movió 48.600 millones de euros⁹⁰) y suponen una fuente de ingresos o costes para los clubes involucrados.

De esta manera, la final de la Champions es un escenario que supone una oportunidad para los jugadores, pues la atención mediática recae en gran parte sobre sus acciones y capacidades, y por ende para los equipos.

Un ejemplo de este hecho es la revalorización de los jugadores del Real Madrid tras ganar la undécima Champions en 2016:

Tabla 41: Revalorización de los jugadores del Madrid tras ganar la Champions League en la temporada 2016-2017

Jugador	Temporada 2015-2016 (M€)	Temporada 2016-2017 (M€)	Revalorización (%)
Benzema	50	60	10%
Bale	80	90	10%
Keylor Navas	8	20	12%
Casemiro	7	20	13%
Morata	25	40	15%

Fuente: elaboración propia a partir de TransferMarket⁹¹

Por otro lado, cabe mencionar que la exposición de los jugadores en este tipo de partidos puede ir en los dos sentidos, es decir, una buena actuación lleva a la revalorización, pero una mala actuación puede llevar a una caída del valor de los jugadores. Uno de los ejemplos más claros de este hecho es el de Loris Karius. Los errores del que fue el portero del Liverpool en la final de Champions contra el Real Madrid en 2018 hicieron que fuese cedido en el Besiktas y más tarde al Unión Berlín, pasando así de un valor de mercado de 12 millones de euros a 1,5 millones de euros en 4 años.

⁹⁰ Fuente: <https://www.antena2.com/futbol/mercado-de-fichajes/el-mercado-de-fichajes-movio-48500-millones-de-dolares-entre-2011-y-2020>

⁹¹ Fuente: https://www.defensacentral.com/real_madrid/1497106683-que-jugadores-se-han-revalorizado-mas-tras-la-duodécima

3.3 Resumen resultados obtenidos y verificación de hipótesis

Tal como se explica en la estructura del análisis, el trabajo de investigación realizado distingue entre aquellos campos en los que se ha proporcionado un rango de contribución económica y aquellos en los que se ha tratado de ofrecer una visión del impacto de la final en estos campos y su relevancia en la sociedad.

Tabla 42: Resultados obtenidos del análisis de contribución económica de la final de la Champions League

Tipo de impacto	Campos de análisis	Resultado obtenido			Impacto total obtenido			
		Resultado mínimo	Resultado máximo	Promedio	Resultado mínimo	Resultado máximo	Promedio	
Impacto sobre Madrid	Análisis CEIM	Industria hotelera	22.570.350 €	37.617.250 €	30.093.800 €	52.917.350 €	73.688.750 €	63.303.050 €
		Restauración y ocio	18.000.000 €	21.000.000 €	19.500.000 €			
	Arcas públicas	8.000.000 €	10.000.000 €	9.000.000 €				
	Transporte y comercio	4.347.000 €	5.071.500 €	4.709.250 €				
Análisis no incluido por la CEIM	Aerolíneas	19.905.000 €	23.222.500 €	21.563.750 €			21.563.750 €	
	Recaudación en taquilla	20.160.000 €	21.151.747 €	20.655.873 €			20.655.873 €	
Impacto sobre los clubes participantes	Reparto de premios de la UEFA por clubes			60.937.500 €			60.937.500 €	
Impacto total							166.460.173 €	

Fuente: elaboración propia

Resultados del análisis CEIM: Se puede observar como la contribución resultante de 63,3 millones de euros del análisis de los sectores de la industria hotelera, restauración y ocio, arcas públicas, transporte y comercio varía en un 1,3% respecto a la estimación realizada por la CEIM (62,5 millones de euros):

- En la industria hotelera, el resultado promedio obtenido de 30.093.800 euros supone una variación de +0,3% con respecto a los 30 millones de euros estimados por el Foro de Empresarios de Madrid⁹².
- En el sector de la restauración, resultado promedio obtenido de 19.500.000 euros supone una variación de un +8,3% respecto a la estimación de 18 millones de euros realizada por la Asociación de Hostelería⁹³.

⁹² Fuente: <https://confi legal.com/20190530-los-aficionados-ingleses-se-dejaran-125-millones-de-euros-en-madrid-con-motivo-de-la-final-de-la-champions-league/>

⁹³ Fuente: https://www.elespanol.com/invertia/empresas/20190601/champions-juega-bar-barrio-gastar-comida-bebida/402710368_0.html

Resultados del análisis no incluido por la CEIM: el análisis del sector de las aerolíneas y la recaudación en taquilla resulta un impacto de 42.219.623 euros:

- En lo que al sector de las aerolíneas se refiere, el incremento de la demanda se traduce en un aumento de precios por parte del mercado, que resulta en unos ingresos de 21,6 millones de euros.
- La recaudación en taquilla, en la que también se observa una variación de los precios como efecto de la final, arroja una recaudación de 20,7 millones de euros.

Resultados del impacto sobre los clubes participantes: el reparto de premios de la UEFA supone una fuente de ingresos para los clubes participantes. Si bien en la temporada 2018-2019 se repartieron 1.950 millones de euros y el reparto entre los clubes no es equitativo, ya que depende de la actuación de los mismos en la competición tal como se ha explicado con anterioridad, a fin de mostrar el impacto medio en los ingresos de los clubes como consecuencia de la Champions League se ha asumido un reparto equitativo entre los 32 clubes participantes, resultando en cerca de 61 millones de euros por equipo.

De esta manera, el impacto total en la economía es de 166,5 millones de euros, lo que supone un incremento del 166% con respecto a la estimación realizada por CEIM.

Tabla 43: Resultados obtenidos del análisis de otros factores afectados por la final de la Champions League

Campo de análisis	Resultado obtenido
Casas de apuestas	El mercado de las apuestas deportivas se ha multiplicado por 2,5 en seis años (2012-2017). Las casas de apuestas consideran la Champions League como uno de los mejores eventos para apostar. La final de la Champions League entre Liverpool y Tottenham es uno de los partidos que más apuestas ha generado en la historia del Reino Unido.
Impacto mediático y patrocinio	El impacto mediático de la final alcanza los 350M de espectadores en 200 países, lo que en la final de 2019 se traduce en una inversión publicitaria de 117 millones de euros. Los contratos de patrocinio suponen una fuente de ingresos tanto para la UEFA como para los propios clubes y ayuda a las marcas a mejorar su notoriedad e imagen. La rentabilidad de los patrocinadores crece exponencialmente en las finales de la Champions League, tal como se ha podido observar a través del caso de la espontánea cuyo impacto se estima en 3,5 millones de euros.

Derechos televisivos	La tendencia alcista en los precios de los derechos televisivos ha abierto el debate entre las operadoras acerca de su rentabilidad. Vodafone, tras tomar la decisión de abandonar el fútbol, ha experimentado un crecimiento de un 24% en el número de abonados.
Empleo	La dimensión e importancia de la Champions League favorece la creación de empleo en diversos sectores y países. La creación de al menos 8.000 empleos muestra una estimación muy conservadora del impacto de la Champions League en el mercado del trabajo.
Impacto en las cuentas del club	Los ingresos derivados de la participación en la Champions League favorecen tanto la sostenibilidad financiera de los clubes como el desarrollo de su actividad. Gracias al incremento de sus ingresos en un 16%, el Liverpool ha logrado aumentar su Enterprise Value, favoreciendo la inversión del club en fichajes y nuevos contratos.
El mercado de fichajes	Entre 2011 y 2020 este mercado ha movido 48.600 millones de euros. Supone una fuente tanto de ingresos como de costes para los clubes involucrados. La actuación en la Champions League puede tanto revalorizar como desvalorizar el valor de la plantilla de los clubes.

Fuente: elaboración propia

Por otro lado, los campos de análisis en los que no se ha realizado un rango de contribución económica son las casas de apuestas, el impacto mediático y patrocinio, los derechos televisivos, el empleo, el impacto en las cuentas del club, el impacto del club en la sociedad y el mercado de fichajes. No obstante, todos los campos han sido analizados desde una perspectiva económica. Así, los resultados obtenidos muestran la relevancia y algunas cifras claves del impacto de la Champions League en cada campo en términos de ingresos, inversiones y contribuciones.

Con todo ello, el trabajo realizado ha permitido cubrir los objetivos planteados: (i) exponer de forma precisa y estructurada las características de los eventos deportivos y el contexto en el que se desarrolla la competición; (ii) explicar los tipos de impacto generados por el torneo y los métodos de valoración de los mismos; (iii) identificar los sectores y agentes sobre los que repercute la celebración del evento y (iv) analizar el impacto de la Champions League en dichos sectores y agentes desde una perspectiva económica.

De esta manera, la consecución de los objetivos y los resultados derivados de la realización del análisis de los datos han permitido confirmar la hipótesis que se pretende clarificar con el estudio: existe un impacto económico positivo de la celebración de la Champions League en la sociedad. Finalmente, cabe destacar que los resultados obtenidos no han sido sobre estimados por motivos de interés ajenos al rigor meramente académico.

CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES

El fútbol es uno de los deportes más relevantes en la actualidad. Por ello, el desarrollo de este estudio se ha centrado en entender la contribución económica de este deporte en la sociedad, concretamente a través de la final de la Champions League, de cuyo análisis se pueden extraer las siguientes conclusiones:

Primero. La final de la Champions League tiene un impacto económico positivo en la sociedad. Esta contribución económica es canalizada a través de la dinamización de la economía. Debido a sus características como evento deportivo y el interés que genera, la celebración de este acontecimiento es una fuente de ingresos, que supone una oportunidad de mejora de la sostenibilidad y desarrollo de la actividad de los diversos sectores y agentes en los que repercute la competición. Finalmente, cabe mencionar que el impacto económico resulta de una combinación entre el aumento de la demanda y la consecuente reacción alcista del mercado en términos de precios.

Segundo. La dinamización de la economía a raíz del evento deriva en unas consecuencias sociales, pues la riqueza generada se traduce en el desarrollo de la comunidad y en la mejora de la imagen de marca de la ciudad. De esta manera, existe un interés político a la hora de hospedar el evento que radica en la potenciación tanto de la economía como del bienestar social.

Tercero. Si bien existe una literatura extensa de investigación económica en el mundo del deporte y del fútbol, los estudios relativos al impacto de la Champions League son escasos. Hasta la fecha, los trabajos realizados sobre esta materia se han centrado en determinados sectores, entre los que destaca la hostelería. No obstante, al ampliar el foco de la investigación se han logrado identificar otros sectores que, aunque pueden parecer menos evidentes, resultan relevantes a la hora de medir la contribución del evento en el conjunto de la sociedad.

La cuantificación del impacto ha sido dificultada por las limitaciones existentes a la hora de obtener los datos necesarios para la realización del análisis. A fin de solventar este obstáculo, se ha realizado una evaluación a través de rangos que han permitido determinar la contribución económica del evento.

Como futura línea de investigación, además de ampliar el ámbito de estudio, sería interesante realizar un análisis sobre la contribución económica de la Champions League en la temporada 2024/2025. En este sentido, debido al cambio en el formato de competición, convendría analizar el impacto de la nueva competición en la sociedad, a fin de esclarecer si el nuevo régimen es beneficioso para los agentes implicados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Añó Sanz, V. (2000). Organización de grandes eventos deportivos internacionales. *Arbor* <https://doi.org/fmtrc>
- Añó Sanz, V. (2003). Organización y gestión de actividades deportivas. *INDE*.
- Añó Sanz, Vicente, & Calabuig Moreno, Ferran, & Parra Camacho, David (2012). Impacto social de un gran evento deportivo: el Gran Premio de Europa de Fórmula 1. *Cultura, Ciencia y Deporte*
- Alves, S. y De Hilal, A. (2009). Tourism development: sustainable or sustained? Intercultural reflections on the case of Praia do Forte-Bahia, Brazil. *Pasos* <https://doi.org/hnfr>
- Aza Conejo, R.; Baños-Pino, J.; Canal Domínguez, J. F. y Rodríguez Guerrero, P. (2007). The economic impact of football on the regional economy. *Int. J. Sport Management and Marketing*. <https://doi.org/bxb7wk>
- Baade R., Baumann R. y Matheson V. (2008). Assessing the economic impact of the 2002 Winter Olympic Games in Salt Lake City, Utah". *Région et Développement*
- Barajas, Á., & Salgado, J. (2012). Problemática de los estudios de impacto económico de eventos deportivos. *Estudios de Economía Aplicada* <https://doi.org/hnfw>
- Blake, A.; Sinclair, M. T.; Sugiyarto, G. (2003). Quantifying the Impact of Foot and Mouth Disease on Tourism and the UK Economy. *Tourism Economics* <https://doi.org/b9fnfj>
- B.O.E., Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte
- B.O.E, Real Decreto-ley 27/2018, de 28 de diciembre, por el que se adoptan determinadas medidas en materia tributaria y catastral. Disposición adicional primera. Régimen fiscal aplicable a la final de la «UEFA Champions League 2019» y «UEFA EURO 2020»
- Bruce, J.; Grootuis, P. y Whitehead, C. (2001). The Value of Public Goods Generated by a Major League Sports Team. *Journal of Sports Economics* <https://doi.org/bsf4fh>
- Brunt, P. & Courtney, P. (1999). Host Perceptions of Sociocultural Impacts. *Annals of Tourism Research* <https://doi.org/fn545h>
- Buhalis D (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management* <https://doi.org/dfpf5s>
- Choong-Ki, L. y Tracy, T. (2005). Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: The case of 2002 FIFA world cup. *Tourism Management* <https://doi.org/dtk4s3>

- Coates, D. y Humphreys, B. (1999). The Growth Effects of Sport Franchises, Stadiums and Arenas. *Journal of Policy Analysis and Management* <https://doi.org/fww3g9>
- Coates, D. (2007). Stadiums and Arenas: Economic Development or Economic Redistribution? *Contemporary Economic Policy* <https://doi.org/fr4fp9>
- Codere (2018). Anuario del juego en España
- Comisión de las Comunidades Europeas (2007). Libro Blanco sobre el Deporte
- CNMC (2018). Telecomunicaciones y Audiovisual Informe Económico Sectorial
- CNMC (2019). Telecomunicaciones y Audiovisual Informe Económico Sectorial
- CNMC (2020). Telecomunicaciones y Audiovisual Informe Económico Sectorial
- Crompton, J. (2006). Economic Impact Studies: Instruments for Political Shenanigans? *Journal of Travel Research* <https://doi.org/bjdnx2>
- D'Arrigo FRF, Bühler LV (2008) Turismo e cultura no espaço global. *Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina*
- Deloitte (2014) El impacto económico del FCB en la ciudad de Barcelona
- Deloitte (2015) Impacto económico del FC Barcelona en la ciudad Temporada 2014/15
- Deloitte (2020). Football Money League
- Deloitte (2021). Football Money League
- Desbordes, M. y Falgoux, J. (2006). Gestión y organización de un evento deportivo. *INDE*.
- Fredline, E., Deery, M. & Jago, L. (2004). Host community perception of the impacts of the Australian Formula One Grand Prix in Melbourne: A comparison of resident reactions in 1999 with 2002. *Sustainable Tourism, CRC*
- Getz, D. (1997). Event management and event tourism. *Journal of travel research* <https://doi.org/fgzcg9>
- Gratton, C. (2000). The economic importance of major sports events: a case-study of six events. *Managing Leisure*. <https://doi.org/fmh82s>
- Gratton C., Shibli S. y Coleman R. (2006). The economic impact of major sports events: a review of ten events in the UK. *The Sociological Review* <https://doi.org/cbpmsj>
- Hall, M. (1992.), Special interest tourism. *Journal of hospitality & tourism research* <https://doi.org/bz48b7>
- Harberger, A. C. (1962). The Incidence of the Corporation Income Tax. *Journal of Political Economy* <https://doi.org/c2qrk2>

- Hertel, T. W. (1997). *Global Trade Analysis: Modeling and Applications*. Cambridge University Press
- Hunter, W. (1988). *Economic Impact Studies: Inaccurate, Misleading and Unnecessary*. The Heartland Institute, Heartland Policy study
- Jacoby, E., Bull, F., Neiman, A. (2003). Cambios acelerados del estilo de vida obligan a fomentar la actividad física como prioridad en la Región de las Américas. *Revista Panamericana de Salud Pública*
- Jago, J. y Dwyer, L. (2006). *Economic Evaluation of Special Events: a practitioner's guide*. Sustainable Tourism CRC
- Jago, L., y Shaw, R. (1998). *Special Events: a Conceptual and Definitional Framework* <https://doi.org/dj3pfg>
- Johnson K., Mondello J. y Whitehead C. (2006). Contingent Valuation of Sports: Temporal Embedding and Ordering Effects. *Journal of Sports Economics* <https://doi.org/fb4cqr>
- Késenne, S. (2005). Do We Need an Economic Impact Study or a CostBenefit Analysis of a Sports Event?. *European Sport Management Quartely* <https://doi.org/bxsg4j>
- Kim, H. J., Gursoy, D. & Lee, S.-B. (2006). The impact of the 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre- and post-games. *Tourism Management* <https://doi.org/d5b66q>
- Kim, S. S. & Petrick, J. F. (2005). Residents' perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: the case of Seoul as a host city. *Tourism Management* <https://doi.org/fg35sg>
- Kohl, H. W., Craig, C. L., Lambert, E. V., Inoue, S., Alkandari, J. R., Leetongin, G., Kahlmeier, S. (2012). The pandemic of physical inactivity: global action for public health. *Lancet* <https://doi.org/f2fthq>
- KPMG (2017). *Football Clubs Valuation: The European Elite*
- KPMG (2018). *Football Clubs Valuation: The European Elite*
- KPMG (2019). *Football Clubs Valuation: The European Elite*
- KPMG (2020). *Football Clubs Valuation: The European Elite*
- Kurscheidt, M. (2000). Le poids macroéconomique du sport et le spectacle sportif: méthodologie, résultats empiriques et perspectives économiques pour le cas de l' Allemagne.
- Leal Rojas, C. L. (2005). *Valoración económica del medio ambiente: Caso de la reserva de la biosfera de los tuxtlas*

- Lera, F. (2010). Una aproximación al Deporte desde la Economía. El Papel de la Fundación Observatorio Económico del Deporte (FOED). *Encuentro Nacional de Observatorios del Deporte*
- Liverpool FC (2019) Annual report and consolidated financial statements
- López, J. R. (2000). Historia del deporte. *INDE*
- Malenfant-Dauriac, C. (1977). L'économie du sport en France. Un compte satellite du sport
- Mastercard (2010). Estudio elaborado por MasterCard valora a la UEFA Champions League en 351.5 millones de euros
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982). Tourism: economic, physical and social impacts. *The geographical journal* <https://doi.org/dpvdqf>
- Matheson, V. (2009). Economic Multipliers and Mega-Event Analysis. *International Journal of Sport Finance*
- Matheson, V. (2006). Mega-Events: The effect of the world's biggest sporting events on local, regional, and national economies
- Maudet, T. (1997). L'observation d'un territoire: illustration à partir du rapport Le sport en Seine-et-Marne: état des lieux, atouts et ambitions. *Revue Européenne de Management du Sport*
- Moscoso, D., Moyano, E., Biedma, L., Fernandez-Ballesteros, R., Martín, M., Ramos, C., Rodriguez-Morcillo L., Serrano del Rosal, R. (2009). *Deporte, salud y calidad de vida*
- Monroy, A., Sáez, G. y Cordente, C. (2009). Los modelos de gestión en la organización de eventos deportivos en la actualidad. *Ocio turismo activo y recreación*
- Nielsen (2018). *World football report*
- Ohmann, S., Jones, I. & Wilkes, K. (2006). The Perceived Social Impacts of the 2006 Football Cup on Munich Residents. *Journal of Sports & Tourism* <https://doi.org/csp5fv>
- Olsen, M. & Merwin, D. (1976). *Towards a methodology for conducting social impacts assessments using quality of life indicators* <https://doi.org/btjb77>
- Otero, J.M^a. (2000). Estudio socioeconómico del deporte en Andalucía 1998-1999. *Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Turismo y Deporte*
- Pedrosa Sanz, R. et alia (2000): El impacto económico del deporte en Castilla y León. *Junta de Castilla y León, Consejería de Educación y Cultura*
- Pedrosa Sanz, R., y Salvador Insúa, J. A. (2003). El impacto del deporte en la economía: Problemas de medición. *Revista Asturiana De Economía*

- Pérez, B. (2014). Salud: entre la actividad física y el sedentarismo. *Anales Venezolanos de nutrición*
- Porter, P. K., & Fletcher, D. (2008). The economic impact of the Olympic Games: Ex ante predictions and ex-post reality. *Journal of Sport Management* <https://doi.org/hngk>
- Preuss, H. (2004). The economics of staging the Olympics. A comparison of the games 1972-2008. <https://doi.org/hngm>
- Preuss, H. & Solberg, H. A. (2006). Attracting Major Sporting Events: The Role of Local Residents. *European Sport Management Quarterly* <https://doi.org/ctsf7x>
- PWC (2020). Termómetro del ecosistema del deporte en España
- Ramírez, J. M., Ordaz, J. A. y Rueda, J. M. (2007). Evaluación del impacto económico y social de la celebración de grandes eventos deportivos a nivel local: el caso del Campeonato de Tenis femenino de la ITF en Sevilla en 2006. *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*
- Rodríguez Guerrero, et al. (2011). Análisis del impacto económico de la celebración del campeonato del mundo de patinaje de velocidad (CMPV) celebrado en Gijón. *Fundación Observatorio Económico del Deporte*
- Rossi, B. et al. (1981). *Un programa local para el desarrollo del deporte*
- Rutherford, T. F. (1999). Applied General Equilibrium Modeling with MPSGE as a GAMS Subsystem: An Overview of the Modeling Framework and Syntax. *Computational Economics* <https://doi.org/bj868s>
- Sanz, V. A., Moreno, F. C., & Camacho, D. P. (2012). Impacto social de un gran evento deportivo: el Gran Premio de Europa de Fórmula 1. *Cultura, Ciencia y Deporte* <https://doi.org/hngg>
- Sharpley, R. (1999). *Tourism, Tourists and Society*
- Shone, A. y Parry, B. (2001). *Successful event management: a practical handbook*
- Shoven, J. B. y Whalley, J. (1972). A General Equilibrium Calculation of the Effects of Differential Taxation of Income from Capital. *U. S. Journal of Public Economics* <https://doi.org/brdtn9>
- Shoven, J. B. y Whalley, J. (1984). Applied General-Equilibrium Models of Taxation and International Trade: An Introduction and Survey. *Journal of Economic Literature*
- Shoven, J. B. y Whalley, J. (1992). Applying General Equilibrium. Cambridge. *Cambridge University Press* <https://doi.org/b7qfmg>
- Teo, P (1994). Assessing socio-cultural impacts: the case of Singapore. *Tourism management* <https://doi.org/ckqp3x>

UEFA (2019). Financial report 2018/2019

Walton H., Longo A. y Dawson P. (2007). A Contingent Valuation of the 2012 London Olympic Games: A Regional Perspective. *Journal of Sports Economics* <https://doi.org/dtj35k>