



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

**INGRESOS POR DERECHOS DE TELEVISIÓN EN EL
FÚTBOL PROFESIONAL Y SU IMPACTO EN EL
EQUILIBRIO COMPETITIVO Y LA POLÍTICA DE
FICHAJES.**

**ESTUDIO DE LA LIGA ESPAÑOLA Y LA PREMIER LEAGUE
INGLESA**

Autor: Enrique Gílmás Aparicio
Director: Jorge Martín Magdalena

ÍNDICE:

Apartado I. Introducción

I.	Propósito General	1
II.	Justificación	1
III.	Estado de la Cuestión	4
IV.	Objetivos	7
V.	Metodología	8
VI.	Estructura	11

Apartado II. Marco Teórico

I.	Definición de fútbol profesional	12
II.	Definición de equilibrio competitivo	13
III.	Definición de derechos de televisión	14
IV.	Evolución histórica de los derechos televisivos en España	14
V.	Real Decreto-Ley 5/2015	15
VI.	Evolución histórica de los derechos televisivos en Inglaterra	17
VII.	Apoyo institucional al fútbol español	18
VIII.	Definición de política de fichajes	19
IX.	Definición de derechos federativos	19

Apartado III. Análisis

I.	Análisis económico-financiero de la Primera División de La Liga de fútbol española 2014/15 – 2016/17	20
1.	Análisis de los ingresos de los clubes de fútbol españoles de La Liga	21
1.1	Análisis de la temporada 2014/15	23
1.2	Análisis de la temporada 2015/16	28
1.3	Análisis de la temporada 2016/17	32
2.	Comparativa de la Clasificación en La Liga y Clasificación por Ingresos de Televisión de las temporadas 2014/15 a la 2016/17 y su relación	36
3.	Relación entre los ingresos de los equipos y la inversión en fichajes	38
II.	Análisis económico-financiero de la Premier League inglesa 2014/15 – 2016/17	40
1.	Análisis de los ingresos de los clubes de fútbol ingleses de la Premier League	41
1.1	Análisis de la temporada 2014/15	43

1.2 Análisis de la temporada 2015/16	47
1.3 Análisis de la temporada 2016/17	52
2. Comparativa de la Clasificación en la Premier League y Clasificación por Ingresos de Televisión de las temporadas 2014/15 a la 2016/17 y su relación	56
3. Relación entre los ingresos de los equipos y la inversión en fichajes	59
Apartado IV. Conclusiones	61
Apartado V. Bibliografía	66
Apartado VI. Anexos	70
I. Glosario de abreviaciones	70

Resumen

Los ingresos por derechos televisivos en La Liga española y la Premier League inglesa han experimentado un incremento exponencial en los últimos años, convirtiéndose en la principal fuente de ingresos de los clubes que las conforman. Este trabajo pretende analizar la creciente influencia de los derechos televisivos sobre el fútbol actual en términos de dependencia económica, equilibrio competitivo y capacidad de inversión en fichajes. Con la firma de los nuevos contratos audiovisuales -y en el caso de La Liga el nuevo marco regulador-, el conjunto de los clubes españoles e ingleses han visto crecer su poder adquisitivo, rediseñando así el panorama económico de las dos principales ligas de fútbol profesionales del mundo.

Abstract

The Spanish La Liga and the English Premier League have experienced an exponential increase in their broadcasting rights income, which has become the main source of revenues of the leagues' clubs. This paper aims to analyze the growing influence of the television rights in the modern football regarding economic dependency, competitive balance and players' transfer capacity. With the signing of the new television contracts -and in the case of La Liga the new regulatory frame-, Spanish and English clubs' purchasing power has expanded, and so redefining the economic environment of the two main professional football leagues in the world.

Palabras Clave: fútbol, liga española, Premier League, ingresos, derechos televisivos, equilibrio competitivo, fichajes

Key Words: football, Spanish league, Premier League, income, broadcast rights, competitive balance, transfers

APARTADO I. INTRODUCCIÓN

I. PROPÓSITO GENERAL

El propósito general de este trabajo es analizar los ingresos de televisión percibidos por los clubes de La Liga y la Premier League durante tres temporadas consecutivas (2014/15 a 2016/17) y ver el impacto que ha tenido sobre el conjunto de ingresos y sobre la política de fichajes un aumento en la cantidad percibida por derechos televisivos.

II. JUSTIFICACIÓN

El fútbol, a nivel mundial, atrae -se muestra interesado o muy interesado- al 40% de la población mayor de 16 años en las zonas urbanas de alta población. Es considerado el deporte rey en países con una larga tradición como son España y el Reino Unido por diversos motivos. De entrada, el 69% de los españoles dicen estar interesados en el fútbol, convirtiéndose en el país europeo que más interés demuestra, mientras que en Reino Unido éste se sitúa en el 52%, séptimo en la lista. Sin embargo, si se considera el nivel de participación del ciudadano en este deporte -entendiéndose la práctica de este al menos una vez a la semana- Reino Unido se situaría como líder europeo con un 33%, frente al 18% de España, séptimo¹. También resulta interesante comprobar la atracción que causa este deporte en países con mercados emergentes para las dos mejores ligas del mundo.

Por un lado, Estados Unidos, a pesar de situarse por debajo de la mayoría de los países, alcanza un 32% en 2018, cuatro puntos por encima de la marca de hace cuatro años². Mientras tanto, los deportes tradicionales americanos como el *football* (la NFL con una caída del 39% al 37%), el béisbol (la MLB con una caída del 13% al 9%) y el baloncesto (la NBA con una caída del 12% al 11%) han visto caer el porcentaje de americanos que los sitúan como su deporte favorito, siendo el hockey (la NHL con una subida del 3% al 4%) el único que ha visto crecer esta cifra. Hoy en día, el 7% nombra al fútbol como primera opción y es muy probable que en la próxima encuesta acabe superando al béisbol para ocupar el podio³. Sin ir más lejos, la MLS -la primera división de fútbol- cuenta con

¹ Fuente: <https://nielsen.com/global-interest-football/>

² Fuente: <https://www.nielsen.com/eu/en/insights/news/2018/fan-favorite-the-global-popularity-of-football-is-rising.html>

³ Fuente: <https://www.forbes.com/sites/filipbondy/2018/01/08/soccer-will-soon-be-americas-third-favorite-spectator-sport/#1c9c4f1d3c53>

el interés del 47% de la población mayor de 18 años, viviendo un aumento del 27% respecto a su situación en 2012⁴.

Por otro lado, Asia se ha erigido como foco de atracción de aficionados para el fútbol español y británico. Países como Tailandia -con un 78%-, Corea del Sur -67%-, Malasia -65%-, o Singapur -49%- se sitúan entre los 20 primeros países a nivel mundial⁵. En el caso de China, país que cuenta con la mayor población mundial -entorno a los 1.420 millones de personas⁶-, este interés se sitúa en un discreto 32%, aunque su fortaleza se encuentra en otras facetas que veremos más adelante. Los grandes clubes europeos llevan sus pretemporadas a países asiáticos no solo por el dinero que les aporta, sino que por la visibilidad que obtienen. Otra forma de atraer aficionados de esta región es mediante la contratación de jugadores de origen asiático. El Manchester United, con el fichaje de Park Ji-Sung, o más actualmente el Tottenham o el Éibar con los fichajes de Heung Min-Son y Takashi Inui respectivamente son claros ejemplos de crecimiento de marca en mercados emergentes. El caso del jugador nipón, actualmente en las filas de Alavés Deportivo cedido por el Real Betis, es más curioso puesto que adoptó funciones diplomáticas con la llegada de una delegación de LaLiga a Japón. Clubes como el FC Barcelona, el Chelsea FC o el Tottenham cuentan con sponsors asiáticos en la frontal de sus camisetas; y LaLiga cuenta con una oficina permanente en India desde el 2016, donde además ha cerrado un acuerdo con la red social Facebook para la retransmisión de un paquete de partidos en el país del Índico⁷.

A nivel nacional, el empuje de LaLiga en términos de audiencia es también evidente. La máxima competición nacional promedió más de medio millón de espectadores por partido -un total de 380 encuentros-, resultando en 197 millones de contactos. Real Madrid (17) y FC Barcelona (10) fueron protagonistas de los 25 partidos ligeros que más espectadores atrajeron⁸. En cuanto a la Premier League, las cadenas encargadas de su retransmisión registraron audiencias que superaban ampliamente los 600.000 espectadores. Sky tuvo una media de 819.000 telespectadores a lo largo de la temporada

⁴ Fuente: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2018/gaining-ground-major-league-soccer-popularity-in-the-us.html>

⁵ Fuente: <https://www.nielsen.com/in/en/insights/news/2018/fan-favorite-the-global-popularity-of-football-is-rising.html>

⁶ Fuente: <http://www.worldometers.info/world-population/china-population/>

⁷ Fuente: <https://worldfootballsummit.com/importance-asia-european-football-wfs/>

⁸ Fuente: <https://www.palco23.com/marketing/a-la-caza-de-la-audiencia-futbolera-que-club-logro-mas-visibilidad-en-tv.html>

2017/18, mientras que BT Sport rozó los 700.000 por partido. Asimismo, es relevante el 5% de aumento que vivió la competición en este aspecto en relación con la campaña anterior, cuando experimentó un descenso del 14% de audiencia. Expertos en la materia aseguran que el *engagement* está fuertemente ligado al rendimiento de los grandes clubes británicos; así pues, la vuelta a la máxima categoría de un club histórico como el Newcastle United, y la mejora de los resultados de gigantes como el Manchester United y el Liverpool FC ayudaron a captar una mayor audiencia⁹.

Las grandes cadenas de telecomunicación se han disputado a lo largo de los últimos años los derechos de retransmisión del fútbol. En España, el contrato que estuvo vigente hasta junio de 2018 se firmó por un total de 2.650 millones de euros, cuando Telefónica y Mediapro cerraron el acuerdo con LaLiga por tres temporadas. En el nuevo contrato, firmado en julio de 2018, Telefónica y Mediapro han vuelto a hacerse con los derechos del fútbol español, esta vez subiendo el montante a un total de 3.421 millones de euros, el mayor contrato televisivo en la historia de la competición. Este ha sido un acuerdo intermedio puesto que el presidente de LaLiga, Javier Tebas, esperaba alcanzar los 3.900 millones de euros por el total de paquetes que se ofrecían¹⁰. Mientras tanto, Vodafone se ha negado a seguir contribuyendo a lo que entiende es una “burbuja”, alegando que estos acuerdos acabarán por frenar drásticamente el crecimiento del sector. El anterior contrato televisivo supuso el 61% de los ingresos que registró Telefónica y se espera que el nuevo aumente hasta el 70%. En los dos primeros meses desde el anuncio del nuevo contrato, la operadora aumentó su base de abonados en 218.000¹¹, dejando patente el tirón que tiene el fútbol en nuestro país. En Reino Unido, el contrato que unía a la Premier League con Sky y BT Sports entre 2013 y 2016 se cerró por 3.018 millones de libras, por entonces el más lucrativo de la historia del fútbol. El que se firmó para el periodo comprendido entre 2016 y 2019, la cifra alcanzó los 5.136 millones de libras¹², por tanto, marcando un nuevo récord. Y, mientras que desde la propia dirección de la liga se esperaba que la nueva firma para el periodo 2019—2020 superaran la cifra anterior, Sky y BT se negaron a incurrir en una “guerra de pujas” por lo que acabaron firmando el nuevo contrato por una cifra que se situó finalmente en los 4.500 millones de libras¹³.

⁹ Fuente: <https://www.sportsbusinessdaily.com/Global/Issues/2018/09/19/Media/Premier-League.aspx>

¹⁰ Fuente: https://www.elespanol.com/economia/medios/20180625/telefonica-queda-derechos-televisivos-liga-contrato-millones/317718903_0.html

¹¹ Fuente: https://www.elespanol.com/economia/empresas/20181028/derechos-futbol-llevan-ingresos-television-telecos/348466281_0.html

¹² Fuente: <https://www.statista.com/statistics/385002/premier-league-tv-rights-revenue/>

¹³ Fuente: <https://www.ft.com/content/47e96616-2ae2-11e9-a5ab-ff8ef2b976c7>

El equilibrio competitivo, entendiendo este como “las expectativas racionales de los aficionados sobre quién obtendrá la victoria” (Szymanski, 2001), es uno de los factores clave a la hora de atraer el interés del público. Por tanto, según Szymanski (2001), en un encuentro con un perfecto equilibrio competitivo, para que el resultado final fuera perfectamente incierto cada participante debería partir con las mismas posibilidades de obtener la victoria. Sin embargo, si se analizan las 15 últimas ediciones de la Premier League y LaLiga, se puede apreciar cómo el título ha quedado en manos de muy pocos equipos. En el caso de la competición inglesa, tan solo cinco equipos han conseguido alzarse con el trofeo (Manchester United 5, Chelsea 5, Manchester City 3, Arsenal 1 -en la 2003/4- y Leicester City 1)¹⁴. El caso de nuestro país es aún más evidente puesto que el número se reduce a 4 (FC Barcelona 9, Real Madrid 4, Atlético de Madrid 1 y Valencia CF 1 -en la 2003/04-)¹⁵, con el FC Barcelona y el Real Madrid CF copando el primer puesto en 13 de las 15 ediciones anteriores. Además, el poderío de ambas ligas se traslada también a las dos competiciones continentales. En la Champions League, 11 de los 15 últimos ganadores han sido ingleses o españoles (Liverpool FC 1, Manchester United 1, Chelsea FC 1, FC Barcelona 4 y Real Madrid 4). En la Europa League -la antigua UEFA Cup-, el número de ganadores procedente de las dos ligas también asciende a 11 (Manchester United 1, Chelsea FC 1, Valencia CF 1, Atlético de Madrid 3 y Sevilla CF 5)¹⁶. Por lo tanto, se puede apreciar cómo ese equilibrio competitivo es cuestionable tanto en las competiciones domésticas como en las continentales.

III. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Las razones por las que el deporte es considerado un campo que requiere de estudio son diversas, yendo de un plano más puramente académico a otro centrado en lo económico: es un negocio de gran volumen, emplea mucha gente, es importante tanto para participantes como para seguidores, y puede ofrecer soluciones a cuestiones económicas fundamentales (Bryson y Frick, 2015). La existencia de dos revistas especializadas en el deporte como *Journal of Sports Economics* e *International Journal of Sport Finance* demuestran el creciente interés también por parte del mundo académico en cuestiones deportivas. Debido al peso histórico y al dinero que genera y mueve un deporte como el

¹⁴ Fuente: <https://www.premierleague.com/history>

¹⁵ Fuente: http://www.sobrefutbol.com/torneos/liga_espanola.htm

¹⁶ Fuente: <http://www.sobrefutbol.com/>

fútbol, existen dos competiciones que han sido objeto de estudio desde hace años: la Premier League inglesa y La Liga española.

En lo que atañe a la Premier League, los tiempos de bonanza que está viviendo actualmente la competición -con un contrato televisivo que durante el periodo 2016—2019 se elevó a un máximo histórico de 5.136 millones de libras¹⁷- no se corresponden con la que se vivía hace tres décadas. A finales de los años 80 y principios de la década de 1990 los clubes ingleses sufrieron constantes pérdidas y sucesivas crisis antes de la formación, en 1992, de la actual competición: la Premier League (Smith y Szymanski, 1997). Esta decisión se basó en el deseo por parte de los principales clubes ingleses de romper con la Football League, que hasta entonces regulaba la competición, para así obtener una mejor distribución de los derechos televisivos -en vez de redistribuirlos entre los 92 miembros de la organización- (Hamil y Walters, 2013).

Una vez establecida la nueva liga y recogidos los frutos del nuevo contrato televisivo, varios equipos decidieron salir a bolsa. Se esperaba que éstos disfrutaran de un incremento en los beneficios a costa de un peor rendimiento en el terreno de juego. Sin embargo, los efectos fueron los opuestos. La evidencia econométrica indicó que la razón de este cambio se debió a que estos clubes gastaron todo el dinero obtenido de su salida a bolsa en la contratación de nuevos jugadores (Leach y Szymanski, 2015). Con todo ello, la sociedad inglesa se volcó en el seguimiento de sus equipos semana tras semana. Este interés crecía de la mano de unos ingresos por la venta de derechos televisivos que, además de permitir que el fútbol llegará al salón de casa, hizo que los clubes tuvieran a su disposición una mayor cantidad de dinero. La llegada de estos ingresos a las arcas de los clubes modificó las políticas de inversión en fichajes, con los equipos pagando cada vez cantidades más elevadas por los traspasos y, en muchos casos, contribuyendo a la inflación de los mismos. La mala gestión por parte de las directivas llevó a los clubes a desperdiciar estos fondos, dejando a muchos en una situación económica delicada (Lago et al., 2006).

Desde la UEFA, el órgano que rige el fútbol europeo, se propusieron medidas para controlar la situación financiera de los equipos del continente. El conocido como “*financial fair play*” o “juego limpio financiero” al que se acogió la Football Association

¹⁷ Fuente: <https://www.statista.com/statistics/385002/premier-league-tv-rights-revenue/>

(FA) trajo consigo medidas como: porcentaje de gastos de personal sobre ingresos, porcentaje de deuda neta sobre ingresos de explotación y el punto de equilibrio a nivel de resultado antes de impuestos (Martín, 2016).

En lo que respecta a la situación que se vive en España, una característica propia de la máxima competición de fútbol es la distinción de tres claros grupos: Real Madrid y FC Barcelona, que compiten año tras año por hacerse con el título; el grupo intermedio, que lucha por hacerse con las restantes plazas de acceso a las competiciones europeas; y el grupo bajo, que pelea todos los años por evitar el descenso a la segunda división (García del Barrio et al., 2009). Esta diferenciación entre clubes se debe a una serie de factores históricos y culturales que, desde su base, han contribuido a la debilidad estructural del fútbol español. Los clubes españoles, contando con el apoyo de las administraciones públicas, se embarcaron en políticas de alta inversión que terminaron en muchos casos en situación de quiebra económica. En el caso de las comunidades autónomas con una fuerte identidad cultural -País Vasco o Cataluña- los poderes económicos regionales contaban con más incentivos para evitar que estos clubes desaparecieran. La razón de esto se debe a que los clubes representaban esa identidad propia de la que todo el mundo se sentía partícipe. Además, debido al papel que ha jugado la banca en las últimas décadas, las entidades no podían permitirse perder a unos de sus máximos deudores, quienes debían sumas de dinero multimillonarias (Ascari y Gagnepain, 2006).

Al apoyo de las administraciones públicas y de los bancos habría que añadir los pobres resultados financieros y las erráticas políticas de fichajes que sumieron a los clubes españoles en la débil situación económica de hace una década. A pesar de la transformación en la década de los noventa en Sociedades Anónimas Deportivas (SAD) de todos los equipos -con la salvedad de FC Barcelona, Real Madrid CF, CA Osasuna y Athletic Club, que fueron eximidas por presentar balances patrimoniales netos positivos en las temporadas previas- de cara a rendir cuentas ante el CSD, los clubes volvieron a sucumbir ante la mala gestión por parte de sus directivos. La falta de transparencia a la hora de presentar las cuentas y el incremento irracional en inversión tras el constante aumento de ingresos en concepto de derechos televisivos impidió el saneamiento de las cuentas. De forma más reciente, el ritmo de endeudamiento de las SAD ha sido paralelo al del crecimiento del gasto en salarios (Puig y Rico, 2015; Boscá et al., 2008; Lago et al., 2006; Barajas y Rodríguez, 2010; Martínez-Lemos, 2015).

Al igual que con la Premier League, La Liga española también se acogió a las medidas -previamente mencionadas- de juego limpio financiero promovidas por la UEFA. El impacto fue muy positivo: introdujo en los clubes la cultura de control económico acorde con las prácticas empresariales del sector privado, mejoró la transparencia financiera y se redujo la deuda contraída con las administraciones públicas y el sector bancario (Martín, 2016). Siguiendo con esta tendencia, las directrices marcadas por La Liga para el periodo 2013—2016 se centraron en abordar las siguientes cuestiones: control económico, lucha contra la piratería, internacionalización, lucha contra la violencia, lucha contra los amaños, transparencia y mejora del producto audiovisual. Para el periodo actual (2016—presente), desde La Liga se apostó por mover el foco a cuestiones relacionadas con la tecnología y el valor de marca de la competición: mejora del producto audiovisual, comunicación, relevancia en redes sociales, internacionalización, *business intelligence and analytics*, imagen de marca LaLiga (LaLiga, 2017). La Liga, por su parte, tuvo que acogerse a la Ley 21/1997 por la cual el gobierno español debe determinar qué eventos deportivos se pueden considerar de “interés general” y, por lo tanto, ser emitidos de forma gratuita. Pero, según los datos, este interés tan solo existiría en la medida en que Real Madrid y FC Barcelona jugaran, llegando a incrementar en un 74% el número de telespectadores en tal caso (Pérez et al., 2015).

Por último, habría que considerar aquellos factores que pueden constituir las bases del éxito económico y deportivo de un equipo. El primero es el de la inversión. La llegada al fútbol de propietarios dispuestos a invertir sus fortunas ha llevado a incrementar el poder adquisitivo de estos clubes, traducándose en muchos casos en un mejor rendimiento dentro del terreno de juego. El segundo es el del valor de marca. La creación y explotación del valor de marca ha demostrado ser un elemento esencial de cara a potenciar los ingresos por publicidad, taquilla y *merchandising* (Breuer y Rohde, 2016).

IV. OBJETIVOS

Como se ha explicado previamente, el interés por el fútbol es manifiesto tanto en España como en Inglaterra. Según Nielsen, el 69% de la población española dice estar interesada en este deporte -primero a nivel europeo-, mientras que en el caso inglés es 17 puntos porcentuales menor¹⁸. El nivel de audiencia que alcanzan Premier League y La Liga es de más de 700.000 y 500.000 televidentes de media por partido, logrando resultados significativamente superiores cuando juegan los equipos con más seguidores tanto a nivel

¹⁸ Fuente: <https://niensensports.com/global-interest-football/>

nacional como a nivel global¹⁹. Los contratos televisivos firmados por ambas competiciones se sitúan en máximos históricos. La liga inglesa cerró para el periodo 2016-2019 un acuerdo por valor de 5.136 millones de libras, mientras que el que entre en vigor a partir de la temporada 19/20 caerá a los 4.500 millones²⁰. En 2018, la liga española llegó a un acuerdo para la venta de los derechos de retransmisión por 3.421 millones de euros²¹. Finalmente, debido a la escasez de talento y a su relevancia sobre el rendimiento de los equipos, éstos invierten cada vez más dinero con la intención de elevar el nivel de sus plantillas (Liu et al., 2016).

Este trabajo pretende estudiar el impacto que ha tenido el aumento del dinero percibido por los clubes -de La Liga y la Premier League- en materia de derechos televisivos sobre:

1. El conjunto de fuentes de ingresos de los clubes.
2. La clasificación obtenida al final de la temporada por los equipos respecto al rendimiento esperado por ingresos.
3. Medir el impacto sobre en la política de inversión en fichajes.

Respecto al primero, se espera que el dinero proveniente de la televisión vaya suponiendo con el paso de las temporadas un mayor porcentaje sobre el total de ingresos de los clubes, creando así una relación de dependencia de cara al futuro. También se pretende probar que el incremento en el dinero percibido por los clubes y el reparto más equitativo entre ellos promueve un mayor equilibrio competitivo. Finalmente, se espera ver una relación entre la ampliación de las arcas de los clubes y una mayor inversión en fichajes.

V. METODOLOGÍA

La metodología utilizada para este trabajo trata de plasmar de la mejor forma el objeto de estudio y los objetivos planteados. Lo primero que se realizará es una revisión narrativa, no sistemática, con la intención de ubicar el estado de la cuestión y detallar el marco conceptual a través de la literatura disponible hasta el día de hoy. Los tipos de documento consultados fueron artículos académicos, encontrados a través de buscadores como EBSCO y las bases de datos Dialnet, Academic Search Complete o la editorial Routledge.

¹⁹ Fuente: <https://www.palco23.com/marketing/a-la-caza-de-la-audiencia-futbolera-que-club-logro-mas-visibility-en-tv.html>

Fuente: <https://www.sportsbusinessdaily.com/Global/Issues/2018/09/19/Media/Premier-League.aspx>

²⁰ Fuente: <https://www.ft.com/content/47e96616-2ae2-11e9-a5ab-ff8ef2b976c7>

²¹ Fuente: https://www.elespanol.com/economia/medios/20180625/telefonica-queda-derechos-televisivos-liga-contrato-millones/317718903_0.html

Además, Google Académico sirvió como complemento para completar la búsqueda; no se limitó la fecha de publicación para así conseguir una perspectiva histórica de la cuestión.

La metodología cuantitativa consistirá en utilizar los datos obtenidos de las cuentas anuales de los clubes de la muestra, centrándose en las cuentas de pérdidas y ganancias, donde los clubes detallan sus ingresos en *de competiciones, por socios y abonados, de retransmisión, y por comercialización y publicidad* en el caso español; y *matchday, broadcast y commercial* en el caso inglés. La mayor parte de las cuentas anuales de los clubes españoles fueron obtenidas a través de las páginas web de estos, otras después de contactar directamente a través de correo electrónico y el resto a través de terceros. En el caso de los ingleses, exceptuando el Manchester City -del que se obtuvo la información a través de su página web-, la fuente consultada fue Companies House, web especializada en información sobre el estado financiero de las empresas británicas.

Se ha recurrido al análisis de las cuentas anuales de todos aquellos equipos ingleses y españoles que mantuvieron la máxima categoría durante tres temporadas completas consecutivas (2014/15, 2015/16 y 2016/17). La decisión está basada en buscar una homogeneidad en los equipos sometidos a estudio y, por tanto, se entendió conveniente elegir solamente a aquellos que obtuvieron unos ingresos similares a lo largo de este periodo. Así, en el caso de La Liga, 14 equipos cumplieron con estos requisitos, por 15 de la Premier League. Se entiende que, limitando de esta manera el alcance del trabajo, se consigue una muestra representativa de ambas ligas.

Se han seleccionado las temporadas 2014/15 a la 2016/17 porque de esta manera se consigue analizar el impacto que el Real Decreto-Ley 5/2015 que regula el reparto colectivo y centralizado de los derechos televisivos -frente al sistema individual vigente hasta entonces- ha tenido sobre los ingresos por retransmisiones de los clubes de la Primera División de La Liga, midiendo el salto cuantitativo de una campaña -2014/15- a otra -2015/16-. Otra razón por la que parar el estudio en la temporada 2016/17 es por la complejidad a la hora de obtener datos actualizados de los estados financieros de los clubes. Las sociedades anónimas deportivas (SAD) tienden a presentar sus cuentas con cierto retraso, comprometiendo así el estudio general del estado económico-financiero del fútbol español. En Inglaterra también se observaron casos en los que los clubes

presentaban sus cuentas en el segundo trimestre, mientras que otros lo hacían con meses de antelación.

Además, se ha hecho uso de información y datos obtenidos de distintos informes económicos de organismos públicos y privados que rigen tanto el fútbol europeo como el nacional, así como el deporte nacional en el caso de España. De este modo, “*Premier League: Economic and social impact*” (EY, 2019) de la consultora EY sobre el impacto de la liga inglesa en materia económica y social; “*Impacto económico, fiscal y social del fútbol profesional en España*” (PwC, 2018) que mide la relevancia de la máxima competición futbolística nacional en la economía española y es el primero que emite La Liga en colaboración con otra entidad desde el año 2014; y el propio “*Informe económico-financiero del fútbol profesional 2017*” (LaLiga, 2017) de La Liga han formado parte del material de estudio.

Debido a la actualidad del tema y a su fuerte repercusión mediática, se ha recurrido a artículos periodísticos de cara a plasmar la situación de los derechos televisivos tanto en España como en Inglaterra para tener una visión más actual de la cuestión. Para ello, medios como el Financial Times, Business Insider, El País, El Español o SportsPro Media fueron consultados. Además, para acceder a datos relacionados con el gasto y el ingreso en materia de fichajes de los clubes que conforman la muestra, se recurrió a la web alemana especializada en el mundo del fútbol Transfermarkt.

Por último, habiendo descrito la situación económica de las ligas española e inglesa, se procede a analizar el efecto que tiene el reparto del dinero proveniente de los derechos televisivos en las cuentas de los clubes y su impacto en el equilibrio competitivo. Teniendo en cuenta los dos modelos que se estudian en el caso de LaLiga tras la entrada en efecto del Real Decreto-Ley 5/2015, se pretende probar el efecto positivo del modelo de reparto colectivo en la competición; en el caso de la Premier League, se trata de analizar la evolución de estos ingresos y la posible desaceleración de la actividad de los clubes a raíz del estancamiento en los ingresos por televisión.

VI. ESTRUCTURA

La estructura del trabajo ha dividido en siete apartados, siguiendo un esquema claro que permita comprender la totalidad del trabajo (Esquema 1). En primer lugar, se exponen los motivos y la necesidad de llevar a cabo este estudio. En segundo lugar, el estado de la cuestión y el marco teórico muestran el grado de estudio que ha experimentado el tema por parte del mundo académico, fijando y definiendo conceptos básicos. A continuación, se marcan los objetivos que se persiguen, las hipótesis planteadas y la metodología empleada para su consecución. Finalmente, se presenta el análisis realizado sobre los ingresos de los equipos de La Liga y Premier League y el impacto que tienen sobre estos los derechos audiovisuales. Con él, se pretende validar o desechar las hipótesis, obteniendo unas conclusiones ligadas a los objetivos previamente mencionados.

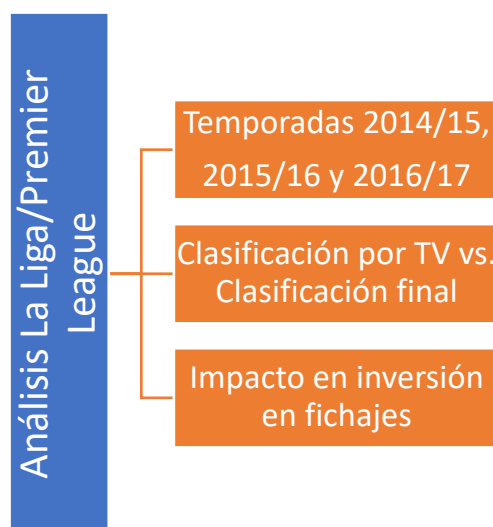
Esquema 1. Estructura del trabajo de investigación.



Fuente: elaboración propia.

Además, la estructura que llevarán los análisis tanto de La Liga como de la Premier League será la siguiente (Esquema 2).

Esquema 2. Estructura del análisis de los resultados obtenidos para La Liga y la Premier League.



Fuente: elaboración propia.

APARTADO II. MARCO TEÓRICO

Simon Rottemberg es considerado el precursor del estudio del deporte desde una perspectiva alejada de lo puramente físico y más centrada en su impacto económico (Martín, 2016). Según Bryson y Frick (2015), cuatro son las razones por las que el deporte -y en nuestro caso el fútbol profesional español e inglés- debe estudiarse desde una perspectiva económica. La primera es por su tamaño. La Premier League inglesa contribuye con 7.600 millones de libras al PIB inglés, mientras que en España su impacto económico equivale al 1,37% de la economía del país (EY, 2019; PwC, 2018). La segunda es por el empleo que genera. La Liga española genera -directa e indirectamente- alrededor de 185 mil puestos de empleo, mientras que la cifra de la Premier League se sitúa en 100 mil (EY, 2019; PwC, 2018). La tercera es por el interés que genera. Mil millones de personas -a nivel mundial- tienen acceso a través del televisor a la competición inglesa, y en España, según el CIS, el 90% de la población se declara aficionada al fútbol (EY, 2019; LaLiga, 2017). Y la cuarta es por su capacidad de arrojar luz sobre cuestiones económicas fundamentales debido a su peso sobre la actividad económica del país (Bryson y Frick, 2015).

A continuación, se van a definir una serie de conceptos que resultan clave de cara a la correcta comprensión del tema de estudio.

I. Definición de fútbol profesional:

Se entiende por fútbol profesional el conjunto de equipos cuya principal actividad es la de construir y desarrollar una plantilla competitiva, que participe en competiciones oficiales y logre los éxitos deportivos esperados tanto por el club como por sus aficionados. La diferencia entre “fútbol” y “fútbol profesional” se halla en las estructuras propias de la entidad que dotan a todos sus activos de un carácter profesional y remunerado. (Gómez et al., 2008)

En España, por delegación de la Ley 10/1990, el fútbol profesional queda regulado tanto por la Real Federación Española de Fútbol como por la Liga de Fútbol Profesional²². Esta ley fue, asimismo, la promotora de la transformación de la mayoría de los clubes en sociedades anónimas deportivas (Martínez-Lemos, 2015). Además, según el Real

²² Fuente: <https://www.rfef.es/normativas-sanciones/reglamentos>

Decreto-Ley 05/2015 (2015), la LFP es considerada entidad encargada de la organización del Campeonato Nacional de Liga de 1ª y 2ª División. En el caso inglés, la Football Association (FA) es el órgano de gobierno encargado de todas las categorías. La FA es además considerada la creadora de lo que se conoce hoy como fútbol al establecer unas normas y organizar las distintas competiciones que, en la época, existían en las Islas Británicas. y es considerada la creadora del fútbol²³.

II. Definición de equilibrio competitivo:

El equilibrio competitivo se puede entender como “las expectativas racionales de los aficionados sobre quién obtendrá la victoria” (Szymanski, 2001). En el ámbito del fútbol europeo, el equilibrio competitivo es considerado como la posibilidad real que tienen los clubes de acceder a las competiciones UEFA (Rodríguez, 2012). Estas concepciones se ajustan a las de otros autores (Montes y Sala, 2012) que aseguran que la igualdad de fuerzas entre los participantes de una competición deportiva tendrá dos consecuencias: incertidumbre total sobre el resultado final e incremento del interés generado en el espectador. Esta incertidumbre es la base de la asistencia a los estadios y del interés de las teleoperadoras por hacerse con los derechos audiovisuales. Otra conclusión a la que se llegó es que los clubes no deberían estar interesados en el monopolio u oligopolio de la competición puesto que supondría el final de esta (Gratton, 2000).

La reestructuración de las dos competiciones UEFA -Champions League y Europa League- con la inclusión de un mayor número de equipos ha tenido un efecto no buscado. La intención del organismo regulador del fútbol europeo era fomentar el equilibrio competitivo en las ligas nacionales a través del acceso de más clubes al dinero UEFA. Sin embargo, en muchos casos ese dinero se tradujo en dependencia económica y malas prácticas empresariales, aumentando el espacio entre los clubes de la parte alta y baja de la competición (Menary, 2016). Este equilibrio competitivo, basado en la impredecibilidad de los resultados, es considerado como uno de los grandes atractivos para los aficionados. Mientras que en la Premier League suelen ser seis -Manchester City, Manchester United, Liverpool, Arsenal, Chelsea y Tottenham- los equipos que luchan cada temporada por hacerse con el título, en La Liga el número se reduce prácticamente a dos -FC Barcelona y Real Madrid- (Barajas y Gasparetto, 2016).

²³ Fuente: <http://www.thefa.com/about-football-association/what-we-do/history>

III. Definición de derechos de TV:

Los derechos televisivos hacen referencia a la exclusividad de emisión de los partidos de una competición a cambio de una suma de dinero. Se trata de un acuerdo entre las empresas de telecomunicaciones y la entidad organizadora de la competición (Cox, 2012). Existen dos modelos de negociación de la venta de derechos televisivos: individualizado y colectivo. La mayor parte de las ligas europeas pasaron del primero al segundo una vez la UE dio luz verde -con ciertos condicionantes- a la venta centralizada (Adeliño et al., 2017). Desde la década de los noventa, su venta ha sido objeto de debate a nivel europeo debido a las cuestiones legales y económicas que conlleva. Sin ir más lejos, la autoridad competitiva de los Países Bajos vetó la venta colectiva de derechos en 2002. En cambio, en Inglaterra, la Office of Fair Trading trató de prohibir este modelo, pero su demanda fue rechazada puesto que esta medida impediría el correcto crecimiento de la liga en su conjunto y sería perjudicial para el equilibrio competitivo (Falconieri et al., 2004). En España, entre 1997 y 2015 la venta fue individualizada, periodo en el que las diferencias entre los grandes equipos y el resto se vieron aumentadas. A partir de 2015, y tras la intervención del Gobierno, se adoptó el modelo de venta colectivo (Martín, 2016). A la hora de establecer el mejor sistema, existen tres efectos a tener en cuenta: poder de negociación, efecto sobre el precio y el oportunismo o parasitismo. En el primero, el poder negociador con la entrada del conjunto de equipos aumenta. En el segundo, si la retribución parte del rendimiento sobre el césped, la venta colectiva favorece al conjunto. En el tercero, cuanto más alto es el número de participantes en la competición, menor es el incentivo de los clubes a la hora de invertir (Falconieri et al., 2004).

IV. Evolución histórica de los derechos televisivos en España:

La evolución histórica de los derechos televisivos en España se puede dividir en tres etapas:

- Hasta 1990. La principal fuente de financiación de los clubes era el ingreso por taquilla, dinero que se dedicaba prácticamente en su integridad al pago de los salarios de los jugadores. Hasta mediados de la década de los ochenta, Televisión Española contaba con el monopolio de emisión de los partidos ligeros. Entonces, las cadenas autonómicas entraron en el panorama televisivo, rivalizando con la cadena estatal. Los clubes, en un principio, temieron que las televisiones les

hicieran perder asistentes a los estadios. (Bonaut, 2010; Martín, 2016; Adeliño et al., 2017)

- 1990 – 2015. La segunda etapa coincide con la aprobación de la Ley de Televisión Privada de 1988 y el nacimiento de Antena 3, Telecinco y la entrada de Canal+ en 1990, poniendo fin al monopolio de TVE. El dinero percibido por televisiones pasó a ser la principal fuente de ingresos de los clubes y los aficionados pasaron a un segundo plano. Hasta 1996 la negociación era conjunta, pero la presión de los grandes clubes llevó a cambiar el sistema hacia un modelo individual. El reparto pasó a ser desigual -con Real Madrid CF y FC Barcelona como claros vencedores- y el equilibrio competitivo de La Liga se vio mermado. La inflación del precio de los fichajes y los salarios de los jugadores hizo que la deuda de los clubes creciera. (Bonaut, 2010; Martín, 2016; Adeliño et al., 2017)
- A partir de 2015. Ante la imposibilidad de llegar a un acuerdo entre clubes para centralizar la negociación de venta de derechos, en 2015 se promulgó el Real Decreto-Ley 05/2015, pasando así de un modelo individualizado a uno conjunto, siguiendo la tendencia de la mayoría de las ligas de fútbol europeas. Así, la nueva forma de reparto quedó en: 50% a partes iguales, 25% en función de los resultados deportivos y 25% según criterio de implantación social. Esta medida pretendía reducir las diferencias entre Real Madrid CF y FC Barcelona, y el resto de los equipos, esperando ver un crecimiento considerable de los clubes con menor poder adquisitivo hasta la fecha. Sin embargo, el segundo 50% es considerado por diversos autores como una herramienta que seguirá beneficiando a los dos clubes más poderosos (Bonaut, 2010; Martín, 2016; Adeliño et al., 2017). Los dos últimos contratos firmados entre La Liga y las teleoperadoras fueron de 2.650 millones de euros (2015-2018) y 3.421 millones de euros (2019-2022).

V. Real Decreto-Ley 5/2015:

Hasta la temporada 15/16 no existía un marco normativo que regulara el mercado de los derechos audiovisuales en la máxima competición española. Tan solo las disposiciones correspondientes de la Ley 10/1990 y la Ley 21/1997, que desde mayo de 2010 dejó de estar en vigor (Adeliño et al., 2017). El Real Decreto-Ley 5/2015 (B.O.E., 2015) supuso la adaptación de modelo de venta de derechos televisivos al existente en el entorno europeo. Su promulgación se debió al “funcionamiento inestable y fracturado” del

modelo de venta individual que tuvo como consecuencia “una debilidad estructural del sistema”, con la consecuente recaudación inferior a lo que “correspondería (...) por importancia, dimensión e impacto internacional”. Si bien toda “intervención pública debe tener carácter excepcional”, las razones aportadas por el Gobierno son: “indiscutible relevancia social” y “reiterada demanda de intervención por todos los sectores”. El documento también habla de la “enorme tensión” que se vivió a lo largo de los últimos años que dio pie a la imposibilidad de alcanzar un acuerdo.

- Art. 1: Objeto y ámbito de aplicación.
“establecer las normas para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales (...) correspondientes al Campeonato Nacional de Liga”
- Art. 2: La titularidad de los derechos audiovisuales.
“La titularidad de los derechos (...) corresponde a los clubes” pero su participación en la competición “conllevará la cesión (...) a la entidad organizadora de las facultades de comercialización conjunta de los derechos”. Se considera “entidad organizadora” a la Liga Nacional de Fútbol Profesional.
- Disposición transitoria 1ª:
“A partir de la entrada en vigor del RDL, ningún club podrá suscribir contratos individuales” y “será de aplicación a partir de la temporada que expire el último contrato suscrito individualmente.”
- Disposición transitoria 2ª:
“Si la cantidad disponible para el reparto entre clubes (...) fuera inferior a la suma de los ingresos obtenidos por todos los participantes por la comercialización individual (...) no será de aplicación.”

El RDL habla de la posibilidad de “implantar con plenas garantías” el nuevo sistema al comienzo de la temporada 2016/17.

Esquema 2. Ideas e implicaciones principales del Real Decreto-Ley 5/2015.

RDL 5/2015. Necesidad de acuerdo debido a: debilidad estructural del sistema, recaudación inferior a lo que correspondería, reiterada demanda de intervención y enorme tensión			
Establecer normas de comercialización de derechos audiovisuales	Titularidad de los clubes, que la cederán a la LFP	Una vez en vigor, no se suscribirán contratos individuales	Si la cantidad obtenida del reparto es menor que la individual no será aplicado
Posibilidad de implantación con plenas garantías a partir de 2016/17			

Fuente: elaboración propia a partir del Real Decreto-Ley 5/2015.

VI. Evolución histórica de los derechos televisivos en Inglaterra:

La evolución histórica de los derechos televisivos en Inglaterra se puede dividir en dos etapas:

- Hasta 1992. La competición inglesa se funda en 1888 y, en sus primeras etapas, basa sus ingresos en la venta de taquillas. Si tras la Segunda Guerra Mundial la asistencia a los estadios alcanzó máximos históricos, la década de los 60 se vio afectada por la ampliación de la oferta de ocio en el país. La década de 1980 sufrió la combinación de un descenso en la asistencia de público y la inflación de los salarios de los jugadores, sumiéndose la mayoría de los clubes en profundas crisis financieras. Sin embargo, al final de la década los ingresos por patrocinios y derechos televisivos ganaron peso y supusieron una gran ayuda para las cuentas de los clubes. Fue precisamente la cuestión del reparto de los derechos televisivos lo que llevó a la creación de una nueva liga: la Premier League. Las características del fútbol inglés hasta entonces eran: monopolios locales, falta de rentabilidad, alto endeudamiento y falta de apoyo financiero de las administraciones públicas. (Buraimo et al., 2006; Smith y Szymanski, 1997)
- A partir de 1992. No satisfechos con la distribución del dinero de las televisiones, los grandes clubes ingleses (Arsenal FC, Manchester United FC, Everton FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC) lideraron la ruptura con la Football

League creando la actual Premier League. Los derechos fueron vendidos a una operadora de pago y los ingresos se dispararon. En diez años los ingresos aumentaron un 311%. Además, en la década de los 90, varios clubes ingleses salieron a bolsa con resultados diversos. Por lo general, el esperado incremento en beneficios no ocurrió, y en cambio el rendimiento en la competición sí mejoró. La razón detrás de esto se debe a la inversión en fichajes que acometieron los clubes aprovechando el dinero recibido por su salida a bolsa. El modelo de esta etapa se caracteriza por: poca viabilidad económica y gran importancia social que hace que el fútbol inglés se sustente gracias al consentimiento de acreedores y accionistas. (Buraimo et al., 2006; Leach y Szymanski, 2015; Martín, 2016)

Algunos autores aseguran que el actual sistema de reparto de los derechos televisivos en la Premier League -50% a partes iguales, 25% en función de la posición final en liga, y 25% en función del número de partidos televisados- es una herramienta que permite recuperar el dinero perdido por el descenso de la asistencia a los estadios mediante el dinero de las televisiones (Cox, 2012). Además, la Premier League declaró ilegal la propiedad de más de un 10% de un club por parte de una emisora para así evitar posibles conflictos de intereses (Evens y Lafever, 2011).

VII. Apoyo institucional al fútbol español:

Diversos autores destacan el papel de las administraciones públicas españolas a la hora de apoyar a los equipos de la región y evitar así su desaparición. Algunos mencionan factores como el arraigo cultural de ciertas provincias como un incentivo extra de las instituciones públicas para apoyar el fútbol (Ascari y Gagnepain, 2006). Desde la UE se están impulsando medidas sancionadoras para evitar que clubes técnicamente insolventes se mantengan a flote gracias al dinero público. Para reducir su endeudamiento con las administraciones públicas, la RFEF ha sacado adelante una normativa que prohíba la adquisición de nuevos jugadores cuando los ingresos sean superados por los gastos relevantes. (Puig y Rico, 2015; Barajas y Rodríguez, 2010) Además, para hacer frente a la tradicional opacidad de las cuentas de los clubes españoles, la transformación en SAD de la mayoría de los equipos promovió una cultura de apertura acorde a las prácticas propias de otros sectores (Boscá et al., 2008).

VIII. Definición de política de fichajes:

En el fútbol el talento es el factor que puede llevar al éxito, pero se trata de un bien escaso. Por tanto, los clubes invierten grandes sumas de dinero en adquirir los derechos federativos de los jugadores con la esperanza de que mejore el rendimiento del equipo. Estas adquisiciones pueden darse en forma de traspaso -permanente- o de cesión -temporal- (Liu et al., 2016).

Los derechos pueden ser propiedad de un único club, de ahí la necesidad de pagar por un traspaso. Hasta 1963, aquel jugador que deseara cambiar de club debía pedir al club dueño de sus derechos que le dejara ir, quedando su situación a expensas de los dueños del mismo. Hasta 1977, se empezaron a firmar contratos -normalmente con una duración de 1 o 2 años y otro opcional- quedando libres de firmar por otro club una vez venciera este. A partir de la temporada 77/78, una vez finalizado el contrato del jugador, el club interesado en hacerse con sus servicios debía negociar con el anterior y, en caso de no llegar a un acuerdo, el jugador no sería traspasado. Alegando que esto vulneraba la libertad de trabajo en la UE, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea, a través de la *Ley Bosman*, liberalizó el mercado de fichajes. A partir de entonces, los jugadores eran libres de negociar con el club de su elección (Dobson y Gerrard, 1999).

Esto hizo que los nuevos contratos firmados fueran de mayor duración, con el consiguiente aumento en la inversión en materia de fichajes. Los 403 millones de euros invertidos en el fútbol europeo en 1995 se convirtieron en 1.705 millones en la temporada 99/00. El actual sistema está gobernado por la FIFA, órgano que se encarga de regular cómo y cuándo pueden cambiar de club los futbolistas profesionales (Pearson, 2015).

IX. Definición de derechos federativos:

Los derechos federativos hacen referencia a aquellos que surgen con el fichaje de un futbolista y permiten al club darlo de alta en una asociación deportiva para que pueda disputar los encuentros correspondientes a la competición en representación del club. Para completar la operación, es preciso que el club dé de alta al jugador -con su voluntad- en la federación a la que pertenezca. Los derechos no pueden pertenecer a dos clubes al mismo tiempo, por lo que el jugador profesional tan solo puede representar a un solo club en competiciones oficiales. Cabe destacar el concepto “derecho federativo” del concepto “derecho económico”. El segundo hace referencia al valor pecuniario de los primeros. Estos sí que se pueden dividir entre distintos titulares. Suelen representar un activo

importante para los clubes que se ceder de forma anticipada para hacer frente a las posibles necesidades económicas a las que deba hacer frente el club (Gerbaudo, 2018). Contablemente, los derechos de traspaso de los jugadores quedan valorados por su coste de adquisición. El método de amortización que se sigue es el lineal a partir del momento en que entra en vigor la relación contractual entre el futbolista y el club. Al cierre del ejercicio se evalúa la variación objetiva del valor del jugador, procediendo a su correspondiente modificación²⁴.

APARTADO III. ANÁLISIS

I. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DE LA PRIMERA DIVISIÓN DE LA LIGA DE FÚTBOL ESPAÑOLA 2014/15 – 2016/17.

Tal y como se ha explicado en el apartado “Metodología”, para llevar a cabo el análisis de la situación económico-financiera en la que se encuentra la primera división del fútbol profesional en España se ha recurrido a las Cuentas Anuales de aquellos equipos que participaron ininterrumpidamente en las temporadas 2014/15, 2015/16 y 2016/17. De este modo, catorce han sido los equipos sometidos a estudio: FC Barcelona, Real Madrid CF, Atlético de Madrid, Valencia CF, Sevilla CF, Villarreal CF, Athletic Club, RC Celta de Vigo, Málaga CF, RCD Espanyol, Real Sociedad de Fútbol, SD Éibar, RC Deportivo de La Coruña y Granada CF.

Debido a la naturaleza de este trabajo, ha requerido especial atención la Cuenta de Pérdidas y Ganancias puesto que se busca el origen y reparto de los ingresos de los clubes. Así, los clubes españoles registran en su mayoría cuatro apartados: *Socios y Abonados*, *Competiciones*, *Televisión*, y *Comercialización y Publicidad*. Además, equipos como el FC Barcelona y el Real Madrid CF reflejan un apartado relacionado con la explotación comercial del estadio para eventos relacionados con actividades ajenas a las propiamente futbolísticas. Por esta razón, y de cara a mantener una homogeneidad a lo largo del análisis, estos ingresos se han incluido en el epígrafe de “*Comercialización y Publicidad*” puesto que es al que corresponden.

²⁴ Fuente: https://www.realmadrid.com/pdf/M_Rm_InformeEconomico_2015_16_WEB_v1_061016.pdf

Con la intención de observar el impacto del aumento de los ingresos en materia de derechos televisivos sobre la inversión en fichajes de los equipos, se ha recurrido a la página web alemana especializada en fútbol Transfermarkt para elaborar una tabla con la inversión y el ingreso en derechos federativos de los clubes a lo largo de estas tres temporadas. La razón por la que se recurrió a esta web es por la fiabilidad de sus datos, su potente motor de búsqueda y el fácil y rápido acceso a las distintas temporadas a través de distintos filtros; además de que sus datos son de libre acceso. La web, fundada en el año 2000 por Matthias Seidel²⁵, es considerada por muchos equipos profesionales como una fuente referente sobre datos estadísticos²⁶.

1. Análisis de los ingresos de los clubes de fútbol españoles de La Liga

En las tres temporadas analizadas, los catorce equipos estudiados han experimentado un aumento de un 39,8% en su cifra de ingresos, medida a través del importe neto de la cifra de negocios de sus CCAA, desde la 2014/15 hasta la 2016/17.

En términos absolutos, los clubes españoles han vivido una progresión general en el conjunto de la competición, aunque, como más tarde se hará hincapié, la situación varía en función de la inclusión o no de los dos gigantes de la competición: FC Barcelona y Real Madrid CF.

La razón por la que se estima conveniente descartar a FC Barcelona y Real Madrid CF de cara a analizar el impacto real sobre el resto de los equipos se debe al peso que ambos representan sobre el conjunto de la competición. No solo estos dos se han repartido la mayor parte de los títulos ligeros a lo largo de la historia (25 y 33 títulos respectivamente, el equivalente al 67% de los trofeos)²⁷, sino que además su alcance y expansión han superado las barreras que, tradicionalmente, han recluido a los equipos a una zona geográfica concreta de España.

De esta manera, los ingresos percibidos en todas las categorías superan holgadamente al resto de los competidores. Sin ir más lejos, en la temporada 2014/15 FC Barcelona y Real Madrid CF representaban el 49% del total de ingresos que el conjunto de los clubes

²⁵ Fuente: <https://www.transfermarkt.es/intern/tmteam>

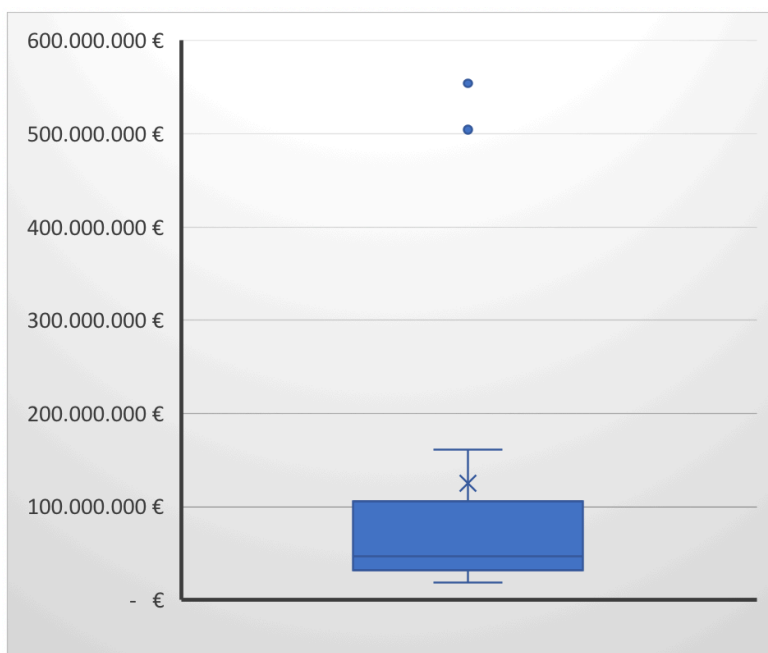
²⁶ Fuente: <https://objetivoanalista.com/transfermarkt/>

²⁷ Fuente: http://www.sobrefutbol.com/torneos/liga_espanola_equipo.htm

percibían en concepto de “*Socios y Abonados*”. En esa misma temporada, FC Barcelona y Madrid CF supusieron el 60% del total de ingresos por “*Competiciones*”. En cuanto al total de los ingresos percibidos en concepto de “*Televisión*”, el 49% provino de lo percibido por estos dos. Finalmente, en lo que respecta a “*Comercialización y Publicidad*”, Real Madrid CF y FC Barcelona alcanzaron el 80% del total que el conjunto de equipos de La Liga percibió a lo largo de la temporada. Así, en cómputo global, el 60% del total de ingresos de los clubes de primera división española tiene su origen en lo percibido por FC Barcelona y Real Madrid CF.

Otra razón por la que decidir descartar a estos dos clubes se puede dar haciendo uso del diagrama de caja (Gráfico 1). Esta representación gráfica de los datos obtenidos es útil puesto que muestra la dispersión y simetría de los mismos, los valores máximos y mínimos, tres cuartiles y la mediana. Los valores que se encuentran por encima de la línea superior, en nuestro caso con valor 160.000.000 €, se marcan individualmente y se consideran valores atípicos; siendo recomendable su extracción de cara a evitar la distorsión del análisis del conjunto de datos. En el caso de la temporada 2014/15, dos valores se sitúan en el extremo superior de la caja: Real Madrid CF y FC Barcelona. Por lo tanto, convendría eliminarlos. No así el siguiente valor que representa el Club Atlético de Madrid, a pesar de que cuenta con prácticamente un 85% más de ingresos que el cuarto club en esta lista, el Athletic Club. Por tanto, el caso del Club Atlético de Madrid resulta complejo y es por ello por lo que se decidió tratarlo tanto como valor atípico como no atípico.

Gráfico 1. Diagrama de caja de la temporada 2014/15 de La Liga en base al total de ingresos de los clubes.



Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

1.1. Análisis de la temporada 2014/15:

En la temporada 2014/15 los niveles de ingresos en el total de la competición fueron los mostrados en la tabla 1. En términos porcentuales:

- “Televisión” (54%), “Comercialización y Publicidad” (19%), “Competiciones” (14%) y “Socios y Abonados” (13%) fueron respectivamente las categorías que más aportaron al total de ingresos de los clubes de primera división.

Sin embargo, y por lo mencionado con anterioridad, si descartamos a FC Barcelona y Real Madrid CF por su peso sobre el total, estos porcentajes se ven afectados de la siguiente manera:

- “Televisión” (58%), “Comercialización y Publicidad” (16%), “Competiciones” (13%) y “Socios y Abonados” (14%).

Y si eliminamos, adicionalmente, al Club Atlético de Madrid de la ecuación, el impacto sobre los porcentajes quedaría de esta manera:

- “Televisión” (60%), “Comercialización y Publicidad” (15%), “Competiciones” (10%) y “Socios y Abonados” (14%).

Vista la variación, se pueden sacar distintas conclusiones.

La primera es en referencia al peso que tiene la categoría de “*Socios y Abonados*” sobre los equipos. Mientras que para FC Barcelona y Real Madrid CF éste se sitúa en el 8%, a pesar de contar con los dos estadios con mayor capacidad de la competición, lo que se traduce en mayores ingresos por volumen de socios y venta de entradas. Por lo tanto, el valor de los socios y abonados es menor para los dos gigantes de la competición española que para el resto de los equipos, con excepciones como la del SD Éibar que éstos suponen un ínfimo 2% del total de sus ingresos; se debe tener en cuenta que el equipo guipuzcoano cuenta con el estadio con menor capacidad de los 14 analizados para este trabajo.

La segunda es en lo relativo a lo percibido en concepto de “*Competiciones*”. El porcentaje disminuye a medida que retiramos del estudio a los tres equipos principales de la competición. Mientras que con el conjunto de los equipos el porcentaje se sitúa en un 14%, cuando eliminamos a FC Barcelona, Real Madrid CF y Club Atlético de Madrid éste se reduce a un 10%. La razón detrás de esta diferencia se puede encontrar en el hecho de que los tres compiten con asiduidad en competiciones europeas -UEFA Champions League y UEFA Europa League-; sin ir más lejos, el FC Barcelona se proclamó campeón de la UEFA Champions League, mientras que el Real Madrid CF fue apeado en semifinales y el Club Atlético de Madrid en cuartos de final²⁸. Respectivamente, sus ingresos por la participación europea fueron de 61, 52,5 y 43,7 millones de euros²⁹. Por su parte, los clubes españoles que formaron parte de la Europa League tuvieron rendimientos diversos. Mientras que el Sevilla CF logró alzarse con el título, el Villarreal CF fue eliminado en octavos de final y el Athletic Club hizo lo mismo en dieciseisavos de final³⁰. Sus ingresos fueron, respectivamente, por valor de 19,1, 6,9 y 0,55 millones de euros³¹.

La tercera hace referencia al apartado de “*Comercialización y Publicidad*” donde, de nuevo, se ve el efecto que tienen los dos principales clubes de La Liga sobre el total de ingresos. Mientras que con ellos el porcentaje asciende al 19% del total de ingresos, sin

²⁸ Fuente: <https://es.uefa.com/uefachampionsleague/history/season=2015/matches/#!/all>

²⁹ Fuente:

https://es.uefa.com/MultimediaFiles/Download/competitions/General/02/29/45/25/2294525_DOWNLOAD.pdf

³⁰ Fuente: <https://es.uefa.com/uefaeuropaleague/history/season=2015/matches/#!/all>

³¹ Fuente:

https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/competitions/General/02/29/45/29/2294529_DOWNLOAD.pdf

ellos éste baja hasta el 16% -1 punto porcentual menos si excluimos también al Club Atlético de Madrid-. Las razones pueden estar relacionadas con el hecho de que, como se ha comentado anteriormente, el valor de marca de Real Madrid CF y FC Barcelona sea de un poderío que supera las fronteras nacionales. Este “tirón” mediático se ve reflejado, por ejemplo, en su popularidad en redes sociales. El Real Madrid CF lidera la clasificación de clubes de fútbol a nivel mundial (201,9 millones de seguidores), seguido del FC Barcelona (190,4 millones)³². Según la revista Forbes, los dos clubes españoles ocupan la segunda -Real Madrid CF- y tercera -FC Barcelona- plaza de la lista de clubes más valiosos del mundo, con una valoración de 4,09 y 4,06 billones de dólares respectivamente, tan solo por detrás del Manchester United inglés³³.

La cuarta y última tiene que ver con la sección referente a los ingresos por “*Televisión*”. Este apartado es quizás en el que mejor se aprecia la influencia de los grandes clubes españoles no solo porcentualmente, sino que también en cuanto a volumen. Antes de la entrada en vigor del modelo centralizado de reparto de derechos televisivos en el fútbol español, las diferencias existentes entre Real Madrid CF y FC Barcelona respecto al resto de equipos era considerable. Entre los dos se repartían el 49% del dinero proveniente de las televisiones, dejando el 51% restante a repartir entre los otros 12 equipos analizados. Con FC Barcelona y Real Madrid CF, el porcentaje que representan los ingresos por televisión alcanza el 54% del total de ingresos agregados de los clubes, mientras que, sin los dos equipos más grandes de La Liga, este porcentaje se incrementa 4 puntos porcentuales -2 puntos más teniendo en cuenta al Club Atlético de Madrid-. Esto es significativo puesto que, a pesar de que los dos cuentan con aproximadamente la mitad del dinero de las televisiones, para ellos tampoco supone su principal fuente de ingresos -ésta sería “*Comercialización y Publicidad*”-. Como se verá más adelante, las medidas establecidas por el Real Decreto-Ley 05/2015 tenderán a minimizar estas diferencias.

³² Fuente: <https://www.businessinsider.es/the-20-most-popular-rich-list-football-teams-on-social-media-2018-8?page=19>

³³ Fuente: <https://www.forbes.com/sites/mikeozanian/2018/06/12/the-worlds-most-valuable-soccer-teams-2018/#2a37e94b45c8>

Tabla 1. Desglose de ingresos para la temporada 2014/15 en La Liga³⁴.

14/15	Socios y Abonados	Competiciones	TV	Comercializac. y Publi	Total
FCB	48.645.000 €	71.891.000 €	162.312.000 €	221.713.000 €	504.561.000 €
ATM	21.957.961 €	62.398.203 €	41.658.834 €	34.878.883 €	160.893.881 €
RM	51.548.000 €	131.122.000 €	163.484.000 €	208.082.000 €	554.236.000 €
VAL	11.984.000 €	5.671.000 €	48.000.000 €	11.377.000 €	77.032.000 €
VIL	3.335.460 €	7.225.176 €	33.850.000 €	8.912.608 €	53.323.244 €
SEV	8.675.000 €	26.069.000 €	39.071.000 €	11.664.000 €	85.479.000 €
EIB	674.397 €	564.266 €	15.281.851 €	2.337.259 €	18.857.773 €
ESP	6.923.470 €	706.644 €	22.922.500 €	8.479.474 €	39.032.088 €
RSO	7.896.078 €	1.187.673 €	25.055.987 €	6.331.394 €	40.471.132 €
CEL	3.793.302 €	1.436.911 €	22.015.970 €	4.969.582 €	32.215.765 €
ATH	23.821.521 €	27.830.254 €	32.500.000 €	3.099.449 €	87.251.224 €
MAL	5.421.919 €	3.447.658 €	24.045.346 €	5.340.660 €	38.255.583 €
DEP	5.446.689 €	1.135.349 €	18.000.000 €	6.207.752 €	30.789.790 €
GRA	3.485.744 €	1.490.808 €	18.486.503 €	5.245.959 €	28.709.014 €
Total	203.608.541 €	342.175.942 €	666.683.991 €	538.639.020 €	1.751.107.494 €
Total -FCBRM	103.415.541 €	139.162.942 €	340.887.991 €	108.844.020 €	692.310.494 €
Total -FCBRMATM	81.457.580 €	76.764.739 €	299.229.157 €	73.965.137 €	531.416.613 €

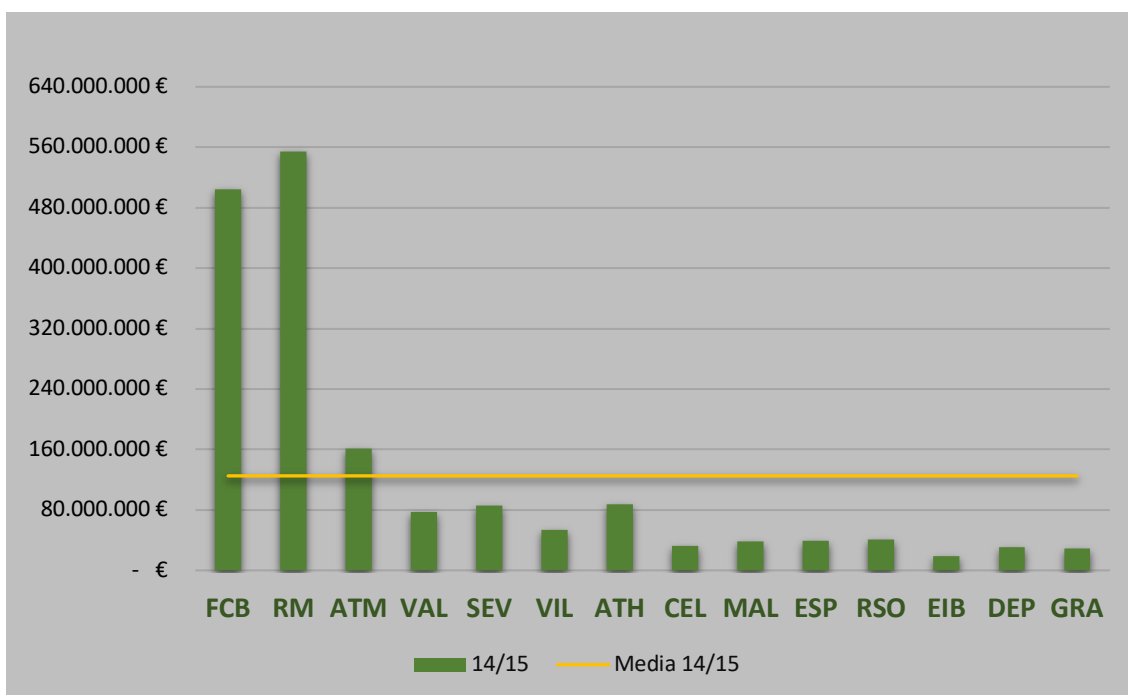
Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos

Finalmente, atendiendo a los gráficos 2 y 3, se puede apreciar claramente la diferencia que existe entre FC Barcelona, Real Madrid CF y Club Atlético de Madrid respecto al resto de participantes de La Liga. Si, como en el gráfico 2, el análisis se basa en la totalidad de equipos, resulta sencillo llegar a la conclusión de que la competición liguera española cuenta en su conjunto con unos ingresos totales medios por valor de 125 millones de euros. Y, sin embargo, la realidad para los once equipos que luchan con los tres mencionados anteriormente es radicalmente distinta. Cuando se estudian estos once por separado (Gráfico 3), el resultado de la media de ingresos se sitúa en 48,3 millones de euros, lejos de la cifra previa. Además, de estos once, cuatro se sitúan por encima de la media, mientras que en el anterior ninguno de los once lograba superar los ingresos medios tan condicionados por los tres primeros de La Liga.

³⁴ Total -FCBRM: la suma de cada columna del conjunto de equipos con la excepción de FC Barcelona y Real Madrid CF.

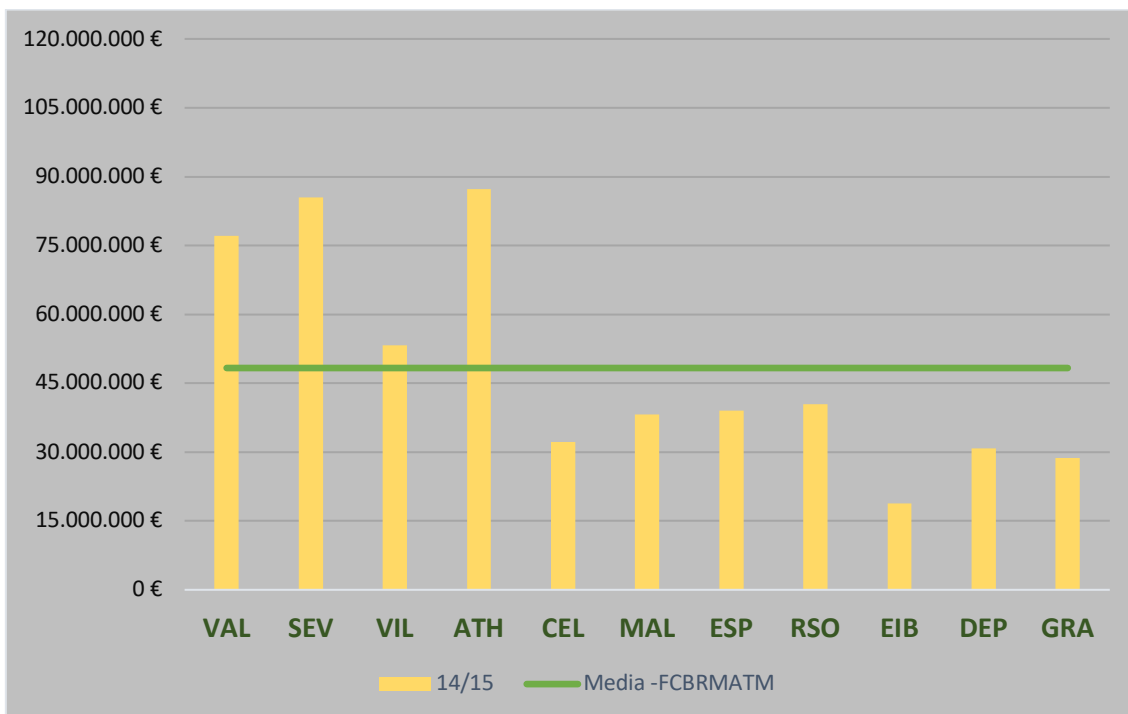
Total -FCBRMATM: la suma de cada columna del conjunto de equipos con la excepción de FC Barcelona, Real Madrid CF y Club Atlético de Madrid.

Gráfico 2. Total Ingresos La Liga 2014/15 y su media.



Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

Gráfico 3. Total Ingresos La Liga 2014/15 sin FC Barcelona, Real Madrid CF y Club Atlético de Madrid, y su media.



Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

1.2. Análisis de la temporada 2015/16:

La tabla 2 muestra los niveles de ingresos correspondientes a la temporada 2015/16, periodo en el que las cuatro categorías experimentaron aumentos en el total de la cantidad percibida por el conjunto de los clubes. En orden de importancia:

- “*Televisión*” (53%), “*Competiciones*” (19%), “*Comercialización y Publicidad*” (17%), y “*Socios y Abonados*” (11%) aportaron el total de 2.076.652 € a las arcas de los equipos de fútbol españoles, lo que supone un aumento respecto a la temporada anterior de un 18,6%.

Al igual que antes, si se elimina a FC Barcelona y Real Madrid CF de la ecuación, los porcentajes varían de la siguiente manera:

- “*Televisión*” (57%), “*Competiciones*” (18%), “*Comercialización y Publicidad*” (13%), y “*Socios y Abonados*” (12%).

La no presencia del Club Atlético de Madrid supondría un aumento de dos puntos porcentuales en la categoría de derechos televisivos y una disminución de dos puntos porcentuales en materia de competiciones.

Al igual que con la temporada anterior, las razones detrás de estas variaciones se pueden dividir en cuatro apartados.

La primera es en relación con “*Socios y Abonados*”. En comparación con la temporada anterior, no solo se mantiene como la sección que menos aporta al total de ingresos del conjunto de equipos, sino que además se trata del apartado que menos crecimiento ha sufrido de una temporada a otra (+2,4%). Su estancamiento se puede relacionar con el hecho de que los clubes cuentan con estadios de capacidades fijas que, salvo remodelación o traslado a un nuevo recinto, no permiten un crecimiento similar al que se vive en otros conceptos como los derechos televisivos o las competiciones.

En cuanto al concepto de “*Competiciones*”, a pesar de que se vivió un aumento del 41,9% respecto al curso anterior, éste se concentró en unos pocos equipos que participan en las competiciones europeas. Así, Real Madrid CF, FC Barcelona y Club Atlético de Madrid suponen un 70% del total de ingresos por competiciones. El Real Madrid CF logró alzarse con la Champions League en una final disputada frente al Club Atlético de Madrid.

Mientras tanto, el FC Barcelona fue apeado en cuartos de final³⁵. Por su participación, los clubes españoles se adjudicaron en premios 80, 69,6 y 56,5 millones de euros respectivamente³⁶. Por su parte, el Sevilla FC -apeado en fase de grupos de la Champions League- se proclamó por tercer año consecutivo como campeón de la UEFA Europa League³⁷, ascendiendo sus ingresos hasta rozar los 44 millones de euros, lo que supone casi un 10% del total de La Liga. Los otros participantes españoles, Athletic Club y Villarreal CF, se embolsaron 14,2 y 16,5 millones de euros respectivamente³⁸.

La tercera tiene que ver con los ingresos por “*Comercialización y Publicidad*”, que esta temporada han sido relegados al tercer escalón en volumen. A pesar de que el volumen total de ingresos aumentó un 10,4% respecto al curso anterior, el porcentaje que representa del total de ingresos ha vivido una regresión de dos puntos porcentuales -tres sin tener en cuenta los tres principales clubes-. También es representativo el hecho de que once de los catorce clubes tan solo sumen un 13,9% del total de ingresos por “*Comercialización y Publicidad*”. Y, sin embargo, FC Barcelona (43,7%), Real Madrid CF (35,7%) y, en menor medida, el Club Atlético de Madrid (6,7%) son los clubes que más dinero generan en este apartado.

La última está relacionada con la variación en los ingresos por “*Televisión*”. Respecto al curso anterior, el volumen total de ingresos ha ascendido un 18,2%, alcanzando el 28,1% para los once clubes que menos dinero generan. Este aumento se da incluso antes de que entrara en vigor el Real Decreto-Ley 05/2015 por el que los derechos audiovisuales de la competición de fútbol español pasarían a negociarse de forma centralizada con el objetivo de aumentar la puja de las operadoras y favorecer el volumen de ingresos de los clubes con menos poder de atracción de este tipo de recursos. Aun así, el aumento vivido es reflejo del empuje que vive la competición doméstica no solo a nivel nacional, sino que también a nivel internacional. Sin embargo, resulta alarmante el hecho de que los ingresos de clubes como SD Éibar y RC Celta de Vigo dependan en un 85 y 71 por ciento de lo

³⁵ Fuente: <https://es.uefa.com/uefachampionsleague/history/season=2016/matches/#!/all>

³⁶ Fuente:

https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/competitions/General/02/41/82/55/2418255_DOWNLOAD.pdf

³⁷ Fuente: <https://es.uefa.com/uefaeuropaleague/news/newsid=2473490.html>

³⁸ Fuente:

https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/competitions/General/02/41/82/56/2418256_DOWNLOAD.pdf

percibido en concepto de derechos televisivos. En caso de descender de categoría, sus recursos se verían mermados considerablemente.

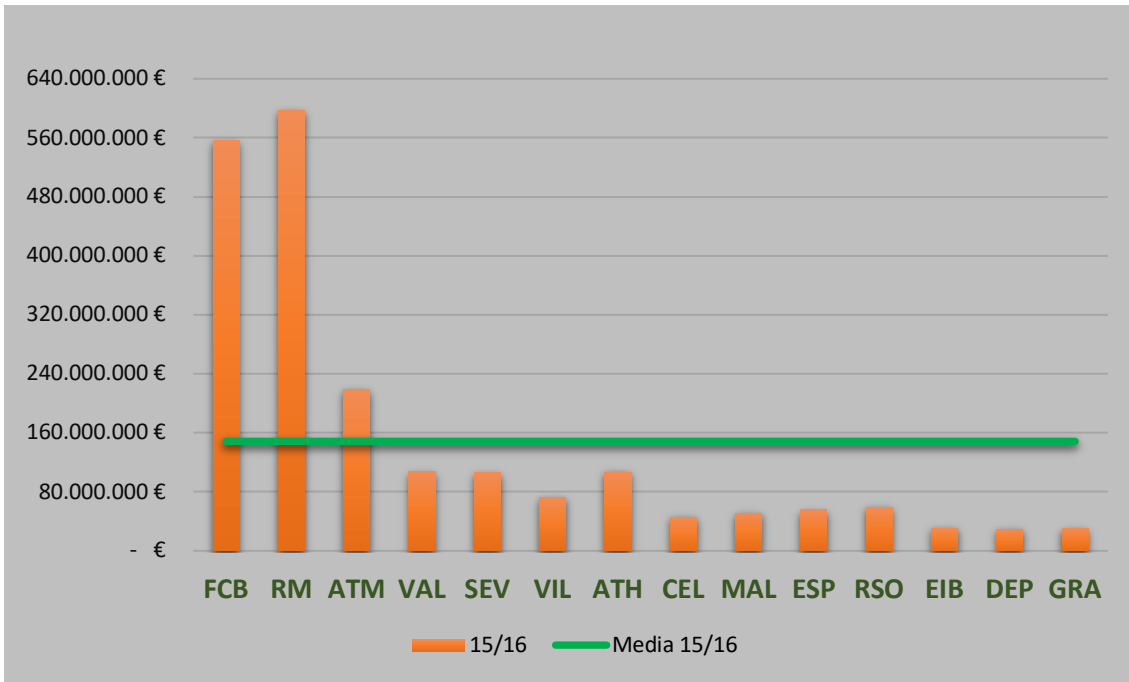
Tabla 2. Desglose de ingresos para la temporada 2015/16 en La Liga.

15/16	Socios y Abonados	Competiciones	TV	Comercializac. y Publi	Total
FCB	45.543.000 €	83.040.000 €	168.142.000 €	260.055.000 €	556.780.000 €
ATM	22.902.709 €	87.581.878 €	68.737.748 €	39.642.678 €	218.865.013 €
RM	49.981.000 €	167.398.000 €	167.677.000 €	212.364.000 €	597.420.000 €
VAL	13.728.000 €	33.831.000 €	48.000.000 €	12.393.000 €	107.952.000 €
VIL	3.397.223 €	18.188.991 €	41.867.211 €	9.548.713 €	73.002.138 €
SEV	12.200.000 €	43.816.000 €	38.070.000 €	12.460.000 €	106.546.000 €
EIB	752.258 €	615.966 €	27.315.064 €	3.357.812 €	32.041.100 €
ESP	6.810.061 €	14.745.250 €	24.230.000 €	9.823.031 €	55.608.342 €
RSO	7.456.441 €	2.354.011 €	41.683.237 €	8.352.540 €	59.846.228 €
CEL	3.949.153 €	4.112.153 €	33.210.758 €	5.743.090 €	47.015.154 €
ATH	28.140.300 €	23.797.116 €	51.737.950 €	4.108.690 €	107.784.056 €
MAL	4.791.987 €	2.751.775 €	38.247.223 €	6.193.837 €	51.984.822 €
DEP	5.544.810 €	1.652.229 €	18.007.000 €	5.123.657 €	30.327.696 €
GRA	3.352.131 €	1.496.683 €	20.972.760 €	5.658.426 €	31.480.000 €
Total	208.549.073 €	485.381.051 €	787.897.951 €	594.824.474 €	2.076.652.549 €
Total -FCBRM	113.025.073 €	234.943.051 €	452.078.951 €	122.405.474 €	922.452.549 €
Total -FCBRMATM	90.122.364 €	147.361.173 €	383.341.203 €	82.762.796 €	703.587.536 €

Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

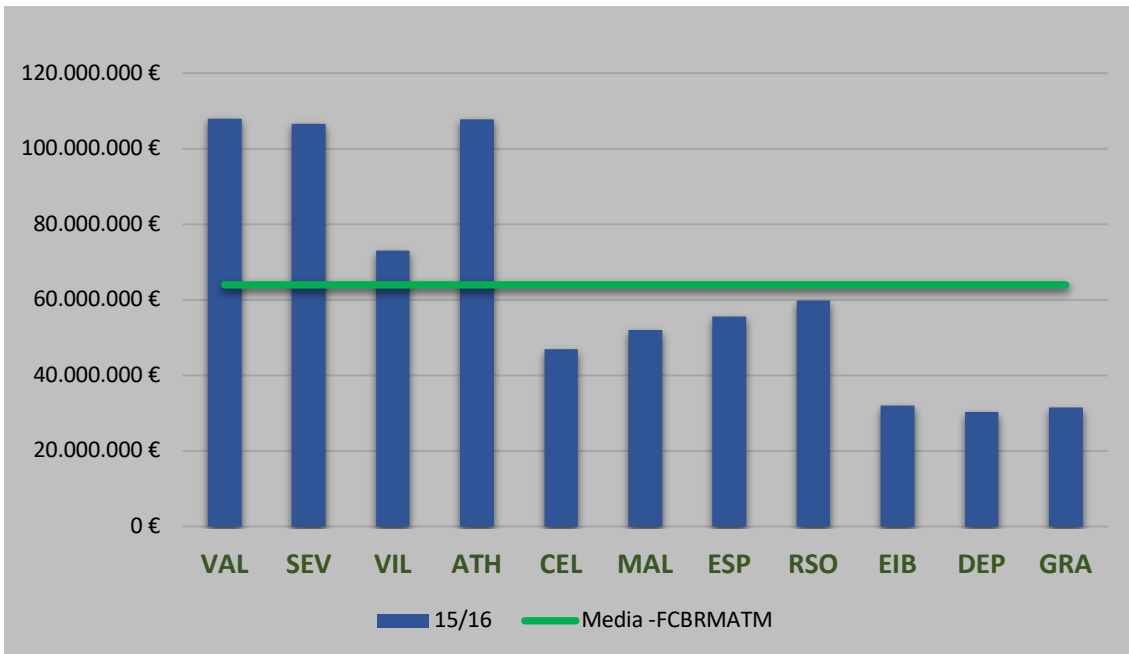
Finalmente, atendiendo a los gráficos 4 y 5, se puede apreciar claramente la diferencia que existe, de nuevo, entre FC Barcelona, Real Madrid CF y Club Atlético de Madrid respecto al resto de participantes de La Liga. Si, como en el gráfico 4, el análisis se basa en la totalidad de equipos, resulta sencillo llegar a la conclusión de que la competición liguera española cuenta en su conjunto con unos ingresos totales medios por valor de 148,3 millones de euros. Y, sin embargo, la realidad es radicalmente distinta para los once equipos que luchan con los tres mencionados anteriormente. Cuando se estudian estos once por separado (Gráfico 5), el resultado de la media de ingresos se sitúa en 63,9 millones de euros, 85 millones de euros por debajo de la cifra previa. Además, de estos once, cuatro se sitúan por encima de la media y uno -la Real Sociedad- se encuentra a 4 millones de euros de ésta, mientras que en el anterior ninguno de los once lograba superar los ingresos medios condicionados por FC Barcelona, Real Madrid CF y Club Atlético de Atlético.

Gráfico 4. Total Ingresos La Liga 2015/16 y su media.



Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

Gráfico 5. Total Ingresos La Liga 2015/16 sin FC Barcelona, Real Madrid CF y Club Atlético de Madrid, y su media.



Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

1.3. Análisis de la temporada 2016/17:

La temporada 2016/17 marca un antes y un después en materia de ingresos, en gran medida gracias a los efectos de la entrada en vigor del Real Decreto-Ley 05/2015 por el que los clubes ven la cantidad percibida en concepto de “*Televisión*” aumentar un 32,1% respecto a la campaña anterior y un 56,2% en cuestión de tan solo dos temporadas. La tabla 3 refleja este aumento prácticamente generalizado, puesto que “*Competiciones*” sufrió un leve descenso de 5,2 puntos porcentuales respecto a la temporada anterior. Aun así, el total del volumen de ingresos percibidos por el conjunto de equipos de La Liga superó los 2.400.000 €, registrando un nuevo récord para la competición. La aportación al conjunto de los ingresos de cada una de las cuatro categorías se vio afectada de distinta manera. De este modo, el peso en porcentaje resultó en:

- “*Televisión*” (61%), “*Comercialización y Publicidad*” (17%), “*Competiciones*” (13%), y “*Socios y Abonados*” (9%).

Al igual que se vio en las dos temporadas anteriores, el impacto de los tres clubes punteros de la competición distorsiona la realidad que viven el resto de los equipos. Por tanto, si eliminamos a FC Barcelona, Real Madrid CF y Club Atlético de Madrid, las cuatro categorías verían modificados sus porcentajes en un +8%, -5%, -3% y ±0% respectivamente.

“*Socios y Abonados*” experimentó un crecimiento del 5,6% respecto al curso anterior, y creció un 8,2% respecto a la temporada 2014/15. Este tímido crecimiento en comparación con el resto -como se verá más adelante- responde a las razones expuestas en las temporadas anteriores. Si acaso, un motivo por el que los clubes vieron sus ingresos por socios y abonados incrementar fue por el aumento en el precio de los abonos por temporada³⁹. Lo que resulta interesante es ver el porcentaje que los equipos que se encuentran fuera del top-3 representan sobre el total de ingresos: 42,6%. Esto rompe con la tónica que se veía hasta ahora en el resto de los apartados y que, especialmente con el nuevo reparto televisivo, pretende igualar la competición fuera del terreno de juego.

En materia de “*Competiciones*”, la disminución del 5,2% respecto al curso anterior minimizó el crecimiento que se vivió en relación con la cifra de la temporada 2014/15, resultando finalmente en una variación positiva de 34,4%. En cualquier caso, cabe

³⁹ Fuente: https://as.com/futbol/2017/08/28/primera/1503939100_240819.html

destacar el volumen de ingresos del Real Madrid CF (177.170.000 €), que suponen un 38,4% del total de la competición. Respecto al rendimiento de los clubes españoles en competiciones europeas, cabe separar de nuevo la Champions League y la Europa League. En la primera, el Real Madrid CF se volvió a proclamar campeón, mientras que el Club Atlético de Madrid -semifinales-, FC Barcelona -cuartos de final- y Sevilla CF -octavos de final- cayeron de forma prematura⁴⁰. El reparto de dinero fue, respectivamente, de 81, 60,6, 59,8 y 32,8 millones de euros⁴¹. En cuanto a la Europa League, el RC Celta de Vigo fue eliminado en semifinales, mientras que Villarreal CF y Athletic Club lo hicieron en dieciseisavos de final⁴², ingresando cada uno cantidades por valores de 16,9, 9,3 y 9,5 millones de euros respectivamente⁴³.

Por último, el gran cambio se dio en materia de ingresos por derechos televisivos. Así como el curso anterior supuso un incremento de más del 18% respecto a la primera temporada estudiada, con la firma del nuevo contrato los clubes de primera división vieron cómo éstos aumentaban hasta alcanzar un 32,1% respecto a la temporada 2015/16. Los 1.041.142.587 € que se embolsaron en su conjunto supusieron un 56,2% más que en la 2014/15. Pero la diferencia fue más visible para los equipos fuera del top-3 de La Liga. Estos once clubes vieron doblarse los ingresos en concepto de “Televisión” en cuestión de dos años, prácticamente alcanzando los 600.000.000 €. Centrándose en la evolución vivida por un lado por FC Barcelona y Real Madrid CF, y por otro por el resto de los competidores, se aprecian dos tendencias opuestas. Los primeros sufrieron una regresión en el porcentaje que suponen para ellos los ingresos por televisión frente al resto de fuentes, pasando de un 32% del FC Barcelona en la 2014/15 a un 28% en la 2016/17, y del 29% al 26% en el caso del Real Madrid CF. Sin embargo, los ingresos del resto de los equipos pasaron de depender de los derechos televisivos en un 60% en 2014/15 a un 69% en 2016/17.

Cabe destacar que, con la salvedad del Real Madrid CF que ingresó dos millones y medio de euros menos que en la campaña anterior, todos los clubes experimentaron fuertes

⁴⁰ Fuente: <https://es.uefa.com/uefachampionsleague/season=2017/matches/#/all>

⁴¹ Fuente:

https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/competitions/General/02/51/12/21/2511221_DOWNLOAD.pdf

⁴² Fuente: <https://es.uefa.com/uefaeuropaleague/season=2017/matches/index.html#/all>

⁴³ Fuente:

https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/competitions/General/02/51/12/27/2511227_DOWNLOAD.pdf

incrementos por “Televisión”. Esto se corresponde con el esfuerzo por parte de La Liga de intentar igualar las condiciones económicas para que la competitividad se traslade también al terreno de juego.

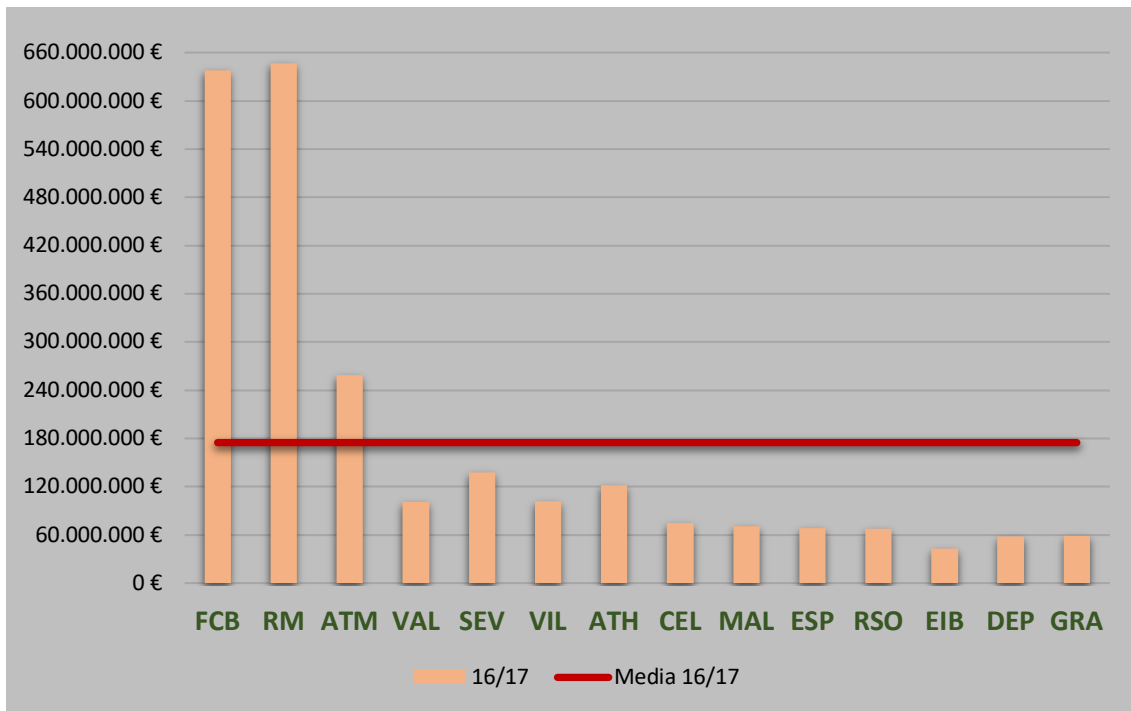
Tabla 3. Desglose de ingresos para la temporada 2016/17 en La Liga.

16/17	Socios y Abonados	Competiciones	TV	Comercializac. y Publi	Total
FCB	50.883.000 €	92.954.000 €	177.959.000 €	316.393.000 €	638.189.000 €
ATM	25.739.860 €	80.190.817 €	99.417.607 €	53.095.474 €	258.443.758 €
RM	49.772.000 €	177.170.000 €	165.299.000 €	254.137.000 €	646.378.000 €
VAL	11.849.000 €	6.018.000 €	67.380.000 €	15.980.000 €	101.227.000 €
VIL	3.746.349 €	21.709.878 €	60.693.255 €	15.566.753 €	101.716.235 €
SEV	13.970.000 €	39.030.000 €	71.075.000 €	13.598.000 €	137.673.000 €
EIB	893.998 €	419.998 €	38.548.939 €	3.135.790 €	42.998.725 €
ESP	7.140.028 €	2.978.008 €	48.960.000 €	9.350.010 €	68.428.046 €
RSO	7.054.568 €	1.901.321 €	49.286.843 €	9.306.397 €	67.549.129 €
CEL	4.866.313 €	16.540.990 €	47.573.750 €	5.808.284 €	74.789.337 €
ATH	30.425.546 €	15.627.896 €	70.932.000 €	4.722.680 €	121.708.123 €
MAL	4.794.275 €	2.499.354 €	55.511.435 €	8.401.854 €	71.206.918 €
DEP	5.690.244 €	1.835.059 €	44.000.000 €	6.377.901 €	57.903.204 €
GRA	3.438.680 €	1.128.463 €	44.505.757 €	9.958.142 €	59.031.043 €
Total	220.263.861 €	460.003.784 €	1.041.142.587 €	725.831.285 €	2.447.241.517 €
Total -FCBRM	119.608.861 €	189.879.784 €	697.884.587 €	155.301.285 €	1.162.674.517 €
Total -FCBRMATM	93.869.001 €	109.688.967 €	598.466.980 €	102.205.811 €	904.230.759 €

Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

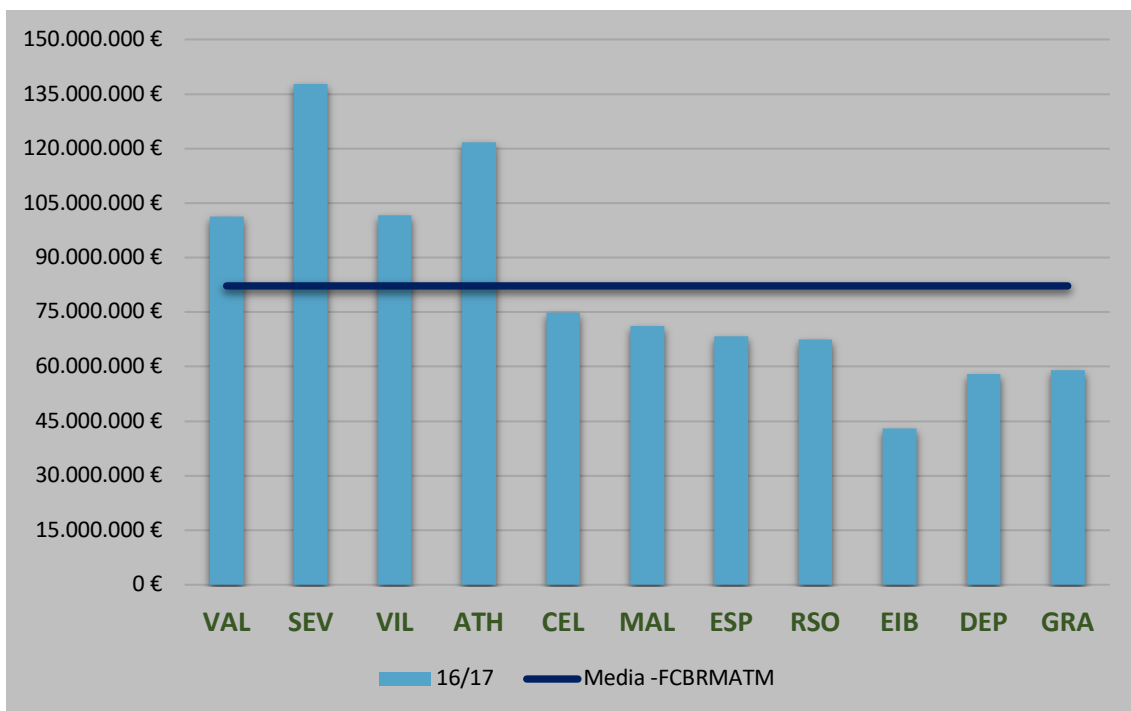
Finalmente, atendiendo a los gráficos 6 y 7, se puede apreciar claramente la diferencia que vuelve a existir entre FC Barcelona, Real Madrid CF y Club Atlético de Madrid y el resto de los participantes de La Liga. Si, como en el gráfico 6, el análisis se basa en la totalidad de equipos, resulta sencillo llegar a la conclusión de que la competición liguera española cuenta en su conjunto con unos ingresos totales medios por valor de 174,8 millones de euros. Sin embargo, la realidad es radicalmente distinta para los once equipos que luchan con los tres mencionados anteriormente. Cuando se estudian estos once por separado (Gráfico 7), el resultado de la media de ingresos se sitúa en 82,2 millones de euros, 92 millones de euros por debajo de la cifra previa. Además, de estos once, cuatro se sitúan por encima de la media y otros cuatro se encuentran a menos de un 20% de alcanzar esta media, mientras que en el anterior ninguno de los once lograba superar los ingresos medios condicionados por FC Barcelona, Real Madrid CF y Club Atlético de Madrid. Por lo tanto, se puede decir que el equilibrio competitivo en materia de ingresos está aumentando año a año.

Gráfico 6. Total Ingresos La Liga 2016/17 y su media.



Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

Gráfico 7. Total Ingresos La Liga 2016/17 sin FC Barcelona, Real Madrid CF y Club Atlético de Madrid, y su media.



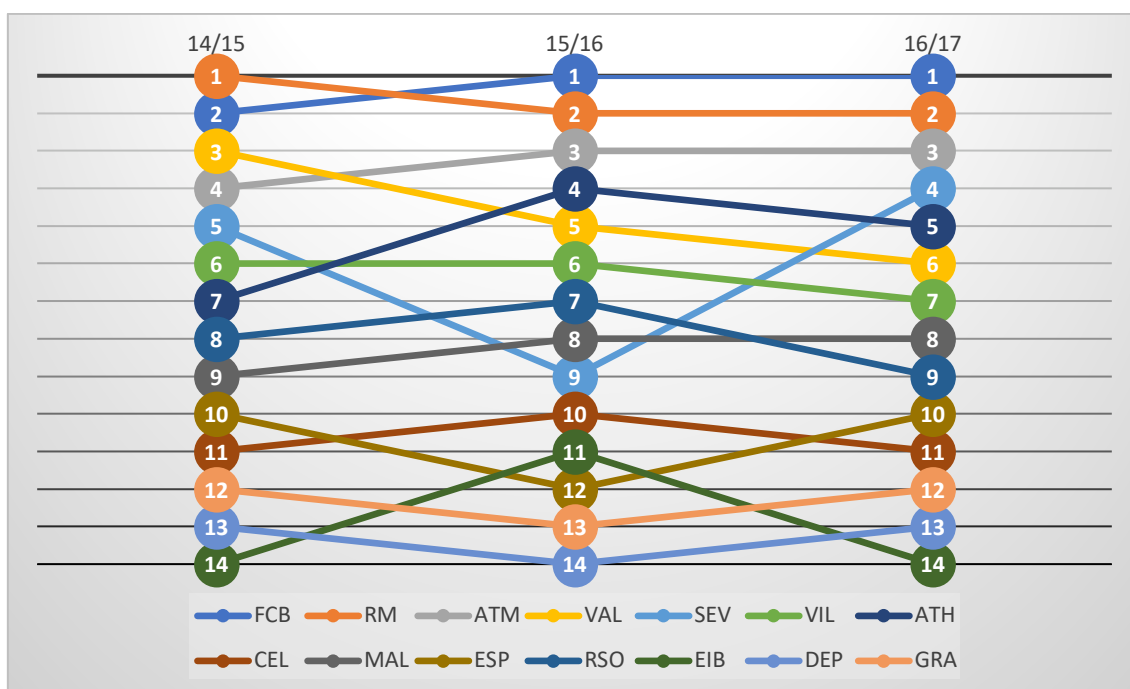
Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

2. Comparativa de la Clasificación en La Liga y Clasificación por Ingresos de Televisión de las temporadas 2014/15 a la 2016/17 y su relación.

Dado que, como se ha visto anteriormente, los ingresos por “Televisión” suponen la mayor parte del total de los ingresos de los clubes de primera, a continuación, se analizará el impacto que éstos tienen sobre la clasificación final de La Liga a lo largo de las tres temporadas de estudio. Para ello, se hará uso de los gráficos 8 y 9 que mostrarán la evolución de cada uno de los equipos de primera división.

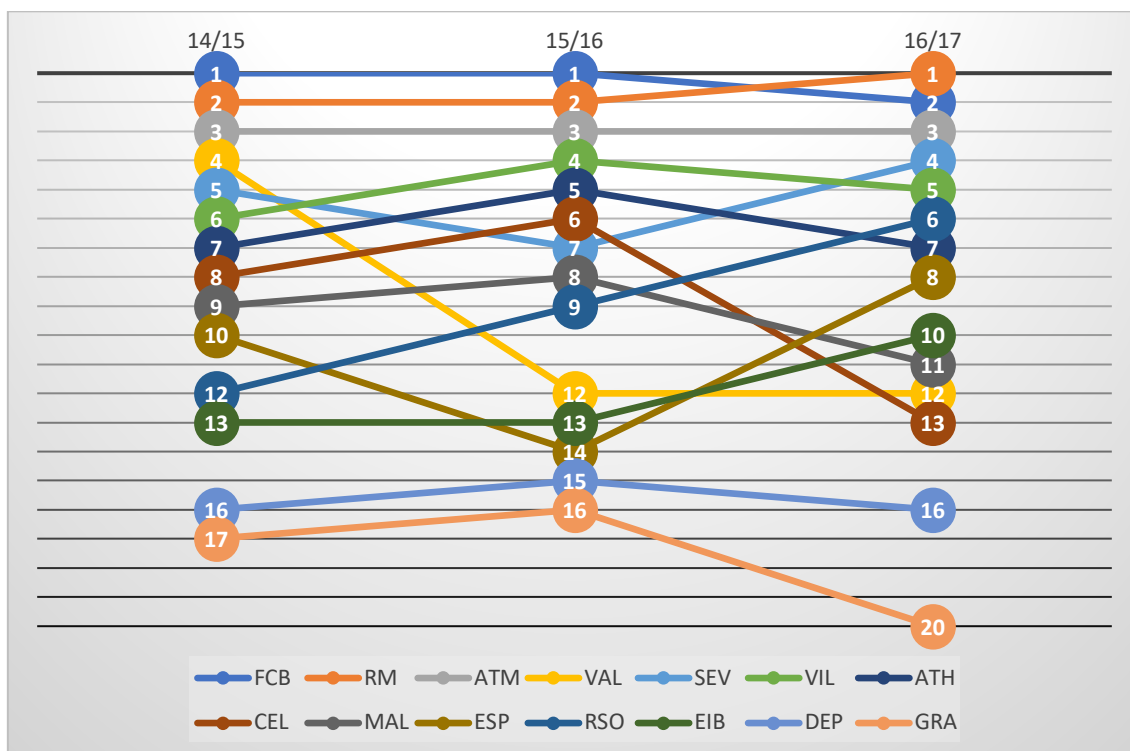
- El gráfico 8 refleja la posición en la que cada club afrontó el inicio de cada temporada en concepto de ingresos por “Televisión”.
- El gráfico 9 refleja la posición en la que cada club finalizó la competición en relación con los puntos obtenidos tras la celebración de las 38 jornadas ligueras.

Gráfico 8. Clasificación por Ingresos de Televisión en La Liga en las temporadas 2014/15 a la 2016/17.



Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

Gráfico 9. Clasificación a la conclusión de las 38 jornadas de competición en las temporadas 2014/15 a la 2016/17 de La Liga.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicado por La Liga.

Como se puede comprobar, las tres primeras plazas en la clasificación final fueron ocupadas a lo largo de las tres temporadas por los mismos equipos: FC Barcelona (1º, 1º y 2º), Real Madrid CF (2º, 2º y 1º) y Club Atlético de Madrid (3º, 3º y 3º). La cuarta plaza cambió de dueño en cada una de las temporadas (Valencia CF, Villarreal CF y Sevilla CF respectivamente). La 5ª, 6ª y 7ª plazas, que dan acceso a la UEFA Europa League, fueron ocupadas por cinco equipos distintos (Sevilla CF, Villarreal CF, Athletic Club, Real Sociedad y RC Celta de Vigo). Estas siete plazas, y su correspondiente premio en forma de participación en competiciones europeas, son las más codiciadas por los equipos puesto que conllevan un aumento en ingresos de cara a la siguiente temporada.

En cuanto al ranking por ingresos de derechos audiovisuales, la situación es similar a la anterior para los tres primeros, con la excepción del Valencia CF, que en la temporada 2014/15 ocupa el tercer lugar y relega así al Club Atlético de Madrid a la cuarta posición. Por tanto, se puede decir que, en este caso, el dinero recibido por televisión está relacionado con la clasificación al final de la temporada. El caso que más llama la atención es precisamente el del Valencia CF, puesto que en concepto de ingresos por televisión ocupó el 3er, 5º y 6º lugar, mientras que acabó 4º, 12º y 12º al final de cada

temporada. Este caso demuestra que no siempre un mayor ingreso se refleja en un mayor rendimiento en el terreno de juego. En cambio, cuando se estudia el caso de la SD Éibar, el club guipuzcoano comenzó las temporadas en el puesto 14º, 11º y 14º en materia de ingresos por televisión, mientras que al final del curso terminó 13º, 13º y 10º, superando en dos ocasiones su rendimiento esperado. En la temporada 2016/17 las mayores diferencias (entre la “Clasificación por ingresos de televisión” y la “Clasificación obtenida a final de temporada”) positivas las registraron la SD Éibar (+4) y la Real Sociedad (+3); mientras que las negativas las vivieron el Granada CF (-8) y el Valencia CF (-6).

Dada la poca variación que se aprecia en La Liga, parece razonable señalar que para el periodo analizado el volumen de ingresos por televisión está relacionado con la clasificación final en liga, lo que refleja la falta de incertidumbre sobre el resultado final en la máxima competición española.

3. Relación entre los ingresos de los equipos y la inversión en fichajes.

La tabla 4 muestra el desglose del volumen total de dinero que se ha movido a lo largo de las tres temporadas estudiadas. Los “*Ingresos*” recogen el importe recibido por parte de los clubes a la hora de vender los derechos federativos de sus jugadores a otros equipos, mientras que la “*Inversión*” hace referencia al importe que los clubes dedicaron a la adquisición de los derechos federativos a otros clubes para la contratación de nuevos jugadores para mejorar el nivel de sus plantillas. La “*Diferencia*” refleja la diferencia entre el dinero recibido y el dinero invertido en estas contrataciones. Además, encontramos la “*Media*” de estos tres apartados, así como la “*Media -FCBRM*” que hace referencia a la media sin contar a FC Barcelona y Real Madrid CF, y “*Media -FCBRMATM*” que añade a esta última la ausencia del Club Atlético de Madrid.

La temporada 2014/15 refleja el volumen de inversión que los tres principales clubes de la competición dedicaron a la contratación de jugadores para dicha campaña. Mientras que contando con los catorce clubes el balance resulta negativo (-6.275.587 €), si eliminamos el resultado final de FC Barcelona, Real Madrid CF y Club Atlético de Madrid (-84.920.000 €, -114.713.000 € y -29.650.000 € respectivamente), la media recupera 18,5 millones de euros. Esto significa que los 11 equipos restantes no solo prefirieron no invertir en exceso a lo largo de dicha temporada, sino que además se

convirtieron en clubes vendedores. Tan solo dos acabaron con diferencias negativas: RC Celta de Vigo (-2,3 millones de euros) y SD Éibar (-200 mil euros).

En la temporada 2015/16 la inversión de los clubes se disparó un 117,4%. En esta ocasión, los tres clubes más grandes frenaron su política de contrataciones, con el Real Madrid CF reduciendo un 33% su resultado final (aunque registrando todavía una diferencia negativa por valor de más de 76 millones de euros), el FC Barcelona un 85% (con una diferencia negativa de 12,7 millones de euros), y el Club Atlético de Madrid que acabó con una diferencia positiva (19 millones de euros). Por el contrario, los otros 11 equipos acabaron de media en negativo (diferencia negativa de casi 11 millones de euros), aunque este resultado se ve muy lastrado por los 93 millones de diferencia negativa que registró el Valencia CF o los casi 32 que registró el Sevilla CF. En esta campaña, siete de los once acabaron con pérdidas; tan solo Málaga CF, Granada CF, RC Celta de Vigo y RCD Espanyol registraron una diferencia positiva. La razón detrás de este cambio podría estar en el hecho de que los clubes contaban con el aumento de ingresos en concepto de derechos de televisión para la temporada 2016/17.

En la 2016/17 se vivió una situación mixta. Por un lado, FC Barcelona y Club Atlético de Madrid recuperaron el ritmo de inversión (diferencias negativas de 91 y 37 millones respectivamente), y el Real Madrid CF en cambio registró una diferencia positiva por valor de 7,5 millones de euros. De los 11 equipos restante, cuatro registraron diferencias positivas (aunque ninguno por valor superior a los 12,5 millones), seis acabaron el curso con beneficios (destacando los 78,9 millones del Valencia CF que compensarían la campaña anterior), y uno -el Athletic Club- que no llevó a cabo ningún movimiento. De este modo, mientras que, en su conjunto, los equipos de La Liga se colocaron cerca del punto de equilibrio (-651 mil euros de diferencia negativa de media), los 11 equipos de abajo obtuvieron de media 10,1 millones de resultado positivo. Quizás el efecto del dinero de la televisión no fue tan fuerte como se esperaba o, tras un curso de altas inversiones como fue el anterior, los clubes prefirieron moderar la actividad en el mercado de fichajes.

Tabla 4. Balance entre inversión e ingresos, medias y medias sin FC Barcelona, Real Madrid CF y Club Atlético de Madrid por fichajes de los equipos de La Liga entre las temporadas 2014/15 y 2016/17.

		Ingresos por venta de derechos de jugadores	Inversión en derechos de adquisición de jugadores	Diferencia 'Columna de Ingresos' - 'Columna de Inversión'
16/17				
	Total	480.300.000 €	489.420.000 €	-9.120.000 €
	Media	34.307.143 €	34.958.571 €	-651.429 €
	Media -FCBRM	34.083.333 €	27.889.167 €	6.194.167 €
	Media -FCBRMATM	33.363.636 €	23.242.727 €	10.120.909 €
15/16				
	Total	408.120.000 €	599.150.000 €	-191.030.000 €
	Media	29.151.429 €	42.796.429 €	-13.645.000 €
	Media -FCBRM	29.514.167 €	37.970.833 €	-8.456.667 €
	Media -FCBRMATM	17.470.000 €	28.422.727 €	-10.952.727 €
14/15				
	Total	445.660.000 €	533.522.000 €	-87.862.000 €
	Media	31.832.857 €	38.108.714 €	-6.275.857 €
	Media -FCBRM	29.382.500 €	20.066.833 €	9.315.667 €
	Media -FCBRMATM	23.935.455 €	11.077.455 €	12.858.000 €

Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados por Transfermarkt.

II. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DE LA PREMIER LEAGUE INGLESA 2014/15 – 2016/17.

Tal y como se ha explicado en el apartado “Metodología”, para llevar a cabo el análisis de la situación económico-financiera en la que se encuentra la primera división del fútbol profesional en Inglaterra se ha recurrido a las Cuentas Anuales de aquellos equipos que participaron ininterrumpidamente en las temporadas 2014/15, 2015/16 y 2016/17. De este modo, quince han sido los equipos sometidos a estudio: Chelsea FC, Manchester City FC, Arsenal FC, Manchester United FC, Tottenham Hotspurs FC, Liverpool FC, Southampton FC, Swansea City FC, Stoke City FC, Crystal Palace FC, Everton FC, West Ham United FC, West Bromwich Albion FC, Leicester City FC y Sunderland FC.

Debido a la naturaleza de este trabajo, ha requerido especial atención el “*Turnover*” o “Cifra de Negocios” de los estados financieros ya que se busca el origen y reparto de los ingresos de los clubes. Así, los clubes ingleses registran en su mayoría tres epígrafes: *Broadcasting* (o “*Televisión*”), *Matchday* (o “*Taquilla*”), y *Commercial* (o

“Comercialización y Publicidad”). Además, hay clubes que participan asiduamente en competiciones europeas -como el caso del Manchester City FC- que diferencian los ingresos por “*Broadcasting*” de los ingresos por “*Broadcasting – UEFA*”; otros -como el Arsenal FC- incluyen las diferencias entre los ingresos por la venta de los derechos federativos de sus jugadores y la inversión en la adquisición de los de nuevos jugadores. Por esta razón, y de cara a mantener una homogeneidad a lo largo del análisis, los primeros fueron se han incluido en el mismo epígrafe de “*Broadcasting*” y los segundos no fueron tenidos en cuenta y se analizarán más adelante en la sección de “Relación entre los ingresos de los equipos y la inversión en fichajes”.

Con la intención de observar el impacto del aumento de los ingresos en materia de derechos televisivos sobre la inversión en fichajes de los equipos, al igual que en el caso de La Liga, se ha recurrido a la página web alemana especializada en fútbol Transfermarkt para elaborar una tabla con el gasto e ingreso de los clubes a lo largo de estas tres temporadas.

Además, de cara a manejar la misma moneda que en el estudio de La Liga, las cifras presentadas por los clubes fueron transformadas de libras en euros haciendo uso del tipo de cambio vigente en el momento de realización de este trabajo (1,16 £/€).

1. Análisis de los ingresos de los clubes de fútbol ingleses de la Premier League

En las tres temporadas analizadas, los quince equipos estudiados han experimentado un aumento de un 34,8% en su cifra de ingresos, medida a través del importe neto de la cifra de negocios de sus CCAA, desde la 2014/15 hasta la 2016/17.

En términos absolutos, los clubes ingleses han vivido una progresión general en el conjunto de la competición, aunque, como más adelante se hará hincapié, la situación varía en función de la inclusión o no de los seis equipos que han luchado por los puestos más altos de la liga en los últimos años: Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC.

La razón por la que se estima conveniente descartar a los seis clubes arriba mencionados de cara a analizar el impacto real sobre el resto de los equipos se debe al peso que éstos representan sobre el conjunto de la competición. Desde la creación de la Premier League

en 1992, de las 26 ediciones disputadas tan solo dos no han caído en manos del “Top-6”. Aun así, no todos lograron hacerse con el trofeo. Sin ir más lejos, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC mantienen sus vitrinas vacías, mientras que Manchester United FC (13), Chelsea FC (5), Manchester City FC (3) y Arsenal FC (3) han sido los claros dominadores. Las excepciones en estos 26 años fueron Blackburn Rovers FC - actualmente en segunda división- (1994/95) y Leicester City FC (2015/16)⁴⁴. Además, el alcance y la expansión de estos seis equipos han hecho que sus aficionados vayan más allá de la zona geográfica en la que fueron fundados, proyectándose no solo en la mayor parte del territorio británico, sino que también alrededor del mundo.

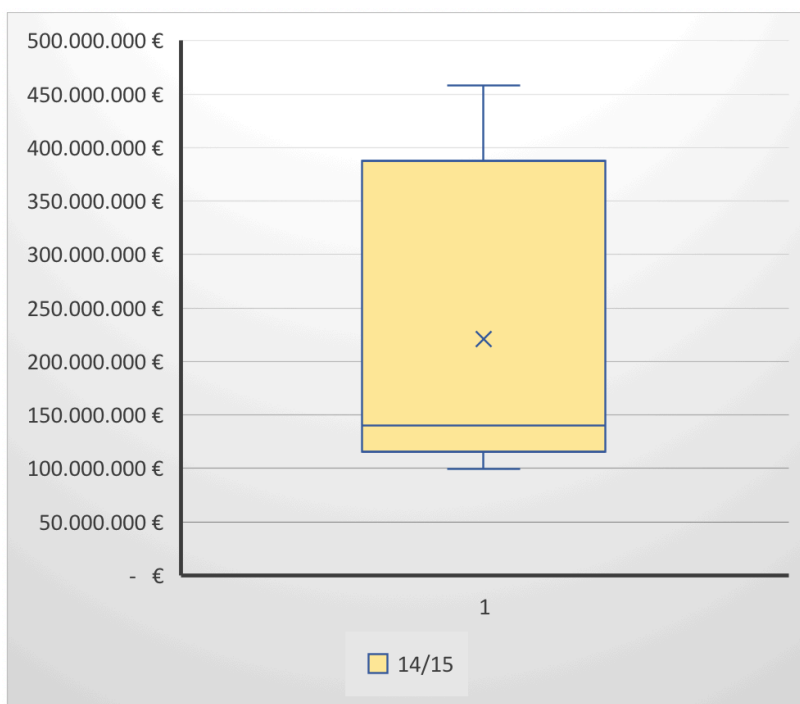
De esta manera, los ingresos percibidos en todas las categorías superan ampliamente al resto de los competidores. Sin ir más lejos, en la temporada 2014/15 Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC representaban el 78,9% del total de ingresos que el conjunto de los clubes percibían en concepto de “*Matchday*”. En esa misma temporada, el “Top-6” supuso el 50,7% del total de ingresos por “*Broadcast*”. Finalmente, en lo que respecta a “*Commercial*”, estos seis clubes alcanzaron el 85,2% del total que el conjunto de equipos de la Premier League percibió a lo largo de la temporada. Así, en cómputo global, el 67% del total de ingresos de los clubes de primera división inglesa tiene su origen en lo percibido por Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC.

Otra razón por la que decidir descartar a estos seis clubes es a través del análisis del diagrama de caja (Gráfico 10). Esta representación gráfica de los datos obtenidos es útil puesto que muestra la dispersión y simetría de los mismos, los valores máximos y mínimos, tres cuartiles y la mediana. Estadísticamente no hay evidencia suficiente para descartar ninguno de los 15 equipos estudiados puesto que todos se encuentran dentro de los tres primeros cuartiles. Sin embargo, por encima de la X -que muestra el valor medio del conjunto (221 millones de euros)- tan solo se encuentran Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC (siendo este último el más bajo de todos con unos ingresos totales por valor de 227 millones de euros). Por debajo, el valor más cercano se encuentra en el West Ham United

⁴⁴ Fuente: <https://www.premierleague.com/history>

FC (140 millones de euros) 7º clasificado en esta materia, registrando un 61,7% menos de ingresos que el 6º clasificado.

Gráfico 10. Diagrama de caja de la temporada 2014/15 de la Premier League en base al total de ingresos de los clubes.



Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

1.1 Análisis de la temporada 2014/15:

En la temporada 2014/15 los niveles de ingresos en el total de la competición fueron los mostrados en la tabla 5. En términos porcentuales:

- “Broadcast” (60%), “Commercial” (24%) y “Matchday” (16%) fueron respectivamente las categorías que más aportaron al total de ingresos de los clubes de primera división.

Sin embargo, y por lo mencionado con anterioridad, si descartamos a Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC por su peso sobre el total, estos porcentajes se ven afectados de la siguiente manera:

- “Broadcast” (74%), “Commercial” (14%) y “Matchday” (12%).

Vista la variación, se pueden sacar distintas conclusiones.

La primera es en referencia al peso que tiene la categoría de “*Matchday*” sobre los equipos. Para Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC que cuentan con sendos estadios que superan los 36.000 asientos (el antiguo estadio del Tottenham Hotspurs FC, White Hart Lane, fue usado durante estas tres temporadas de estudio pero actualmente disputa sus partidos en Wembley hasta que finalice la construcción de su nuevo estadio) y alcanzan los 75.000 espectadores⁴⁵, éste se sitúa de media en el 22%, lo que se traduce en mayores ingresos por volumen de socios y venta de entradas. Para los nueve equipos restantes, los ingresos por “*Matchday*” representan de media solamente el 11%.

La segunda es en lo relativo a lo percibido en concepto de “*Commercial*”. El porcentaje disminuye a medida que retiramos del estudio a los seis equipos principales de la competición. Mientras que con el conjunto de los equipos el porcentaje se sitúa en un 24%, cuando eliminamos a Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC éste se reduce a un 14%. La razón detrás de esta diferencia se puede encontrar en el hecho de que cuentan con un valor de marca⁴⁶ que atrae a las grandes multinacionales del mundo para ligar su imagen a la del club, y además son capaces de vender todo tipo de *merchandising* relacionado con el club. De hecho, estos seis equipos se encuentran dentro de los 10 clubes más valiosos del mundo (7º, 5º, 1º, 6º, 8º y 10º respectivamente)⁴⁷. Este “tirón” mediático también es visible a través de su popularidad en redes sociales. El “Top-6” inglés se encuentra dentro de los 13 clubes del mundo que más seguidores tienen tanto en Facebook, Instagram y Twitter (4º, 10º, 3º, 6º, 9º y 13º respectivamente)⁴⁸.

La tercera y última tiene que ver con la sección referente a los ingresos por “*Broadcast*”. Este apartado, que representa el 60% del total de ingresos de la liga, es quizás en el que mejor se aprecia la diferencia que existe entre el “Top-6” y el resto de los equipos. Mientras que los primeros concentran el 78,9% del dinero procedente de los derechos televisivos, los otros nueve tienen que repartirse el 21,1% restante. En esta temporada, Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y

⁴⁵ Fuente: <https://www.worldfootball.net/venues/eng-premier-league-2016-2017/>

⁴⁶ Fuente: <https://www.statista.com/statistics/236255/teams-of-the-english-premier-league-by-brand-value/>

⁴⁷ Fuente: <https://www.forbes.com/soccer-valuations/list/#tab:overall>

⁴⁸ Fuente: <https://www.businessinsider.es/the-20-most-popular-rich-list-football-teams-on-social-media-2018-8?page=18>

Tottenham Hotspurs FC, además de Everton FC, disputaron competiciones europeas, lo que supuso un aumento de ingresos en concepto de “*Broadcast*” de competiciones UEFA. Manchester City FC, Arsenal FC y Chelsea FC fueron apeados de la máxima competición europea en octavos de final, mientras que el Liverpool FC cayó en la fase de grupos. En la Europa League, el Everton FC avanzó hasta cuartos de final, mientras que Tottenham Hotspurs FC y Liverpool FC -tras su fallida participación en la Champions League- cayeron eliminados en dieciseisavos de final.

Tabla 5. Desglose de ingresos para la temporada 2014/15 en Premier League⁴⁹.

14/15	Matchday	Broadcast	Commercial	Total
MNC	50.262.800 €	157.094.160 €	200.691.600 €	408.048.560 €
MNU	105.096.000 €	124.932.000 €	228.404.000 €	458.432.000 €
TOT	53.328.680 €	105.021.760 €	69.446.880 €	227.797.320 €
LIV	68.388.960 €	142.263.560 €	134.926.560 €	345.579.080 €
CHE	82.102.480 €	157.255.400 €	154.677.880 €	394.035.760 €
ARS	124.100.280 €	144.726.240 €	119.038.040 €	387.864.560 €
EVE	20.768.640 €	94.760.400 €	30.134.480 €	145.663.520 €
LEI	12.359.800 €	85.463.000 €	23.324.120 €	121.146.920 €
CRP	11.885.687 €	92.415.191 €	14.478.447 €	118.779.325 €
SWA	8.967.614 €	98.660.826 €	8.199.847 €	115.828.288 €
WHM	23.125.760 €	91.609.840 €	25.330.920 €	140.066.520 €
WBA	9.252.160 €	77.465.000 €	12.559.320 €	99.276.480 €
SOU	21.224.743 €	97.642.533 €	9.450.702 €	128.317.977 €
STO	8.828.760 €	89.751.520 €	14.590.000 €	113.170.280 €
SUN	12.500.160 €	80.122.360 €	19.905.600 €	112.528.120 €
Total	612.192.524 €	1.639.183.789 €	1.065.158.397 €	3.316.534.710 €
Total -Top6	128.913.324 €	807.890.669 €	157.973.437 €	1.094.777.430 €

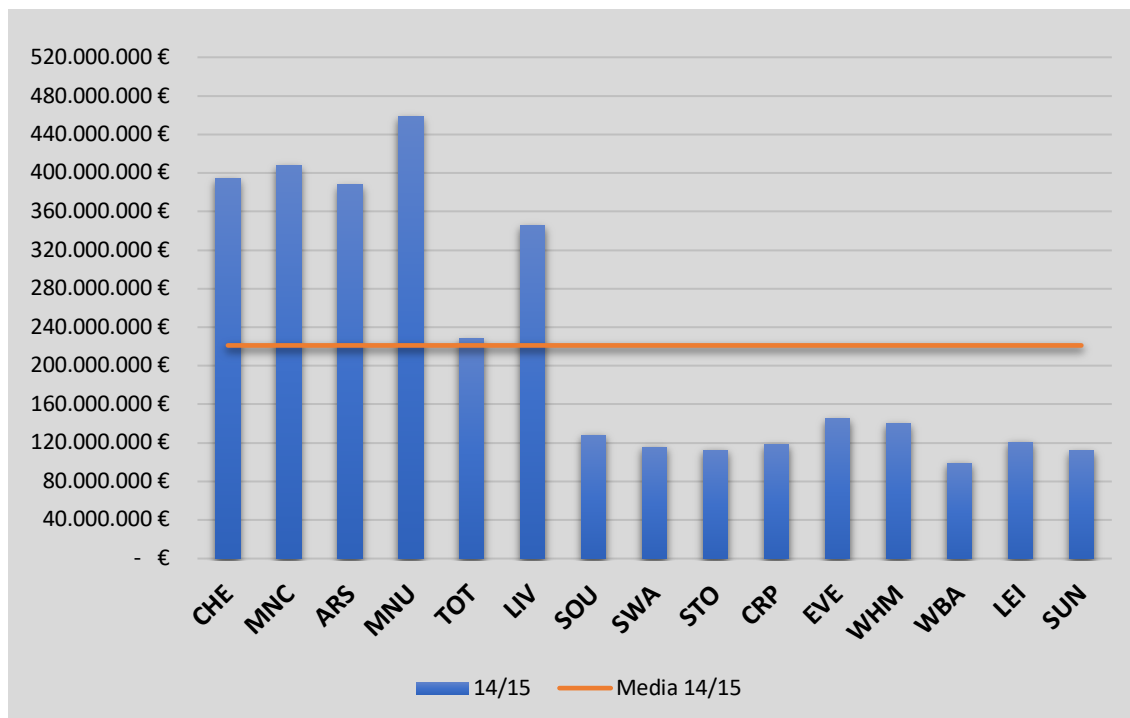
Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos

Finalmente, atendiendo a los gráficos 11 y 12, se puede apreciar claramente la diferencia que existe entre Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC respecto al resto de participantes de la Premier League. Si, como en el gráfico 11, el análisis se basa en la totalidad de equipos, resulta sencillo llegar a la conclusión de que la competición liguera inglesa cuenta en su conjunto con unos ingresos totales medios por valor de 221 millones de euros. Y, sin embargo, la realidad para los nueve equipos que luchan con los seis mencionados anteriormente es algo distinta. Cuando se estudian estos nueve por separado (Gráfico 12), el resultado de la media de ingresos se sitúa en 121,6 millones de euros, un 55% menos que la media

⁴⁹ Total -Top6: la suma de cada columna del conjunto de equipos con la excepción de Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC.

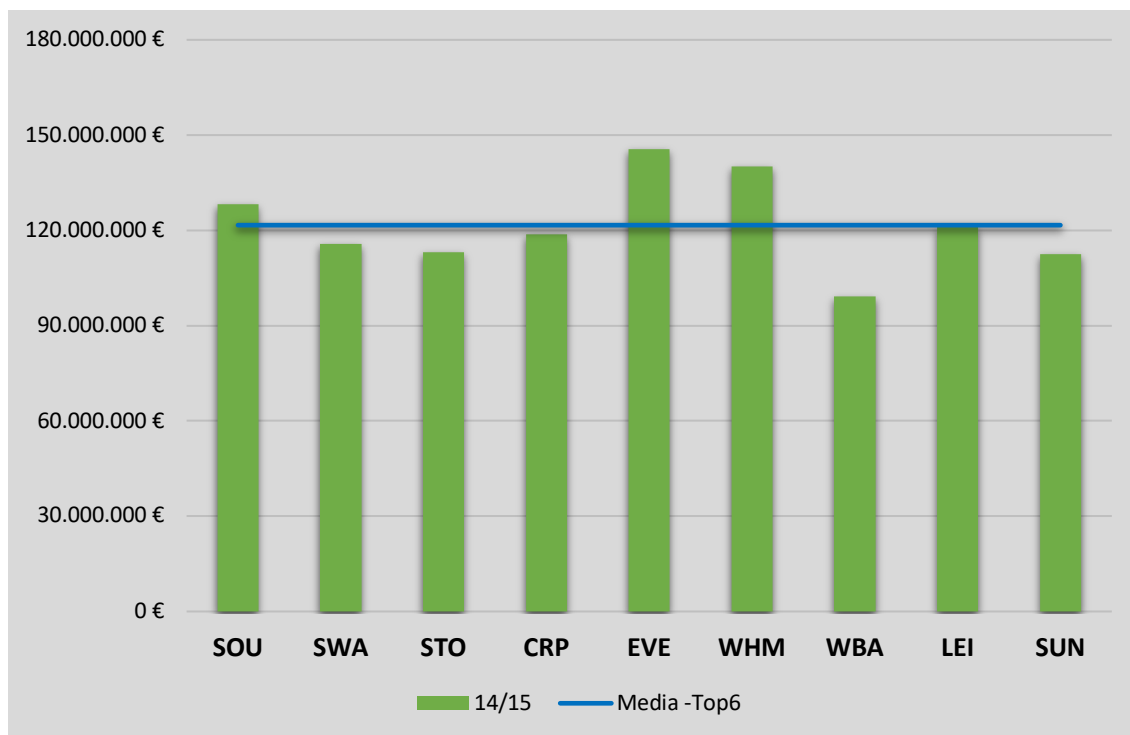
anterior. Además, de estos nueve, tan solo el West Bromwich Albion FC no supera la barrera de los 100 millones de euros de ingresos (99,2 millones).

Gráfico 11. Total Ingresos Premier League 2014/15 y su media.



Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

Gráfico 12. Total Ingresos Premier League 2014/15 sin Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC, y su media.



Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

1.2 Análisis de la temporada 2015/16:

La tabla 6 muestra los niveles de ingresos correspondientes a la temporada 2015/16, periodo en el que las tres categorías experimentaron pequeños aumentos en el total de la cantidad percibida por el conjunto de los clubes. Su porcentaje respecto al total de ingresos en orden de importancia es el siguiente:

- “*Broadcast*” (60%), “*Commercial*” (24%) y “*Matchday*” (16%) fueron respectivamente las categorías que más aportaron al total de ingresos de los clubes de la Premier League, para un total de 3.582.958.323 €, lo que supone un incremento de ocho puntos porcentuales respecto a la temporada anterior.

Al igual que antes, si se elimina a Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC de la ecuación, los porcentajes varían de la siguiente manera:

- “*Broadcast*” (74%), “*Commercial*” (14%) y “*Matchday*” (12%).

En esta campaña resulta interesante comprobar cómo los porcentajes no han variado tanto cuando se tiene en cuenta al “Top-6” como cuando este se elimina de la ecuación para ver la distribución de los ingresos entre los nueve equipos restantes. Aun así, al igual que con la temporada anterior, las razones detrás de estos porcentajes se pueden dividir en tres apartados.

La primera es en relación con “*Matchday*”. En comparación con la temporada anterior, este epígrafe ha sufrido una variación positiva de un 3,1%, alcanzando un valor total de más de 631 millones de euros. Descartando a Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC, esta cifra aumentó un 8,9% o, lo que es lo mismo, casi 12 millones de euros. En gran medida, este crecimiento se debió a los 8 millones extra percibidos por el West Ham United FC respecto a la temporada 2014/15, cuyo estadio alcanza los 60.000 espectadores⁵⁰. Respecto al “Top-6”, la pérdida de 18 millones de euros del Arsenal FC en concepto de “*Taquilla*” fue compensada por Manchester City FC y Tottenham Hotspurs FC que, en comparación con el curso pasado, ganaron 10 y 12 millones de euros más respectivamente. En cualquier caso, este estancamiento porcentual se pudo deber al hecho de que ningún club trasladó sus actividades a un estadio nuevo, por lo que el aforo se mantuvo estable para todos ellos.

En cuanto al concepto de “*Commercial*”, éste experimentó el menor crecimiento de las tres categorías, con un 0,8% respecto al año anterior. De los nueve clubes más pequeños, tan solo dos -West Ham United FC y Sunderland FC- lograron superar la barrera del 20% de ingresos por medio de “*Commercial*”, sufriendo el Everton FC una caída de 17,5 puntos porcentuales respecto a la temporada anterior. Respecto a los seis clubes más grandes, el Chelsea FC fue el equipo que registró el mayor movimiento, sufriendo una pérdida del 12,6% (19,5 millones de euros). De los seis, tan solo Arsenal FC y Tottenham Hotspurs FC (24% y 28% respectivamente) estuvieron por debajo del 35% de ingresos en esta materia. El Manchester United FC, con un 50% del total de sus ingresos, hizo gala de su poderío a nivel comercial. Es curioso ver que, por lo general, los clubes no vieron aumentar sus partidas por “*Comercialización y Publicidad*” dada, como se ha mencionado anteriormente en el trabajo, la expansión que está viviendo la competición inglesa a nivel comercial.

⁵⁰ Fuente: <https://www.worldfootball.net/venues/eng-premier-league-2016-2017/>

La última está relacionada con la variación en los ingresos por “*Broadcast*”. Respecto al curso anterior, el volumen total de ingresos para el conjunto de la liga ha ascendido un 7%, un 6,5% para los nueve clubes que menos dinero generan. Dado que los clubes ingleses incluyen su facturación por competiciones europeas dentro de este epígrafe, resulta clave analizar su rendimiento tanto en la UEFA Champions League como en la UEFA Europa League. En lo que respecta a la primera, el Manchester City FC fue el representante inglés que más lejos llegó en la competición, alcanzando las semifinales y siendo apeado por el Real Madrid (campeón). Chelsea FC y Arsenal FC fueron eliminados en octavos de final⁵¹. El Manchester City FC facturó un total de 83,8 millones de euros, el Chelsea FC 69 millones y el Arsenal FC 53 millones⁵². En cuanto a la Europa League, el Liverpool FC logró alcanzar la final en esta edición, pero claudicó ante el Sevilla CF. Por su parte, Manchester United FC y Tottenham Hotspurs FC no lograron superar la barrera de octavos de final⁵³. De esta forma, el Liverpool FC facturó un total de 37,8 millones de euros, el Manchester United FC 3,8 millones (puesto que accedió a través de la Champions League, donde facturó 38,1 millones) y el Tottenham Hotspurs FC 20,8 millones⁵⁴. Al margen de los grandes equipos, el Leicester City FC logró proclamarse campeón de la Premier League 2015/16 y vio aumentar sus ingresos por derechos televisivos un 28,5%.

⁵¹ Fuente: <https://es.uefa.com/uefachampionsleague/history/season=2016/matches/#/all>

⁵² Fuente:

https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/competitions/General/02/41/82/55/2418255_DOWNLOAD.pdf

⁵³ Fuente: <https://es.uefa.com/uefaeuropaleague/season=2016/matches/index.html#/all>

⁵⁴ Fuente:

https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/competitions/General/02/41/82/56/2418256_DOWNLOAD.pdf

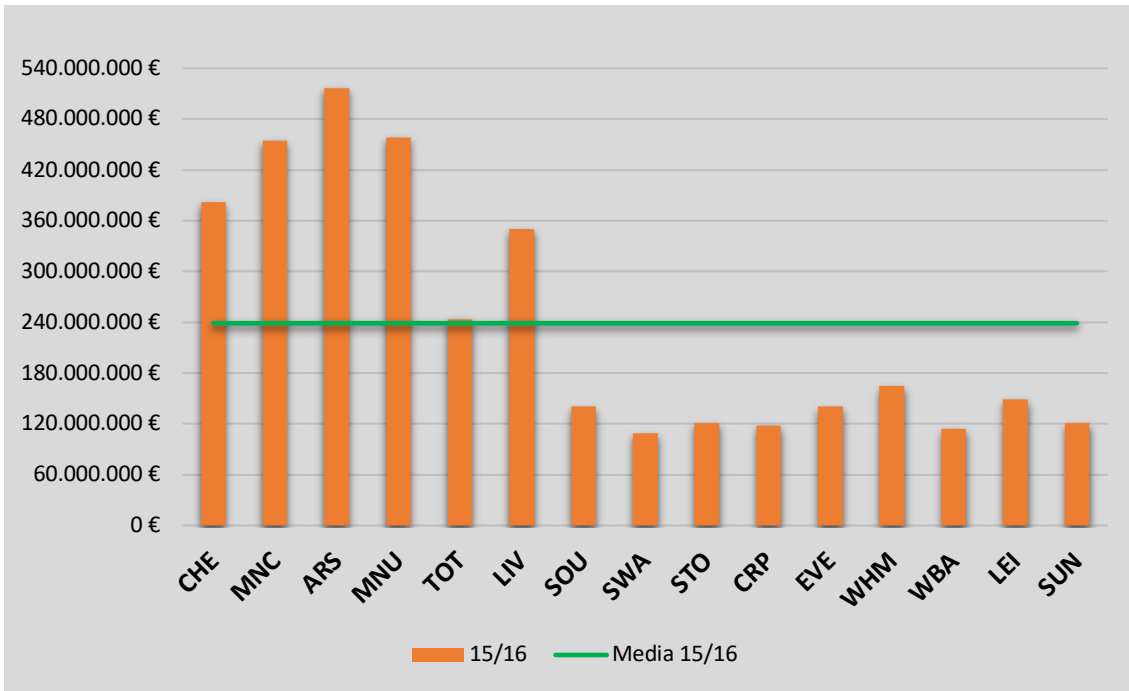
Tabla 6. Desglose de ingresos para la temporada 2015/16 en la Premier League.

15/16	Matchday	Broadcast	Commercial	Total
MNC	60.926.680 €	187.201.960 €	206.329.200 €	454.457.840 €
MNU	105.076.280 €	124.890.240 €	228.439.960 €	458.406.480 €
TOT	65.305.680 €	110.012.080 €	68.015.440 €	243.333.200 €
LIV	72.440.840 €	143.417.760 €	134.188.800 €	350.047.400 €
CHE	80.823.000 €	165.802.280 €	135.156.240 €	381.781.520 €
ARS	106.179.440 €	162.985.800 €	123.151.400 €	516.458.680 €
EVE	20.445.000 €	95.700.000 €	24.842.560 €	140.987.560 €
LEI	13.414.240 €	109.825.320 €	26.066.360 €	149.305.920 €
CRP	13.856.200 €	90.483.480 €	13.766.880 €	118.106.560 €
SWA	8.731.236 €	91.850.405 €	8.601.241 €	109.182.883 €
WHM	31.230.680 €	100.584.760 €	32.977.640 €	164.793.080 €
WBA	8.927.360 €	91.492.680 €	13.650.880 €	114.070.920 €
SOU	21.903.120 €	104.898.800 €	13.664.800 €	140.466.720 €
STO	9.767.200 €	92.186.360 €	18.882.480 €	120.836.040 €
SUN	12.083.720 €	83.039.760 €	25.600.040 €	120.723.520 €
Total	631.110.676 €	1.754.371.685 €	1.073.333.921 €	3.582.958.323 €
Total -Top6	140.358.756 €	860.061.565 €	178.052.881 €	1.178.473.203 €

Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

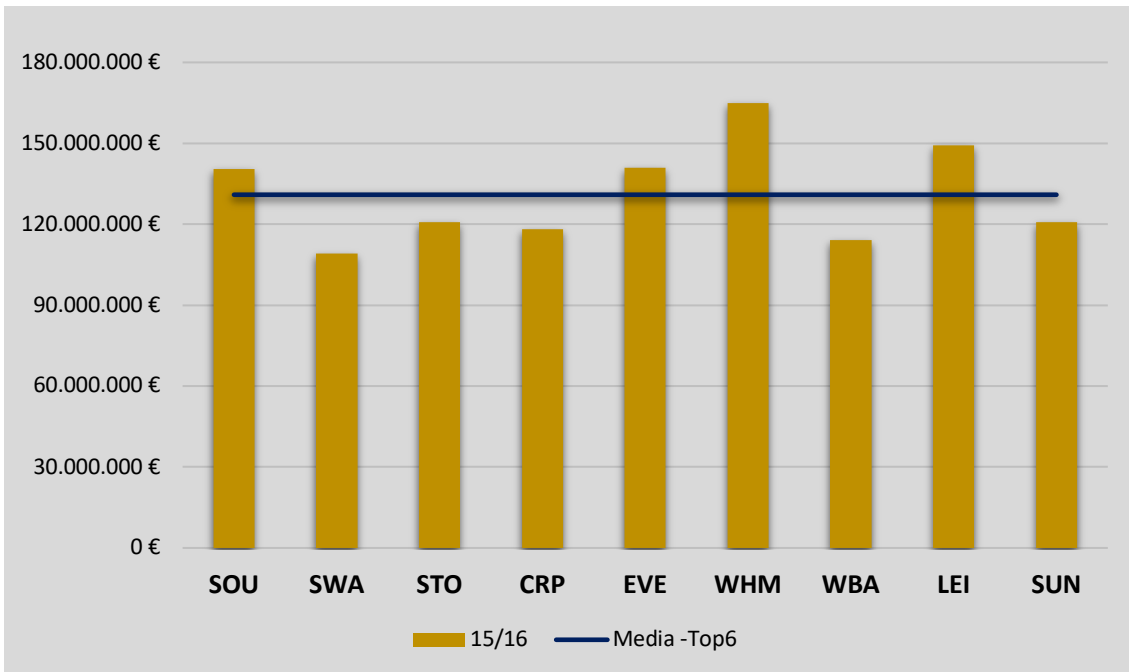
Finalmente, atendiendo a los gráficos 13 y 14, se puede apreciar claramente la diferencia que existe, de nuevo, entre Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC y el resto de los participantes de la Premier League. Si, como en el gráfico 13, el análisis se basa en la totalidad de equipos, resulta sencillo llegar a la conclusión de que la competición liguera inglesa cuenta en su conjunto con unos ingresos totales medios por valor de 238,8 millones de euros. Y, sin embargo, la realidad para los nueve equipos que luchan con los seis mencionados anteriormente es algo distinta. Cuando se estudian estos nueve por separado (Gráfico 14), el resultado de la media de ingresos se sitúa en 130,9 millones de euros. La ratio entre ambos grupos ha pasado de ser 1:1,81 a 1:1,82, empeorando así marginalmente la situación. Además, de estos nueve, tan solo el Swansea City FC no supera la barrera de los 110 millones de euros de ingresos (109,1 millones).

Gráfico 13. Total Ingresos Premier League 2015/16 y su media.



Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

Gráfico 14. Total Ingresos Premier League 2015/16 sin Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC, y su media.



Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

1.3 Análisis de la temporada 2016/17:

La tabla 7 muestra los niveles de ingresos correspondientes a la temporada 2016/17, periodo en el que las tres categorías experimentaron un salto importante en el total de la cantidad percibida por el conjunto de los clubes. Su porcentaje respecto al total de ingresos, en orden de importancia, es el siguiente:

- “*Broadcast*” (65%), “*Commercial*” (22%) y “*Matchday*” (13%) fueron respectivamente las categorías que más aportaron al total de ingresos de los clubes de la Premier League, para un total de 4.469.543.982 €, lo que supone un incremento de un 24,7% respecto a la temporada anterior y el establecimiento de un máximo histórico hasta la fecha.

Al igual que antes, si se elimina a Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC de la ecuación, los porcentajes varían de la siguiente manera:

- “*Broadcast*” (80%), “*Commercial*” (12%) y “*Matchday*” (8%).

En esta campaña se puede apreciar la variación que, como veremos más adelante, han vivido los tres epígrafes, con especial atención a la subida del 41,6% de los ingresos por derechos televisivos que, con el paso de las temporadas, han ido aumentando su peso sobre el total de ingresos de los clubes de la Premier League en detrimento del “*Matchday*”. Al igual que con las dos temporadas anteriores, las razones detrás de estos porcentajes y cifras se pueden dividir en tres apartados.

La primera es en relación con “*Matchday*”. En comparación con la temporada anterior, este epígrafe ha sufrido una variación positiva de un 8,1%, alcanzando un valor total de más de 682 millones de euros; respecto a la temporada 2014/15, el aumento fue de un 11,5%. Descartando a Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC, esta cifra sufrió un leve descenso de un 0,1%. Respecto a la 2014/15, el aumento fue del 8,8%. Este crecimiento se debió principalmente al incremento que vivieron Manchester United FC (18 millones de euros), Tottenham Hotspurs FC (32 millones de euros al disputar sus encuentros europeos en

Wembley⁵⁵, con capacidad para 90.000 espectadores) y Liverpool FC (13 millones de euros tras la renovación de una de las gradas de su estadio⁵⁶).

En cuanto al epígrafe de “*Commercial*”, este experimentó en segundo mayor aumento de las tres categorías. Tras una subida del 0,8% la temporada anterior, en la 2016/17 el aumento fue del 21,3%; con respecto a la 2014/15 la subida total fue del 22,3%. Para los clubes más pequeños el crecimiento fue aun mayor. Tras una variación positiva del 15,6% de esta campaña, la subida frente a la temporada 2014/15 fue del 30,3%. El único club que vio reducidos sus ingresos fue el Sunderland FC por valor de 3,6 millones de euros. El Manchester United volvió a demostrar su poderío en materia de “*Comercialización y Publicidad*” y vio sus ingresos aumentar un 36% (82,8 millones de euros). Otro equipo que vivió una fuerte crecida fue el West Ham United, con un incremento porcentual respecto al curso anterior de 24,5% (8,1 millones de euros). En esta temporada sí que parecen verse los frutos de la expansión comercial en la que la Premier League se halla sumergida.

La última está relacionada con la variación en los ingresos por “Broadcast”. Respecto al curso anterior, el volumen total de ingresos para el conjunto de la liga ha ascendido un 41,6%, un 52,8% para los nueve clubes que menos dinero generan. Respecto a la campaña 2014/15, el porcentaje aumentó hasta el 51,6% y 62,7% respectivamente. Este considerable aumento puede deberse a dos cuestiones. La primera tiene que ver con el nuevo contrato de venta de derechos televisivos que firmó la liga inglesa para el periodo comprendido entre 2016 y 2019 por valor de 5.136 millones de libras, el más alto de su historia. Este nuevo contrato, si bien favoreció al conjunto de los equipos (730,3 millones de euros más), resultó especialmente beneficioso para los equipos fuera del “Top-6” debido a su tamaño y poder adquisitivo más pequeños (obteniendo el 62,2% de la cantidad anteriormente mencionada).

Además, cabe destacar de nuevo el papel que desempeñaron los clubes ingleses en las competiciones continentales UEFA. En lo que respecta a la Champions League, el Leicester City FC -campeón de la Premier League 2015/16- fue quien llegó más lejos, alcanzando los cuartos de final. Mientras tanto, el Manchester City FC y el Arsenal FC

⁵⁵ Fuente: <https://www.telegraph.co.uk/football/2016/11/24/mauricio-pochettino-confirms-tottenham-will-play-possible-europa/>

⁵⁶ Fuente: <https://www.telegraph.co.uk/football/2018/03/01/liverpools-new-main-stand-earns-club-extra-12m-last-year/>

fueron apeados en octavos de final⁵⁷. El Leicester City FC facturó por su participación un total de 81,6 millones de euros, el Manchester City FC 50,2 millones y el Arsenal FC 64,5 millones⁵⁸. En cuanto a la Europa League, el Manchester United FC logró llevarse el título venciendo en la final al Ajax de Ámsterdam. El Tottenham Hotspurs FC por su parte fue apeado de la competición en dieciseisavos de final y el Southampton FC en la fase de grupos⁵⁹. Las cantidades percibidas por estos tres clubes fueron de 44,5 millones de euros, 2,3 millones y 15,1 millones respectivamente. Sin embargo, debido a que el Tottenham Hotspurs FC llegó a la competición tras su eliminación en fase de grupos de la Champions League, el total de su participación europea le reportó 45,5 millones de euros⁶⁰. De esta forma, el Leicester City FC fue el principal ganador al facturar unos ingresos extraordinarios que catapultaron su cifra por “Broadcast” e influyó sobre el resto de la competición.

Tabla 7. Desglose de ingresos para la temporada 2016/17 en la Premier League.

16/17	Matchday	Broadcast	Commercial	Total
MNC	60.166.880 €	236.053.040 €	252.895.080 €	549.115.000 €
MNU	123.640.920 €	162.910.400 €	311.248.880 €	597.800.200 €
TOT	97.155.800 €	173.721.600 €	84.454.960 €	355.332.360 €
LIV	85.287.840 €	178.965.960 €	158.271.560 €	422.525.360 €
CHE	76.002.040 €	188.437.360 €	154.677.880 €	419.117.280 €
ARS	99.898.040 €	230.321.480 €	135.097.080 €	465.316.600 €
EVE	16.314.240 €	151.420.600 €	31.007.960 €	198.742.800 €
LEI	19.091.280 €	221.350.040 €	29.853.760 €	270.295.080 €
CRP	12.306.440 €	135.636.480 €	17.629.680 €	165.572.600 €
SWA	8.555.863 €	126.830.685 €	9.806.195 €	145.192.742 €
WHM	33.182.960 €	138.413.520 €	41.077.920 €	212.674.400 €
WBA	7.852.040 €	137.737.240 €	14.431.560 €	160.020.840 €
SOU	24.275.320 €	165.842.880 €	16.749.240 €	206.867.440 €
STO	8.307.920 €	126.111.720 €	23.287.000 €	157.706.640 €
SUN	10.373.880 €	110.926.160 €	21.964.600 €	143.264.640 €
Total	682.411.463 €	2.484.679.165 €	1.302.453.355 €	4.469.543.982 €
Total -Top6	140.259.943 €	1.314.269.325 €	205.807.915 €	1.660.337.182 €

Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

⁵⁷ Fuente: <https://es.uefa.com/uefachampionsleague/season=2017/matches/#/all>

⁵⁸ Fuente:

https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/competitions/General/02/51/12/21/2511221_DOWNLOAD.pdf

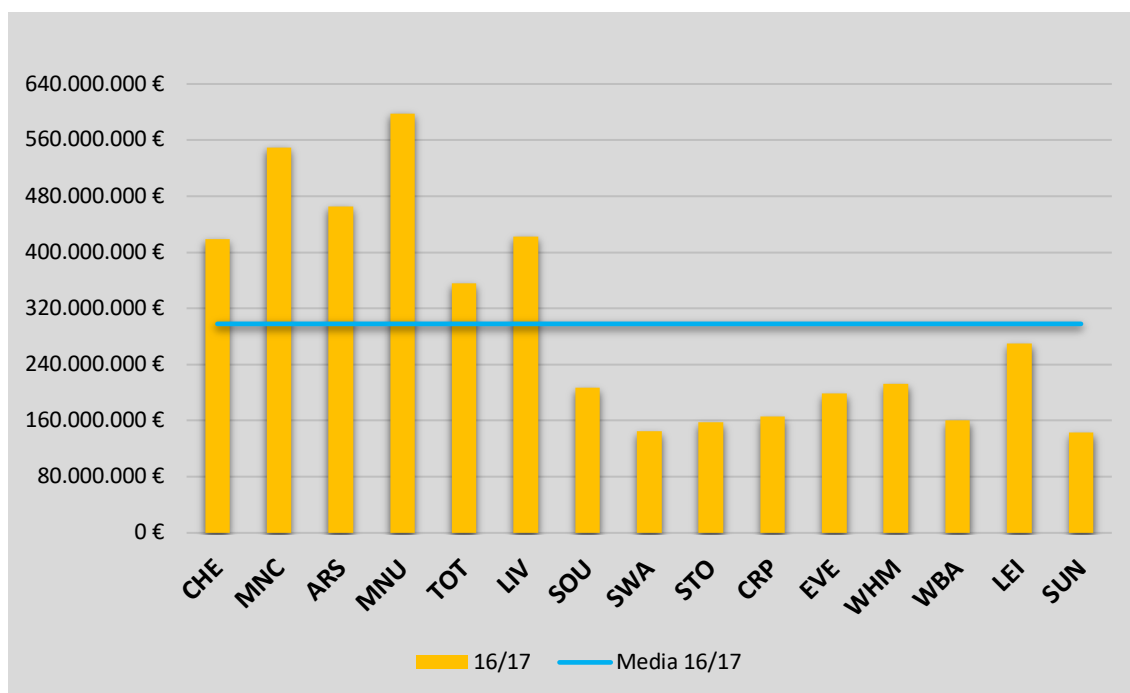
⁵⁹ Fuente: <https://es.uefa.com/uefaeuropaleague/season=2017/matches/index.html#/all>

⁶⁰ Fuente:

https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/competitions/General/02/51/12/27/2511227_DOWNLOAD.pdf

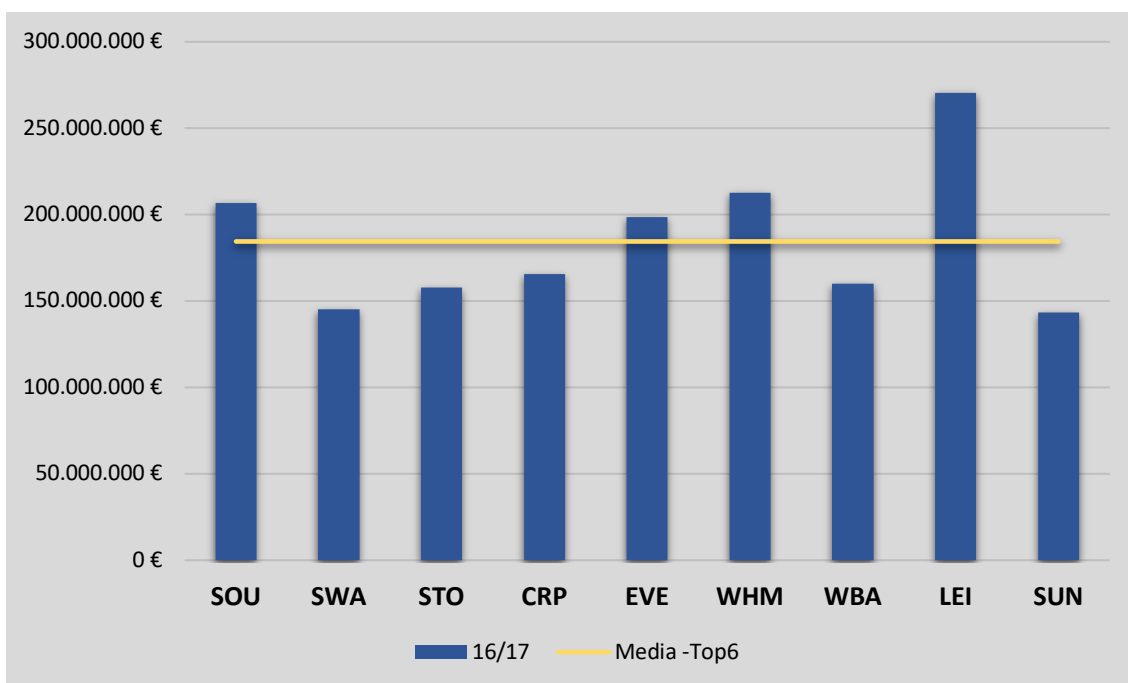
Finalmente, atendiendo a los gráficos 15 y 16, se puede apreciar claramente la diferencia que existe, de nuevo, entre Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC y el resto de los participantes de la Premier League. Aunque bien es cierto que, tras su participación en la UEFA Champions League, el Leicester City FC (270,2 millones en ingresos) fue el equipo que más logró acercarse a la media del conjunto de los equipos (297,9 millones de euros). El resto se mantuvo a una distancia superior a los 90 millones de euros. La media del total de ingresos de los nueve equipos más pequeños también se vio marcada por la exitosa campaña europea del campeón inglés de la temporada 2015/16. Situada en los 184,4 millones, cuatro de los nueve equipos lograron sobrepasarla. La ratio entre ambos grupos ha pasado de ser 1:1,82 a 1:1,61, logrando así una mejora de la igualdad competitiva en materia de ingresos. Además, tan solo el Sunderland FC -que acabó descendiendo de categoría- se situó por debajo de los 145 millones de euros de ingresos totales (143,2 millones).

Gráfico 15. Total Ingresos Premier League 2016/17 y su media.



Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

Gráfico 16. Total Ingresos Premier League 2016/17 sin Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC, y su media.



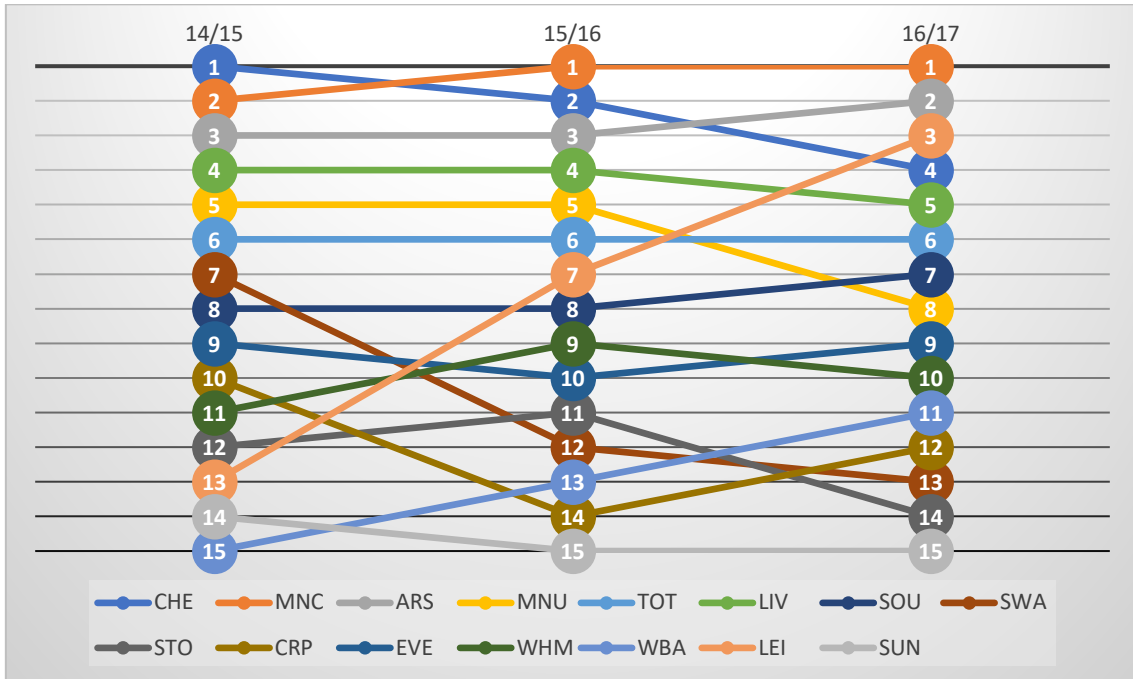
Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

2. Comparativa de la Clasificación en la Premier League y Clasificación por Ingresos de Televisión de las temporadas 2014/15 a la 2016/17 y su relación.

Dado que, como se ha visto anteriormente, los ingresos por “Televisión” suponen la mayor parte del total de los ingresos de los clubes de Premier League, a continuación, se analizará el impacto que éstos tienen sobre la clasificación final de la competición a lo largo de las tres temporadas de estudio. Para ello, se hará uso de los gráficos 17 y 18 que mostrarán la evolución de cada uno de los equipos de primera división.

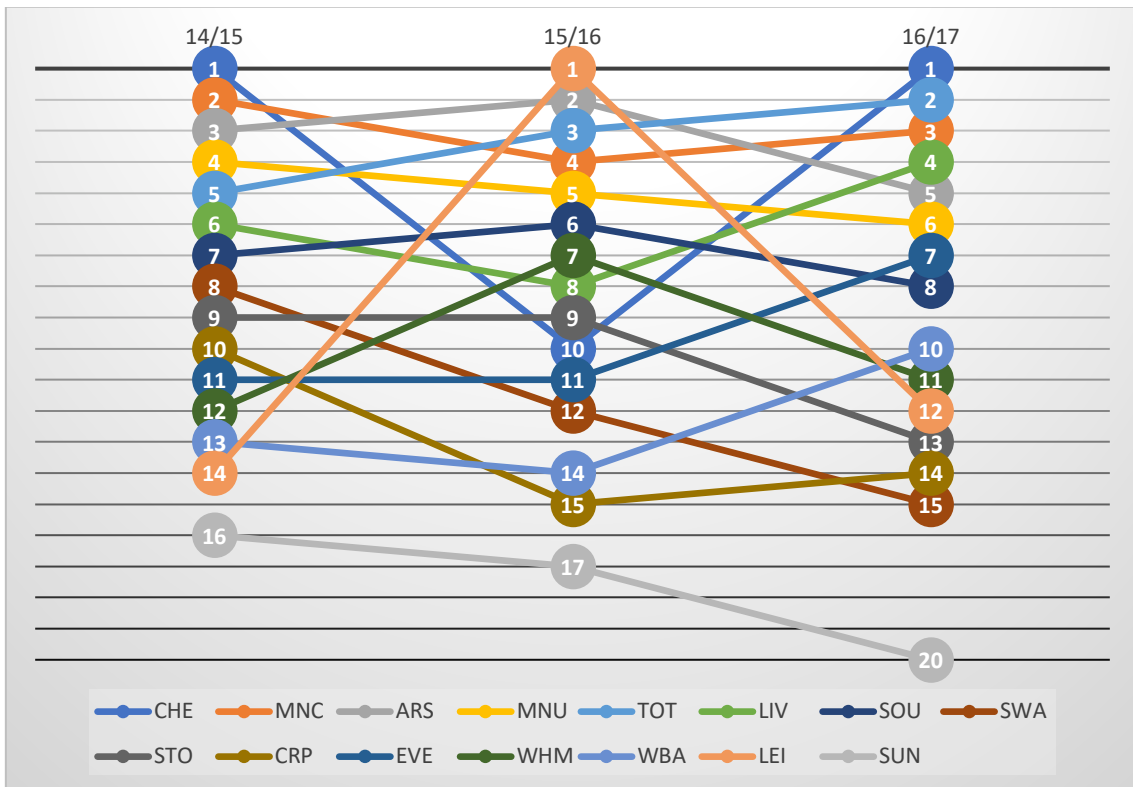
- El gráfico 17 refleja la posición en la que cada club afrontó el inicio de cada temporada en concepto de ingresos por “Televisión”.
- El gráfico 18 refleja la posición en la que cada club finalizó la competición en relación con los puntos obtenidos tras la celebración de las 38 jornadas ligueras.

Gráfico 17. Clasificación por Ingresos de Televisión en la Premier League en las temporadas 2014/15 a la 2016/17.



Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales de los equipos.

Gráfico 18. Clasificación a la conclusión de las 38 jornadas de competición en las temporadas 2014/15 a la 2016/17 de la Premier League.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicado por La Liga.

Como se puede comprobar, las seis primeras plazas de la clasificación a lo largo de las tres temporadas fueron ocupadas, en su mayoría, por los equipos del “Top-6”. Chelsea FC (en dos ocasiones), Manchester City FC (en tres ocasiones), Arsenal FC (en dos ocasiones), Tottenham Hotspurs FC (en dos ocasiones), Manchester United FC (en una ocasión) y Liverpool FC (en una ocasión) ocuparon las plazas que dan derecho a acceso a la UEFA Champions League (del 1º al 4º clasificado). Respecto a la UEFA Europa League (del 5º al 6º), Manchester United FC (en dos ocasiones), Tottenham Hotspurs FC (en una ocasión), Liverpool FC (en una ocasión) y Arsenal FC (en una ocasión) fueron los equipos que finalizaron en estas plazas durante las temporadas 2014/15, 2015/16 y 2016/17. Los únicos equipos que lograron romper con esta hegemonía fueron Leicester City FC (1º en la 2015/16) y Southampton FC (6º en la 2015/16). Estas plazas tienen su repercusión sobre el volumen de ingresos por derechos televisivos puesto que el reparto de la Premier League se basa en un 25% en la posición conseguida al final de la temporada.

En cuanto al ranking por ingresos de derechos audiovisuales, Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC ocupan las seis primeras plazas en cada una de las tres temporadas analizadas. La excepción es la 2016/17, cuando el Manchester United FC fue relegado a la octava plaza en materia de ingresos, siendo superado por Southampton FC (7º) y Leicester City FC (3º). Estos dos últimos vieron cómo su exitosa campaña 2015/16 sobre el terreno de juego se tradujo en un incremento de los ingresos por derechos televisivos tanto por la Premier League como, al año siguiente, por la UEFA. El caso del Leicester City FC es el más representativo de cómo los clubes pueden ascender en la clasificación. El club de la ciudad de Leicester sufrió la siguiente evolución: 13º, 7º y 3º en la 2014/15, 2015/16 y 2016/17 respectivamente.

La poca variación que se aprecia en relación con la posición que ocupan los clubes ingleses en concepto de ingresos por derechos televisivos no se corresponde con los cambios que se dan en la clasificación por puntos a final de la temporada. Si bien es cierto que los seis puestos más altos suelen repartirse entre Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC, la máxima competición inglesa permite que la previsibilidad sea baja. El caso del Leicester City FC -previamente mencionado- o el del Chelsea FC -que se proclamó campeón en la 2014/15

y 2016/17 pero cayó al 10º puesto en la 2015/16- son representativos de los cambios en la clasificación que se pueden dar en la Premier League de un año a otro. Y, a su vez, el hecho de que un mayor poder adquisitivo no asegura un mejor resultado sobre el césped. En la temporada 2016/17 las mayores diferencias (entre la “Clasificación por ingresos de televisión” y la “Clasificación obtenida a final de temporada”) positivas las registraron Tottenham Hotspurs FC (+4) y Chelsea FC (+3); mientras que las negativas las vivieron Leicester City FC (-9) y Sunderland FC (-5).

Dada la variación que se aprecia en la Premier League, parece razonable señalar que para el periodo analizado el volumen de ingresos por televisión está ligado con la clasificación final en liga siempre y cuando se diferencia el “Top-6” del resto de los equipos que forman la competición. A su vez, en cada uno de los grupos, la alternancia en las distintas posiciones clasificatorias demuestra que el total de ingresos por televisión no tiene tanto peso sobre el resultado final del curso.

3. Relación entre los ingresos de los equipos y la inversión en fichajes.

La tabla 8 muestra el desglose del volumen total de dinero que se ha movido a lo largo de las tres temporadas estudiadas. Los “*Ingresos*” recogen el importe recibido por parte de los clubes a la hora de vender los derechos federativos de sus jugadores a otros equipos, mientras que la “*Inversión*” hace referencia al importe que los clubes dedicaron a la adquisición de los derechos federativos a otros clubes para la contratación de nuevos jugadores para mejorar el nivel de sus plantillas. La “*Diferencia*” refleja la diferencia entre el dinero recibido y el dinero invertido en estas contrataciones. Además, encontramos la “*Media*” de estos tres apartados, así como la “*Media -Top6*” que hace referencia a la media sin contar a Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC.

La temporada 2014/15 refleja el poder adquisitivo que poseen los clubes de la Premier League. La inversión total en fichajes fue de 1.056 millones de euros, mientras que los ingresos apenas superaron los 600 millones. Ello resultó en un balance media negativo por valor de 30 millones de euros. Sin embargo, si se analiza el resultado sin el “Top-6”, el balance negativo se situó en los 12 millones, lo que significa que estos nueve clubes fueron más cautos a la hora de moverse en el mercado de fichajes. Del total de 15 equipos, tan solo cuatro obtuvieron balances positivos: Southampton FC (27,7 millones), Swansea

City FC (20,3 millones), Chelsea FC (7,1 millones) y Stoke City FC (2 millones). Los clubes con el peor balance de la temporada fueron Manchester United FC (-146 millones) y Arsenal FC (-91,1 millones).

La temporada 2015/16 se caracterizó por un cambio en las políticas de inversión en fichajes de los dos grupos. Mientras que el “Top-6” redujo un 8% la cantidad dedicada a la contratación de nuevos jugadores, la cantidad percibida por el traspaso de los derechos federativos de estos aumentó un 10%. Por el contrario, los nueve equipos más pequeños invirtieron un 34% más en fichajes y obtuvieron un 23% menos que la campaña anterior en concepto de ingresos por la venta de los derechos federativos. Aun así, tan solo Tottenham Hotspurs FC (16,5 millones) obtuvo un balance positivo. El Manchester City FC (140,8 millones) fue el equipo que mayor balance negativo consiguió en la campaña 2015/16, seguido del Sunderland FC (55,5 millones) -equipo que una temporada más tarde sería relegado a la segunda división-. Detrás de este aumento en la inversión por parte de los clubes de la parte baja de la clasificación puede encontrarse el hecho de que contaran con el dinero proveniente del nuevo contrato de venta de derechos televisivos, que repartiría unas cantidades históricas.

La temporada 2016/17 experimentó aumentos del 28%, 25% y 33% en concepto de “*Inversión*”, “*Ingresos*” y “*Diferencia*”. Mientras que Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC invirtieron en su conjunto 807,8 millones de euros (+19% respecto a la 2015/16), la cantidad ingresada se redujo a 338,4 millones (-22% respecto al curso anterior). Everton FC, Leicester FC, Crystal Palace FC, Swansea City FC, West Ham United FC, West Bromwich Albion FC, Southampton FC, Stoke City FC y Sunderland FC dedicaron en total 607,7 millones de euros a la contratación de nuevos futbolistas (+43% respecto al curso anterior), siendo la cantidad ingresada por la venta de los derechos federativos de sus jugadores de 406,2 millones de euros (+153% respecto a la 2015/16). De los 15 clubes, tan solo Southampton FC (16,1 millones) y Liverpool FC (5 millones) obtuvieron un balance positivo. Por el contrario, Manchester City FC (-178,1 millones) y Manchester United FC (-137,8) fueron los clubes que peor balance obtuvieron. Este incremento generalizado se pudo deber a dos factores. El primero, como se ha comentado anteriormente, pudo partir del nuevo contrato televisivo firmado por la Premier League que aseguró a los clubes unos ingresos históricos. El segundo tiene que ver con la

inflación de precios que existía en el mundo del fútbol, pagándose cifras jamás vistas por hacerse con los derechos federativos de los jugadores⁶¹.

Tabla 8. Balance entre inversión e ingresos, medias y medias sin Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Arsenal FC, Liverpool FC y Tottenham Hotspurs FC por fichajes de los equipos de La Liga entre las temporadas 2014/15 y 2016/17.

		Ingresos por venta de derechos de jugadores	Inversión en derechos de adquisición de jugadores	Diferencia 'Columna de Ingresos' - 'Columna de Inversión'
16/17				
	Total	1.415.550.000 €	744.700.000 €	-670.850.000 €
	Media	94.370.000 €	49.646.667 €	-44.723.333 €
	Media -Top6	67.527.778 €	45.138.889 €	-22.388.889 €
15/16				
	Total	1.102.510.000 €	598.130.000 €	-504.380.000 €
	Media	73.500.667 €	39.875.333 €	-33.625.333 €
	Media -Top6	47.201.111 €	17.833.333 €	-29.367.778 €
14/15				
	Total	1.056.550.000 €	604.230.000 €	-452.320.000 €
	Media	70.436.667 €	40.282.000 €	-30.154.667 €
	Media -Top6	35.146.667 €	23.137.778 €	-12.008.889 €

Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados por Transfermarkt.

APARTADO IV. CONCLUSIONES

El objetivo de este trabajo era estudiar el impacto que ha tenido el aumento del dinero percibido por los clubes -de La Liga y la Premier League- en materia de derechos televisivos sobre:

1. El conjunto de fuentes de ingresos de los clubes.
2. La clasificación obtenida al final de la temporada por los equipos respecto al rendimiento esperado por ingresos de televisión.
3. Medir el impacto sobre en la política de inversión en fichajes.

En base a los datos obtenidos, las conclusiones principales son:

⁶¹ Fuente: <http://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2018/01/07/5a4fdb78e2704ec2158b4616.html>

1. Derechos de televisión frente al conjunto de fuentes de ingresos

Teniendo en cuenta la evolución que se ha vivido en La Liga en materia de ingresos por derechos televisivos, se ha podido comprobar cómo el porcentaje que estos representaban sobre el total de ingresos ha ido en aumento. En la temporada 2014/15, la televisión suponía un 54% de los ingresos para el conjunto de los clubes, un 60% si se no se tiene en cuenta al Real Madrid CF, FC Barcelona y Club Atlético de Madrid. La situación en 2016/17, ya con la plena implantación del Real Decreto-Ley 5/2015 -y por tanto del reparto centralizado- y con el nuevo contrato récord alcanzado por La Liga para la comercialización de los derechos, este porcentaje creció. La media del conjunto de clubes se situó en el 61%, mientras que para los equipos más pequeños la cifra alcanzó el 69%.

El principal afectado de este influjo de dinero ha sido el aficionado. Mientras que los ingresos por “*Socios y Abonados*” suponían el 13% (14% para los pequeños) del dinero ingresado por los clubes en la temporada 2014/15, dos cursos más tarde la cifra ha caído hasta el 9%. Si antiguamente el fútbol profesional vivía de los espectadores que atendían a los estadios para animar a sus equipos, el fútbol moderno parece haber relegado a un papel secundario a la afición. Las televisiones han ido cobrando mayor protagonismo y mayor peso en la toma de decisiones sobre los horarios de los partidos, y el aficionado ha visto cómo su voz se limita a ser oída únicamente en el estadio. También resulta preocupante comprobar cómo ciertos clubes dependen prácticamente en un 80% del dinero percibido en concepto de “*Televisión*”. La dependencia que está creando esta situación hace que, en caso de descenso a segunda división, los equipos vivan una transición traumática.

En la Premier League, los ingresos por derechos televisivos han pasado de representar de media en la temporada 2014/15 el 60% (74% para los equipos fuera del “Top-6”) del total de ingresos, al 65% (80% para los equipos pequeños) en la temporada 2016/17. Las conclusiones son similares a las alcanzadas en el caso de La Liga. El contrato televisivo para el periodo 2016—2019 trajo consigo un aumento en el dinero percibido por los clubes en esta materia. Al mismo tiempo, la poca flexibilidad de la que disponen los clubes para incrementar sus ingresos por “*Matchday*” -tan solo mediante una subida del precio de las entradas y abonos o mediante la ampliación del aforo del estadio- hace que su peso sobre el total de ingresos de los equipos pequeños haya caído un 50% de la temporada 14/15 a la 16/17 (del 12% al 8%).

La dependencia económica de los clubes Premier respecto a las televisiones es aún mayor que la que viven los equipos de la competición española. El impacto del nuevo contrato televisivo se notó en el total de ingresos de los clubes, elevando así su poder adquisitivo. Sin embargo, el peso de los aficionados sigue disminuyendo y ya se sitúa por debajo del 10% del dinero percibido por los clubes. Si bien la expansión global en la que está inmersa la liga inglesa hace que gane en número de aficionados y espectadores, la importancia de la afición para los clubes parece haberse trasladado del estadio a las redes sociales. Es por medio de las plataformas digitales que los equipos logran conectar más con los aficionados. La cuestión es si se trata de una estrategia por parte de los equipos que persigue esconder el hecho de que la afición, en términos económicos, ha perdido relevancia frente a otras fuentes de ingresos, dándole la voz a través de estas plataformas.

2. Clasificación esperada frente a la clasificación obtenida

En base a los datos obtenidos tras analizar las temporadas 14/15, 15/16 y 16/17, parece que la mayor igualdad en ingresos por “*Broadcast*” en la Premier League da pie a una liga más competitiva, con mayores variaciones en la clasificación; no parece que el simple hecho de disponer de más dinero para invertir en abordar fichajes asegure una plaza en la parte alta de la clasificación al final de la temporada. Esto es aplicable dentro de los dos grupos analizados (“Top-6” y el resto de los equipos más pequeños), pero nunca entre ellos. Como se ha comprobado, las primeras seis plazas -con acceso a competiciones europeas- quedan repartidas principalmente entre Chelsea FC, Manchester City FC, Manchester United FC, Liverpool FC, Arsenal FC y Tottenham Hotspurs FC. La excepción en este periodo fue la irrupción del Leicester City FC, quien logró alzarse con el título de campeón en la edición de la Premier League 2015/16.

En el caso de La Liga española, la competición se ha caracterizado por una falta de incertidumbre y de equilibrio competitivo a lo largo de las tres temporadas estudiadas. Parece existir cierta relación entre el dinero obtenido en concepto de “*Televisión*” y la clasificación obtenida por los clubes al final de la temporada. Los tres primeros puestos han sido ocupados por Real Madrid CF, FC Barcelona y Club Atlético de Madrid, mientras que el resto de las plazas con acceso a las competiciones UEFA han tendido a variar poco. Sevilla FC, Villarreal CF y Athletic Club han solido ocupar estas plazas, con apariciones esporádicas de RC Celta de Vigo, Valencia CF y Real Sociedad de Fútbol.

Se han visto pocos casos de clubes con mucha variación en términos de “clasificación esperada – clasificación obtenida” y, en contadas ocasiones fue esta variación positiva.

De esta forma, resultaría interesante que La Liga y la Premier League, como entidades organizadoras, velasen por el correcto reparto del dinero por derechos audiovisuales por medio de un sistema centralizado. Monopolios u oligopolios acaban con la emoción y la incertidumbre, factores clave para el espectador. Teniendo en cuenta la creciente importancia de las televisiones para ambas competiciones, la falta de emoción y un bajo equilibrio competitivo harían que el interés por parte del espectador fuera decayendo y, con él, la puja por hacerse con los derechos audiovisuales. Sin ir más lejos, ya se vio cómo la Premier League alcanzó un acuerdo por una cantidad ligeramente inferior al vigente hasta 2019, mientras que el contrato firmado por La Liga se cerró por una cantidad más baja de la pretendida desde la entidad organizadora. Podríamos estar ante el inicio del fin de la burbuja del fútbol.

3. Impacto sobre la política de fichajes

En lo que respecta a La Liga, resulta llamativo ver cómo, a pesar de la firma del nuevo contrato televisivo, la inversión en fichajes que realizaron los clubes en su conjunto en la temporada 2014/15 fue superior a la de la 2016/17 (533,5 millones de euros frente a 489,4 millones respectivamente). Aun así, el pico se vivió en la 2015/16, cuando la inversión alcanzó su cota máxima, rozando prácticamente los 600 millones invertidos. Esto se pudo deber a una estrategia basada en adelantarse a la llegada del aumento de los ingresos por derechos audiovisuales para así intentar mejorar la plantilla. De todas formas, la evolución más significativa se dio en el grupo de clubes más pequeños de la competición. De los 11 millones de euros de media que invirtieron en la 14/15, pasaron a los 28,4 millones en la temporada siguiente. En la 16/17 la cifra descendió hasta los 23,2 millones, suponiendo aún y todo un 111% más que en la primera temporada estudiada. Esto demuestra que el dinero de las televisiones tuvo un impacto positivo sobre la capacidad de los clubes más pequeños para abordar fichajes por cuantías superiores.

En el caso de la liga inglesa, la inversión se mantuvo relativamente estable durante las dos primeras temporadas estudiadas. El total invertido por los clubes rondó los 600 millones de euros, con una media de 40 millones por equipo y alrededor de 20 millones en el grupo de equipos fuera del “Top-6”. Esto cambió en la temporada 2016/17. La

inversión total del conjunto ascendió a los 744,7 millones de euros, lo que supone casi 50 millones invertidos de media. El mayor impacto se vio entre los clubes más pequeños pues registraron un aumento en la inversión del 95% en cuestión de dos temporadas, con una media de 45,1 millones. Este incremento se debió, en gran medida, a la entrada en vigor del contrato televisivo firmado para el periodo 2016—2019.

Comparando ambas competiciones, se puede llegar a la conclusión de que la Premier League se mantiene por encima de los clubes españoles en cuanto a su poderío en el mercado de fichajes. Comparando ambas ligas en la temporada 2016/17, entrando en vigor sendos contratos televisivos, el total invertido por la Premier League y La Liga fue de 744,7 y 489,9 millones de euros respectivamente. Además, si bien los clubes más punteros de ambas ligas pueden competir en igualdad de condiciones por hacerse con los servicios de los mejores jugadores del mundo, en lo que respecta a los más pequeños la desigualdad entre competiciones es considerable. Mientras que en España los equipos fuera del “Top-3”⁶² invirtieron de media 23,2 millones, la cantidad para los equipos fuera del “Top-6” en Inglaterra fue de 45,1 millones. Esto hace que los clubes españoles no solo tengan que temer la capacidad adquisitiva de los grandes dominadores de La Liga, sino que además tengan que prestar atención a los clubes ingleses que por clasificación ocupan un lugar similar, pero que por ingresos les superan ampliamente.

En definitiva, en base a los datos obtenidos, se puede apreciar cómo los ingresos por televisión están creando una dependencia económica por parte de los clubes españoles e ingleses que, a medio o largo plazo, puede acarrear serios problemas de viabilidad en caso de que la burbuja del fútbol explote. Por un lado, el equilibrio competitivo en ambas ligas parece mejorar, aunque tanto en España como en Inglaterra destacan dos claros grupos dominadores de la competición que ponen en riesgo la incertidumbre sobre el resultado que atrae al aficionado. Finalmente, los clubes dedican cada vez mayores cantidades de dinero en atraer talento futbolístico a través de los fichajes. Aun así, tanto la Premier League en su conjunto como el “Top-3” de La Liga cuentan con ventaja frente a los clubes españoles más pequeños.

⁶² El “Top-3” hace referencia a FC Barcelona, Real Madrid CF y Club Atlético de Madrid.

APARTADO V. BIBLIOGRAFÍA

- Adeliño, A., Aguilar, F. y Carretero, A. (2017). La guerra del fútbol: regulación, adquisición y explotación de los derechos para las retransmisiones televisivas del fútbol en España, desde la llegada de la TV privada hasta hoy. *Derecom*, 22, 1-22.
- Ascari, G. y Gagnepain, P. (2006). Spanish football. *Journal of Sports Economics*, 7(1), 76-89.
- Barajas, A. y Gasparetto, T. (2016). Reanalizando la competitividad en la industria del fútbol: diferencia acumulada de puntos. *Revista de Administração de Empresas*, 56(3), 288-301.
- Barajas, A. y Rodríguez, P. (2010). Spanish Football Clubs' Finances: Crisis and Player Salaries. *International Journal of Sport Finance*, 5, 52-66.
- B.O.E. (2015). Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional. , 88340–88344.
- Bonaut, J. (2010). El eterno problema del fútbol televisado en España: una perspectiva histórica de la lucha por los derechos de retransmisión de la Liga de Fútbol Profesional (LFP). *Comunicación y Sociedad*, 23(2), 71-96.
- Boscá, J., Liern, V. y Sala, R. (2008). The Spanish football crisis. *European Sports Management Quarterly*, 8(2), 165-177.
- Breuer, C. y Rohde, M. (2016). Europe's Elite Football: Financial Growth, Sporting Success, Transfer Investment, and Private Majority Investors. *International Journal of Financial Studies*, 4(12),
- Bryson, A. y Frick, B. (2015). Sports Economics: It may be fun but what's the point? *National Institute of Economic Review*, 232,
- Buraimo, B., Simmons, R. y Szymanski, S. (2006). English football. *Journal of Sports Economics*, 7(1), 29-46.

- Cox, A. (2012). Live Broadcasting, Gate Revenue, and Football Club Performance: Some Evidence. *International Journal of the Economics of Business*, 19(1), 75-98.
- Dobson, S. y Gerrard, B. (1999). The determination of player transfer fees in English professional soccer. *Journal of Sport Management*, 13, 259-279.
- Evens, T. y Lafever, K. (2011). Watching the Football Game: Broadcasting Rights for the European Digital Television Market. *Journal of Sport and Social Issues*, 35(1), 33-44.
- EY (2019). Premier League: Economic and Social Impact. January 2019.
- Falconieri, S., Palomino, S. y Sákovics, J. (2004). Collective versus individual sale of television rights in league sports. *Journal of the European Economic Association*, 2(5), 833-862.
- García del Barrio, P., Leach, S. y Pestana, C. (2009). Analysing the Technical Efficiency of the Spanish Football League First Division with a Random Frontier Model. *Applied Economics*, 41(25), 3239-3247.
- Gerbaudo, G. (2018). Derechos federativos y derechos económicos. Conceptos. Distinción. *Diario Derecho del Deporte*, 8.
- Gómez, S., Martí, C. y Opazo, M. (2008). The structural characteristics of sport organizations: differentiation within elite Spanish professional football clubs. IESE Business School-University of Navarra. WP-751.
- Gratton, C. (2000). The peculiar economics of English professional football. *Soccer & Society*. 1(1), 11-28.
- Hamil, S. y Walter, G. (2013). The contests for power and influence over the regulatory space within the English professional football industry, 1980–2012. *Business History*, 55(5), 740-767.
- Lago, U., Simmons, R. y Szymanski, S. (2006). The Financial Crisis in European Football: An Introduction. *Journal of Sports Economics*, 7(1), 3-12.

- LaLiga (2017). Informe económico-financiero del fútbol profesional 2017.
- Leach, S. y Szymanski, S. (2015). Making money out of football. *Scottish Journal of Political Economy*, 62(1), 25-49.
- Liu, X., Liu, Y., Lu, X., Wang, Q. y Wang, T. (2016). The anatomy of the global football player transfer network: club functionalities versus network properties. *PLoS ONE*, 11(6).
- Martín, J. (2016). Análisis del impacto del concepto de juego limpio financiero en el modelo económico y competitivo del fútbol profesional: el caso de la primera división de La Liga española su comparación con la Premier League inglesa (Tesis doctoral). Universidad Pontificia Comillas ICADE, Madrid.
- Martínez-Lemos, J. (2015). Sociedades anónimas deportivas de la Liga de Fútbol Profesional en España: un análisis empresarial descriptivo. *Revista Española de Educación Física y Deportes*, 408, 39-55.
- Menary, S. (2016). One rule for one: the impact of Champions League prize money and Financial Fair Play at the bottom of the European club game. *Soccer & Society*, 17(5), 666-679.
- Montes, F. y Sala, R. (2012). Equilibrio competitivo en Liga española de fútbol de Primera División: un test de Montecarlo basado en datos funcionales. *Estudios de Economía Aplicada*. 30(2), 513-526.
- Pearson, G. (2015). Sporting justifications under EU free movement and competitive law: the case of the football 'transfer system'. *European Law Journal*, 21(2), 220-238.
- Pérez, L., Puente, V. y Rodríguez, P. (2015). Are Broadcast Sporting Events of "General Interest"? A Regional Panel Data Analysis of TV Ratings for Spain's La Liga. *Journal of Media Economics*, 28, 7-19.

- Puig, F. y Rico, M. (2015). ¿Por qué superan los concursos de acreedores los clubes de fútbol profesionales españoles? *Universia Business Review*, cuarto trimestre 2015, ISSN: 1698-5117.
- PwC (2018). Impacto económico, fiscal y social del fútbol profesional en España. Diciembre 2018.
- Rodríguez, P. (2012). La economía del deporte. *Estudios de Economía Aplicada*. 30(2), 1-32.
- Smith, R. y Szymanski, S. (1997). The English Football Industry: Profit, Performance and Industrial Structure. *International Review of Applied Economics*, 11(1), 135-154.
- Szymanski, S. (2001). Income inequality, competitive balance and the attractiveness of team sports: some evidence and a natural experiment from English soccer. *The Economic Journal*, 111(2), 69-84.

APARTADO VI. ANEXOS

I. Glosario de abreviaturas:

- ARS: Arsenal Football Club
- ATH: Athletic Club
- ATM: Club Atlético de Madrid
- CCAA: cuentas anuales
- CEL: Real Club Celta de Vigo
- CHE: Chelsea Football Club
- CIS: Centro de Investigaciones Sociológicas
- CRP: Crystal Palace Football Club
- CSD: Comité Superior de Deportes
- DEP: Real Club Deportivo de La Coruña
- EIB: Sociedad Deportiva Éibar
- ESP: Real Club Deportivo Espanyol
- EVE: Everton Football Club
- FA: Football Association
- FIFA: Fédération Internationale de Football Association
- FCB: Fútbol Club Barcelona
- GRA: Granada Club de Fútbol
- LEI: Leicester City Football Club
- LFP: Liga de Fútbol Profesional
- LIV: Liverpool Football Club
- MAL: Málaga Club de Fútbol
- MNC: Manchester City Football Club
- MNU: Manchester United Football Club
- PIB: Producto Interior Bruto
- RDL: Real Decreto-Ley
- RFEF: Real Federación Española de Fútbol
- RM: Real Madrid Club de Fútbol
- RSO: Real Sociedad de Fútbol
- SEV: Sevilla Club de Fútbol

- SOU: Southampton Football Club
- STO: Stoke City Football Club
- SUN: Sunderland Football Club
- SWA: Swansea City Football Club
- TOT: Tottenham Hotspurs Football Club
- TVE: Televisión Española
- UE: Unión Europea
- UEFA: Union of European Football Associations
- VAL: Valencia Club de Fútbol
- VIL: Villarreal Club de Fútbol
- WBA: West Bromwich Albion Football Club
- WHM: West Ham United Football Club