

## Anexo I. Registro del Título del Trabajo Fin de Grado (TFG)

NOMBRE DEL ALUMNO: **Sofía Montesino Moral**

PROGRAMA: **E6**

GRUPO: **A**

FECHA: **22/10/2024**

Director Asignado: **De los Ríos Sastre**, **Susana**  
Apellidos Nombre

Título provisional del TFG:

**La generación de ingresos y sus componentes en el fútbol femenino europeo: Un análisis comparativo entre Chelsea FC Women, Olympique Lyonnais Féminin y FC Barcelona Femení.**

ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 2 páginas: objetivo, bibliografía, metodología e índice preliminares)

Firma del estudiante:



Fecha: **22/10/2024**

# **La generación de ingresos y sus componentes en el fútbol Femenino europeo: Un análisis comparativo entre Chelsea FC Women, Olympique Lyonnais Féminin y FC Barcelona Femení.**

- Resumen
- Palabras clave
- Abstract
- Keywords
- Índice de gráficos
- Índice provisional
  1. Introducción
    - 1.1 Justificación del tema elegido
    - 1.2 Objetivos
    - 1.3 Metodología y estructura
  2. Estado de la cuestión y marco teórico
    - 2.1. Evolución del fútbol femenino en Europa
    - 2.2. Fuentes de ingresos en el fútbol femenino
      - 2.2.1. Patrocinio
      - 2.2.2. Derechos televisivos
      - 2.2.3. Venta de entradas
      - 2.2.4. Merchandising y otros ingresos
    - 2.3. Factores que influyen en la generación de ingresos en los clubes
  3. Análisis
    - 3.1 Contexto de los clubes seleccionados
      - 3.1.1 Chelsea FC Women
      - 3.1.2 Olympique Lyonnais Féminin
      - 3.1.3 FC Barcelona Femení
    - 3.2 Evolución de los ingresos de los clubes
      - 3.2.1. Patrocinio: evolución y aportaciones
      - 3.2.2. Derechos televisivos: análisis en cada liga
      - 3.2.3. Venta de entradas: evolución y afluencia
      - 3.2.4. Otras fuentes de ingresos (merchandising, licencias, etc.)
  4. Conclusiones
- Bibliografía
- Anexos

## 1. Objetivos

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado es analizar cómo los clubes de fútbol femenino en Europa generan ingresos y cuáles son sus componentes, tomando como caso de estudio tres equipos europeos: Chelsea FC Women, Olympique Lyonnais Féminin y FC Barcelona Femení. Para alcanzar el objetivo principal del trabajo se desarrollan tres objetivos específicos que permiten profundizar en distintos aspectos clave del trabajo.

- Identificar las principales fuentes de ingresos de los clubes de fútbol femenino en Europa.
- Analizar la evolución de las fuentes de ingresos y sus componentes, evaluando cual ha sido su impacto económico en cada club.
- Comparar los modelos económicos de los tres equipos seleccionados, con el fin de identificar similitudes y diferencias en su estructura de ingresos, para comparar tres ligas europeas diferentes.

## 2. Metodología

El presente trabajo de investigación se desarrollará en cuatro capítulos. Para ello, la metodología usada combinará cualitativa y cuantitativa. En primer lugar, se revisará la información financiera a través los Estados Financieros de los clubes y ligas que ellos mismos publican, con la finalidad de obtener una visión de la situación económica de cada uno de los equipos que son objeto de estudio. En segundo lugar, se realizará una revisión de la literatura académica existente y de los informes publicados por instituciones y organismo especializados y con reconocimiento internacional como son la FIFA, la UEFA o Deloitte, que ofrecen una visión global a través de la cual realizar la comparación entre clubes.

## 3. Bibliografía

Cvjetkovic, I. (2020). *Impacto mediático de la marca patrocinadora del deporte femenino en España*.

Deloitte      Football      Money      League      2024.      (s. f.).

Deloitte. <https://www2.deloitte.com/do/es/pages/consumer-business/articles/deloitte-football-money-league-2024.html>

- Donato, F. S., & Roldán, J. B. (2018). Estudio comparativo del patrocinio de equipos profesionales en España. El caso del fútbol, baloncesto, balonmano y hockey. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, (34), 205-211
- Fernández Maya, E. (2024). *La influencia de los medios de comunicación en el crecimiento del fútbol femenino: el caso de rtve, marca, dazn y relevo*.
- François, A., Scelles, N., & Valenti, M. (2022). *Gender inequality in European football: Evidence from competitive balance and competitive intensity in the UEFA men's and women's Champions League* [Desigualdad de género en el fútbol europeo: evidencia del equilibrio competitivo y la intensidad competitiva en la Liga de Campeones masculina y femenina de la UEFA]. *Economies*, 10(12), 315.
- Inside FIFA*. (s. f.-a). <https://inside.fifa.com/es/womens-football/fifa-benchmarking-report>
- Inside FIFA*. (s. f.-b). <https://inside.fifa.com/es/womens-football/member-associations-survey-report-2023>
- Torres Romay, E., & García Mirón, S. (2020). Patrocinio deportivo femenino. Situación actual y tendencias. *Comunicación y Género*.
- Trueba Gutiérrez, M. (2016). *Patrocinio deportivo en los principales equipos de fútbol de la Liga española*.
- Williams, J., Pope, S., & Cleland, J. (2023). 'Genuinely in love with the game' football fan experiences and perceptions of women's football in England [Enamorados genuinamente del juego, las experiencias y percepciones de los aficionados al fútbol sobre el fútbol femenino en Inglaterra ]. *Sport in Society*, 26(2), 285-301.