



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

**FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**GRADO EN ECONOMÍA
TRABAJO DE FIN DE GRADO**

TÍTULO: Estudio de la desigualdad existente entre los equipos de
la liga española de fútbol

AUTOR: Eric Medina Pérez

TUTOR/ES: Francisco J. André

CURSO ACADÉMICO: 2016/2017

CONVOCATORIA: Febrero

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA LIGA.....	6
2.1 ANTECEDENTES DE LA NEGOCIACIÓN DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES EN EL FÚTBOL ESPAÑOL	6
2.2 DEUDA DE LOS CLUBS DE LA LIGA.....	7
2.3 NUEVO REPARTO DE LOS INGRESOS POR TV.....	8
2.4 ESTADIOS Y PATROCINIO: UNA GRAN FUENTE DE INGRESOS.....	9
2.5 SANEAMIENTO DEL FÚTBOL ESPAÑOL	10
2.6 DOMINIO DE FC BARCELONA Y REAL MADRID CF.....	11
3. METODOLOGÍA.....	12
3.1 LA CURVA DE LORENZ.....	12
3.2 ÍNDICES COMPLETOS DE DESIGUALDAD	14
4. RESULTADOS PRINCIPALES.....	18
4.1 LA LIGA.....	18
4.1.1 Ingresos TV.....	20
4.1.2 Ingresos abonados y socios.....	24
4.1.3 Ingresos por Publicidad.....	28
4.1.4 Ingresos Competición	30
4.2 FÚTBOL EUROPEO.....	33
5. RESULTADOS ADICIONALES SOBRE DESIGUALDAD	39
5.1 RATIO PUNTOS CLUB / PUNTOS LÍDER.....	39
5.2 RATIO VALOR EQUIPO / PUNTOS.....	42
5.3 ¿UN MAYOR PRESUPUESTO ASEGURA MÁS TÍTULOS?	43
6. OBJETIVOS A C/P DE LA LIGA.....	45
6.1 RECORTAR LA DISTANCIA CON LA PREMIER.....	45
6.2 MEJORES INFRAESTRUCTURAS.....	46
6.3 CONTINUAR CON LA TENDENCIA CRECIENTE DE ASISTENCIA A LOS ESTADIOS.....	47
6.4 ¿AGENCIA DE “RATING” EN LA LIGA?.....	48
6.5 LUCHA CONTRA LA PIRATERÍA.....	49
7. CONCLUSIONES.....	50
LISTADO DE GRÁFICAS Y TABLAS	53
ANEXO	56
BIBLIOGRAFÍA	59

SINOPSIS

Son numerosas las críticas recibidas por la competición española de fútbol, consecuencia de las importantes discrepancias económicas existentes entre clubs. Por ello mi cometido en este trabajo será proporcionar al lector un análisis detallado de tal realidad. El principal objetivo es el de mostrar las distintas fuentes de ingresos de los clubs y analizar, por un lado, si realmente hay divergencia entre los equipos, por otro, cuál es el principal elemento que genera esas diferencias y si verdaderamente actúa de forma individual o acompañada de otros componentes. Asimismo, esta idea se extenderá a las principales competiciones europeas para contrastar si muestran un mismo comportamiento que el fútbol español.

1. INTRODUCCIÓN

Cada vez son más los que opinan que la liga española se está devaluando. Echando la vista hacia atrás, podemos observar que tanto FC Barcelona como Real Madrid CF, los dos clubs más influyentes y con mayores ingresos, desempeñan un importante dominio depreciando la competición (Llaneras, 2014). Ganan sus partidos con gran facilidad, muestran una gran concentración de puntos y sus jugadores batan todos los registros. El resto de equipos se convierten en meros espectadores que solo pueden ver, oír y callar. Con independencia de la resurrección del Club Atlético de Madrid, como equipo que pretende “molestar” entre los dos grandes. Y en menor medida, el Sevilla FC. La mayoría considera que La Liga es una competición sin rivalidad, desigual y que poco a poco irá perdiendo su aliciente (Román, 2013). Sobre esta tendencia tan dispar de resultados, se muestran además, elementos económicos como ingresos por patrocinadores, por TV, los ingresos por abonados y socios e ingresos por competición que han tenido un considerable protagonismo en la frontera creada entre los dos grandes y el resto de equipos.

Ninguna persona puede negar que nuestra liga aun continúa repartiendo sus ingresos televisivos de forma injusta, pero cabe preguntarse: ¿hasta que punto estas diferencias son determinantes para provocar una competición tan desigual? ¿Es nuestra liga la más desigual dentro de las principales competiciones europeas? A lo largo de este sencillo trabajo de investigación trataremos de dar un enfoque a la realidad actual del fútbol español y europeo. Su estructura será la siguiente:

El primer apartado de este trabajo se dedicará a abordar la actual situación de la liga española, después de haber sufrido una dura crisis consecuencia de un elevado endeudamiento de los clubs. Veremos cómo se pasó de una negociación colectiva de la venta de los derechos de retransmisión a una negociación individual en la década de los 90, y su posterior retorno a la venta centralizada en 2015. También la entrada de inversión extranjera y lo que supuso para sanear a los clubs españoles.

En la segunda sección mostraremos la metodología empleada y las fuentes estadísticas utilizadas en la elaboración de este estudio.

El apartado tres se centrará en mostrar los resultados de nuestra investigación, que ilustran la importante desigualdad que existe en nuestra competición. Para ello emplearemos diferentes indicadores económicos (Gini, Curva de Lorenz, Theil, Atkinson, Herfindahl) en distintas partidas de ingresos. Todo ello con el fin de

identificar cuál es el factor que más perjudica a la hora de hacer una competición más justa e igualitaria. Además, nos ocuparemos de extender este análisis a las principales ligas europeas. En ellas veremos que también hay una cierta desigualdad, sobre todo en la presente temporada a causa del acuerdo alcanzado por la Premier League con BT Sport y Sky que se cifra en casi 6.000 millones de euros.

El cuarto epígrafe radicará en analizar las diferencias entre clubs desde una visión alternativa. Nos ocuparemos de ver cuánto cuesta cada punto conseguido por los equipos de La Liga, como es de desigual la obtención de puntos y si unos mayores ingresos se traducen en unos mayores éxitos deportivos.

La quinta sección tratará de predecir o buscar cuales deben de ser los objetivos a corto plazo para la liga española, evitando que el negocio del fútbol se convierta en lo que se muestra en el baloncesto, donde la NBA es la competición hegemónica, tanto en ingresos como en jugadores, dejando en una difícil situación a la mejor liga europea (ACB).

Por último, se exhibirán las distintas conclusiones extraídas después de la elaboración de este modesto análisis intentando dar un enfoque al panorama futbolístico y demostrar, como muchos evidencian, que todos los equipos no luchan con las mismas armas.

2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA LIGA

En esta sección veremos el comportamiento que ha ido experimentando la competición española en los últimos años. Nos ocuparemos, desde los acuerdos colectivos de TV, hasta la deuda generada por cada club. Para ello, nos apoyaremos en el diario deportivo *DiarioGol*, además de distintos trabajos sobre la competición nacional, tales como la Guía económica de La Liga elaborada por *Palco23* o la revista económica *Jot Down*.

2.1 Antecedentes de la negociación de los derechos audiovisuales en el fútbol español

Hasta 1996 la Liga de Fútbol Profesional (LFP) administraba los derechos televisivos de los equipos de Primera y Segunda División. Por aquel entonces, sólo se podían ver dos partidos por jornada (uno en los canales autonómicos y el otro en Canal Plus) tras el contrato firmado por ocho temporadas en 1990. A falta de dos años para su fin, Antena 3, deseosa de entrar en el negocio de las retransmisiones del fútbol, emitió ofertas individuales a los clubs para comprar sus derechos (Román, 2013).

Los equipos, ante este nuevo panorama, en vez de dirigir a Antena 3 a negociar con la LFP, firmaron (no todos) con el nuevo operador, ignorando por completo la Ley del Deporte, que prohibía la venta individual de los derechos. Otros, más astutos, buscaban ofertas más atractivas de la competencia, generando una subasta que infló los acuerdos hasta alcanzar unas cifras muy voluminosas. El 12 de abril de 1996, la asamblea de la LFP permitió a los distintos clubs el derecho a la negociación individual de los contratos audiovisuales.

Como resultado, las distintas entidades deportivas empezaron a recibir ofertas que multiplican por cuatro o por cinco sus anteriores contratos. Además, el hecho de ser contratos de larga duración, les permitía aprobar con antelación los presupuestos, ya que eran cantidades fijas las que percibían.

Los presupuestos de los clubs se vieron incrementados de media en un 30%. Algunos, como el Deportivo de la Coruña pasó de ingresar 51 millones de las antiguas pesetas a 2.700. El Real Madrid CF y el FC Barcelona comenzaron a ingresar en torno a los 3.000 millones por temporada, frente a los 450 que recibían con la anterior Ley del Deporte.

Sin embargo, con el paso de los años todo cambió. En un sistema de venta individual, de oferta y demanda, los operadores empezaron a desembolsar grandes cantidades a los equipos que generaban más audiencia y beneficios. Por el contrario, los contratos de los equipos con menos seguimiento se estancaron o crecieron a un ritmo mucho menor.

Veinte años después, la diferencia de ingresos televisivos entre el Real Madrid CF y FC Barcelona y el resto es gigantesca. Además, muchos clubs han malgastado el dinero y viven en una situación financiera complicada, que ha provocado que muchos de ellos hallan recurrido al Concurso de Acreedores o a la inversión extranjera para evitar la desaparición.

2.2 Deuda de los clubs de La Liga

Pese a que los equipos de la competición española están viendo como sus deudas se van reduciendo poco a poco con Hacienda, los clubs de Primera y Segunda División acumulaban un endeudamiento de 2.167,58 millones de euros a cierre de la temporada 2014/2015. La variación respecto a la temporada anterior se traduce en una reducción del 25,02% tal y como se puede observar en el Gráfico 1.

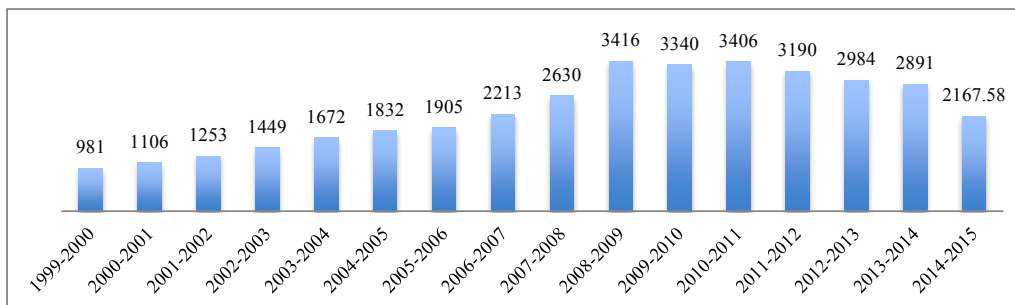


Gráfico 1. Evolución Deuda clubs de 1ª y 2ª División, en millones de euros. Fuente: *La Gran Burbuja del Fútbol*; Palco23; elaboración propia.

Independientemente de la evolución en los últimos años, si echamos un vistazo hacia atrás, podemos observar que la deuda ha aumentado de manera espectacular, multiplicándose casi por tres desde principios de siglo. Esta cifra incluye la deuda con Hacienda, con la Seguridad Social, con ayuntamientos, impuestos diferidos y otras periodificaciones y provisiones. Junto a ello, los pagos con la banca, proveedores, acreedores comerciales y entidades deportivas (Mazo, 2016).

El plan de reducción del endeudamiento del CSD y la LFP empieza a dar buenos síntomas. En la temporada 11/12 el agujero de los equipos de Primera y Segunda con Hacienda ascendía a 750 millones. Mientras que en la temporada actual (16/17), se

reduce a 230 millones. De los cuales el 70% se concentra en Club Atlético de Madrid, RCD Espanyol, RCD Mallorca, Real Zaragoza, Elche CF y Valladolid CF.

Por su parte, la deuda con la Seguridad Social, que viene a representar 0,5% del endeudamiento total del fútbol, ha experimentado una reducción. Asimismo, la deuda ordinaria y aplazamientos concedidos a los clubs y sociedades anónimas deportivas y créditos todo asciende a 18,2 millones de euros, una cuantía inferior a la pasada temporada.

Dentro de los pagos con el sector privado, cada vez se muestra una menor dependencia de la banca. En total, los clubs deben unos 570 millones, equivalente a un 11% menos que la temporada pasada pero, un 29% superior a la temporada del año 2000.

2.3 Nuevo Reparto de los Ingresos por TV

Gracias a la nueva distribución audiovisual implantada en el 2015, los equipos de Primera van a percibir un mínimo de 40 millones de euros de media en la temporada 16/17, un volumen de ingresos que como se puede apreciar en el Gráfico 2 casi multiplica por 2 el mínimo fijado en los últimos años, inclusive podría equivaler al presupuesto que habían manejado algunos clubs hasta 2015. Ello sin evitar que tanto FC Barcelona como Real Madrid CF sigan siendo los dos conjuntos de Europa que más obtienen por este concepto. (véase Tabla A-1 en la página 56)

Esta nueva distribución se basa en los siguientes criterios: 1.º Los resultados deportivos obtenidos de las últimas cinco temporadas. 2.º Un tercio de la valoración vendrá determinado por la recaudación en abonos y taquilla media de las últimas cinco temporadas. 3.º La diferencia entre los clubs que más y menos ingresen no podrá ser superior a 4,5 veces (IUSPORT, 2016).

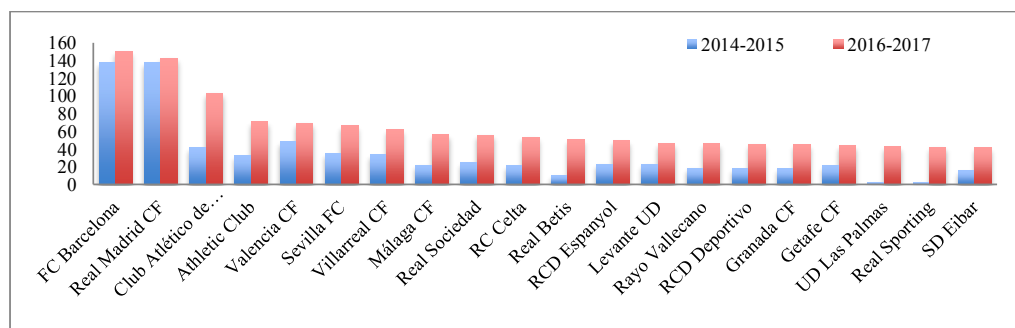


Gráfico 2. Ingresos TV temporadas 14/15 y 16/17 clubs 1ª División, en millones de euros. Fuente: Palco 23; elaboración propia.

Además de este nuevo reparto, es importante destacar que los ingresos de La Liga por las retransmisiones se han visto casi duplicados desde la temporada 13/14, donde se percibían alrededor de unos 884 millones de euros, hasta los 1.660 millones previstos para la temporada 16/17. Este hecho se debe, en gran medida, a la fuerte competencia entre beIN Sports y Telefónica y al creciente interés foráneo.

2.4 Estadios y Patrocinio: Una gran fuente de ingresos

Con el nuevo contrato televisivo los clubs se verán obligados a mejorar el estado de sus terrenos de juego, la iluminación, homogeneizar cromáticamente la segunda U televisiva (publicidad ubicada entre las gradas del estadio), asegurar que los asientos se vean ocupados en televisión, etc. Todo con el objetivo de ser más atractivo de cara al espectador. Sin embargo, actualmente, en la competición española muchas de las instalaciones son viejas y han recibido escasa inversión. Resulta ser la liga europea con menos estadios construidos después del año 2000. Por el contrario, la Premier League, su gran competidor, ha llevado a cabo una profunda remodelación gracias a su poderío económico.

Todos estos proyectos de remodelación de las infraestructuras deportivas no solo implicarían un salto cualitativo en cuanto a los ingresos por taquilla, abonados y explotación comercial, sino que supondría un elemento de atracción de patrocinadores.

En relación a la asistencia a los estadios, gracias a la recuperación del consumo en España y a las mejoras en políticas comerciales, La Liga consiguió superar los 14 millones de aficionados en una sola temporada. En el Gráfico 3 podemos ver como resultó ser la tercera campaña seguida de crecimiento, aunque hay que añadir que esta mejora en Primera División no se extendió a la competición de plata.

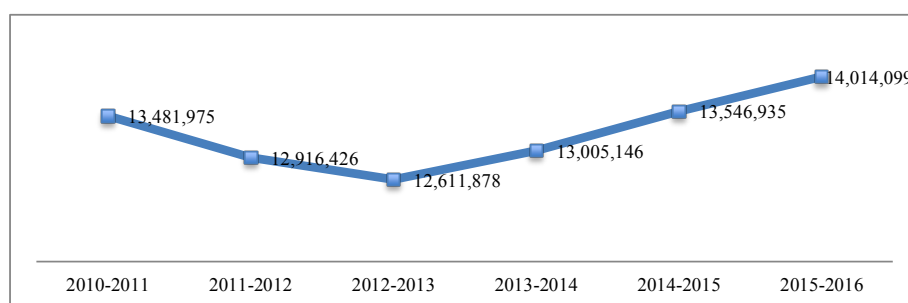


Gráfico 3. Evolución nº aficionados que asisten a los estadios 1ª División. Fuente: Palco23; elaboración propia.

Otra partida importante de ingresos son los convenios de patrocinio. Aquí la Liga no sale muy bien parada, ya que sigue teniendo importantes problemas a la hora de buscar una marca que promocioe su camiseta. Un caso a destacar es el del Valencia FC, club con presencia internacional, que sigue buscando promocionar su camiseta sin satisfacer sus pretensiones económicas. El Gráfico 4 muestra que el total de los patrocinios en La Liga asciende a 116,7 millones de euros anuales, de los cuales un 87% pertenece a FC Barcelona, Real Madrid CF, Sevilla FC y Club Atlético de Madrid.

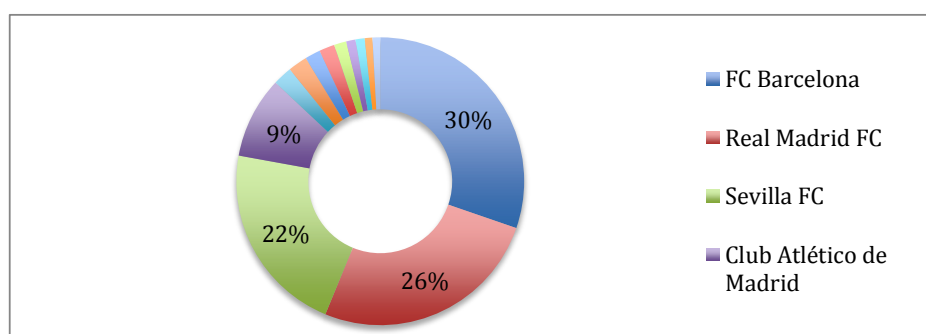


Gráfico 4. % Ingresos por Publicidad clubs 1ª División. Fuente: Palco23; elaboración propia.

2.5 Saneamiento del Fútbol español

La inversión exterior ha secundado el saneamiento de los clubs y a permitido un incremento de los ingresos, que van desde compraventa de jugadores y una mejora en la política de formación de futbolistas, hasta la firma de mejores contratos televisivos. Además, cabe destacar un elemento externo: el creciente interés del fútbol en China y su obligación por adquirir conocimiento sobre este deporte para mejorar la implantación en su país.

En los últimos tiempos, el fútbol español está experimentando muchos movimientos que muestra el deseo inversor hacia una liga cada vez más saneada. En apenas 2 años, la inversión extranjera ha ascendido a más de 400 millones de euros. Entre los clubs afectados se encuentran (Real Sociedad, RCD Espanyol, Club Atlético de Madrid, Valencia CF, Granada CF, Málaga CF). Todos estos clubs comparten el hecho de tener un pasivo desproporcionado en comparación con su cifra de negocio. Asimismo, otro factor en común es que son clubs ubicados en grandes ciudades donde se puede permitir un mejor desarrollo de negocios adicional como el turismo deportivo.

2.6 Dominio de FC Barcelona y Real Madrid CF

Los aficionados al fútbol van siendo conscientes de que la liga española va en dirección en convertirse en una nueva “liga escocesa” dónde, o bien es el FC Barcelona el que resulta campeón del trofeo doméstico, o bien es el Real Madrid CF.

En el Gráfico 5 se muestra la evolución desde la temporada 80/81 hasta 15/16 de los puntos obtenidos por el FC Barcelona y por el Real Madrid CF junto con los puntos de un tercer equipo, el mejor clasificado distinto a estos dos.

Se puede apreciar que los datos son significativos. Se observa, que tanto el FC Barcelona, como el Real Madrid CF, durante 3 décadas, nunca habían sobrepasado con tanta diferencia al resto de equipos, como en el intervalo que abarca desde la temporada 08/09 hasta 13/14 (Llaneras, 2014).

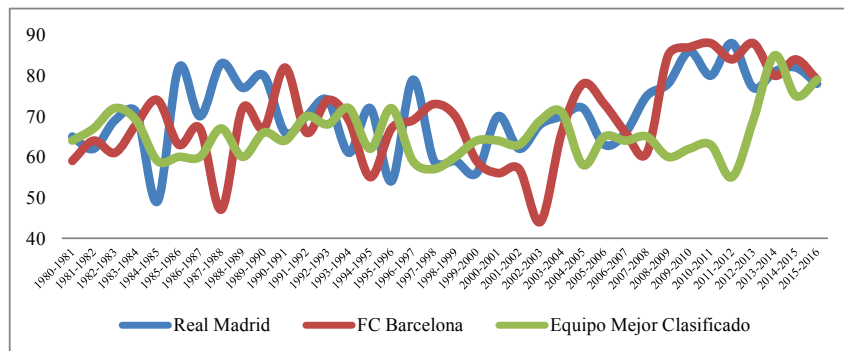


Gráfico 5. Evolución de puntos obtenido en la jornada 34 1ª División. Fuente: BDFutbol; elaboración propia.

3. METODOLOGÍA

Los datos manejados para estudiar las desigualdades existentes en el panorama futbolístico, tanto en la competición española como a nivel europeo, han sido obtenidos principalmente de 5 fuentes informativas. Para el análisis nacional se han utilizado la Guía económica de la Liga elaborada por el diario económico del negocio del deporte *Palco23* y la revista *Jot Down*. Por su parte, para el estudio de las principales ligas europeas, se han empleado trabajos procedentes de *Deloitte* y bases de datos creadas por la website alemana *Transfermarkt*. También, para obtener un mayor conocimiento de hacia dónde van los derroteros del fútbol global, se ha utilizado el libro de Gay de Liébana (2016).

El análisis se centrará particularmente en el último lustro (2011/2016), aunque no nos privaremos de mirar más de allá de estos últimos 5 años para poder dar una visión más precisa de lo que está sucediendo hoy en día en el negocio del fútbol.

Las principales herramientas empleadas para contrastar la desigualdad existente serán la Curva de Lorenz y el Índice de Gini. Además, se utilizarán otros índices como medidas de robustez, tales como el Índice de Theil, de Atkinson y de Herfindahl.

3.1 La curva de Lorenz

Consideremos una determinada distribución, donde se produce una cesión de ingresos de un club hacia otro cuyos ingresos son inferiores. Siempre que estas cesiones sean lo suficientemente pequeñas como para que el orden que se mostraba previamente no se modifique, podremos decir que la desigualdad ha disminuido. Si se llevara a cabo una cesión sucesiva de estos ingresos, al final se llegaría a una distribución igualitaria, donde todos los clubs presentarían el mismo nivel de renta. Podemos asegurar, que cada cesión progresiva, como la enuncia previamente, nos acercará más a una distribución igualitaria. Este tipo de transferencias son denominadas como transferencias de Pigou-Dalton. Si estamos interesados en comparar dos distribuciones cuyo ingreso medio es el mismo, enunciaremos que una distribución muestra una desigualdad menor que la otra siempre y cuando se pueda llevar a cabo una serie de transferencias de Pigou-Dalton. Esto es lo que se conoce como el principio de Transferencias de Pigou-Dalton (Gradín, Del Río, 2001).

Una de las maneras de determinar si nos encontramos ante una situación de este tipo es calcular las curvas de Lorenz de las distribuciones y equipararlas. La curva de

Lorenz de una distribución de ingresos es una función que nos indica la proporción de ingresos, respecto del total, afectada por cada porcentaje de los clubs acumulada un vez ordenados los equipos de menor a mayor.

Definamos $L_x(p)$ como la proporción de renta que presentan el p por ciento de los clubs con menos ingresos, en relación al total de los ingresos de la competición (española o cualquier otra liga europea). Analíticamente las ordenadas de Lorenz para un vector de ingresos, \mathbf{x} , están dadas por la expresión:

$$L_x(p) = L_x(l/n) = \frac{\sum_{i=1}^l x_i}{\sum_{i=1}^n x_i} = \frac{\sum_{i=1}^l x_i}{n \mu_x},$$

donde $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n, \mu_x$ es la media de la distribución \mathbf{x} , y l es menor o igual que n , representando n como el número de equipos de fútbol (Gradín, Del Río, 2001).

Después del cálculo de las ordenadas, la curva se construye a través de la interposición lineal de estos puntos en el gráfico. La curva de Lorenz resulta ser una curva no decreciente y convexa, situada entre 1 y 0 (ambos inclusive). En nuestro caso, para una mayor compresión, lo mostraremos en tanto por ciento, es decir, irá desde 100 a 0. Ejemplo de la curva de Lorenz que utilizaremos será el Gráfico 6.

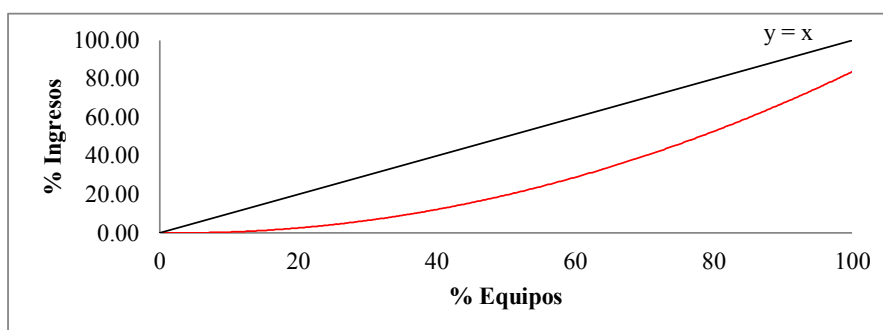


Gráfico 6. Ejemplo Curva de Lorenz. Fuente: elaboración propia.

La curva de Lorenz se compara con la curva de distribución perfectamente igualitaria. Según esta distribución, el 10% de los clubs acumulan el 10% de los ingresos totales, el 30 % acumulan el 30% de los ingresos totales y así sucesivamente, de modo que la distribución igualitaria se corresponde con la bisectriz del primer cuadrante. Gráficamente, la curva de Lorenz es la línea que va del punto $[0,0]$ al $[100,100]$. En el caso de existencia de desigualdad, como en este caso, la curva se

encontrará por debajo de la diagonal, ya que los equipos con mayores ingresos acumularán una mayor proporción.

A partir de la curva de Lorenz podemos definir el criterio de dominación que nos resultará útil a la hora de llevar a cabo la comparación de dos distribuciones. Este criterio se basa en que si disponemos de dos distribuciones, \mathbf{z} y \mathbf{w} , diremos que \mathbf{z} domina a \mathbf{w} , siempre y cuando la curva de Lorenz asociada a \mathbf{z} no se ubique debajo de la curva asociada a \mathbf{w} .

3.2 Índices completos de desigualdad

Un índice de desigualdad es una función que atribuye a cada distribución de los ingresos un número real, que muestra ordenadamente su nivel de desigualdad. Su principal virtud es que sintetiza en un escalar la información disponible en la distribución.

Dentro del gran grupo de indicadores podemos encontrar los que tratan de cuantificar la dispersión de la distribución de ingresos, en el cual encontraremos el Índice de Gini que nos resultará muy útil para llevar a cabo nuestro análisis. A continuación expondremos su definición formal.

1) Índice de Gini

Se centra en medir la concentración de la variable a estudiar entre los individuos de una región para un determinado periodo. Los valores que toma, van desde 0 hasta 1. Siendo 0 el valor de máxima igualdad (todos los elementos de la población reciben el mismo valor) y 1 el de mayor inequidad (un elemento de la población concentra la totalidad) (Cáceres, 2007). La ecuación viene representada como:

$$I_G = \frac{\sum_{i=1}^{r-1} (p_i - q_i)}{\sum_{i=1}^{r-1} p_i}$$

Donde:

$$p_i = \frac{N_i}{N} * 100 ; q_i = \frac{u_i}{u_n} \quad (i = 1, 2, \dots, r); u_i = \sum_{j=1}^i x_j n_j \quad (i = 1, 2, \dots, r)$$

Dada una variable estadística \mathbf{X} que presenta una distribución de frecuencias $(\mathbf{x}_i, \mathbf{n}_i)_{i=1, \dots, n}$, los valores que conforman la variable \mathbf{x} deberán estar ordenados de menor a mayor para el correcto cálculo de este índice.

Evaluaremos el porcentaje del valor total con valores inferiores, ya que nos resultará útil para analizar cuál es la situación entre 0 y 1. Para ello, definiremos en primer lugar el valor que absorben los elementos de la población que obtienen unos valores menores o iguales que x_i , $i=1, \dots, n$. Estas cantidades las denominaremos u (Cáceres, 2007; Fernández, Cordero & Córdoba, 1996). Para representar el porcentaje del valor total absorbido por N_i elementos poblacionales con valores más pequeños utilizaremos $qi = \frac{u_i}{u_n} * 100$. Tendremos una distribución con mayor equidad siempre y cuando, estos porcentajes se aproximen a los porcentajes poblacionales descritos como $pi = \frac{N_i}{N} * 100$. Para concluir con esta medida, diremos que el grado de concentración de la variable analizada puede evaluarse a partir del cálculo y la comparación de estos porcentajes. No se nos debe olvidar que se puede dar el caso de que dos distribuciones obtengan el mismo índice de Gini y muestren una concentración desigual. En estas ocasiones habrá que fijarse en otros indicadores de desigualdad, tales como Theil o Atkinson (Fernández, Cordero & Córdoba, 1996).

La justificación de su uso podría explicarse alegando que es un indicador que nos permite dar una explicación intuitiva del análisis, además de cumplir cuatro propiedades¹ básicas ante acrecentamientos proporcionales de ingresos. No obstante, podemos hallar otros índices que muestran una buenas propiedades normativas que hacen que sean incluso más atractivos que el índice de Gini.

Dentro de este grupo podemos encontrar un conjunto de indicadores formados por los definidos familia de índices de Theil. Se diferencian de los anteriores, tanto de su origen, como de sus propiedades normativas.

2) Índice de Theil

Este indicador de desigualdad en el reparto de una variable entre distintos valores de asignación (el reparto puede tener lugar entre clubs (ingresos)) fue definido inicialmente como una medida de entropía (mide el desorden existente en un sistema) dentro de la teoría de la información, concretamente se basa en la entropía de Shannon, la cual viene dada como:

$$H_n = (prop_i) = - \sum_{i=1}^n n_i prop_i \ln(prop_i)$$

¹ Propiedades Básicas: Continuidad, Principio de transferencias de Pigou-Dalton, Simetría y Principio de población de Dalton.

El índice de Theil se define en términos de las probabilidades de los distintos valores de una distribución. Aunque, podemos aproximar estas probabilidades por un conjunto de proporciones, siempre y cuando, no sean negativas y su suma dé la unidad.

En nuestro análisis supondremos que existen N equipos que compiten en la misma competición. Cada uno de estos equipos presenta su propia cuota de mercado, siendo $prop_i$ la del equipo i -ésimo. El índice de Theil viene dado por:

$$T = \ln N - H_n(prop_i)$$

Este índice toma los valores comprendidos entre 0 y $\ln N$. El valor de $\ln N$ se alcanza cuando la cuota de mercado de todos los clubs vale cero, excepto una que vale la unidad. Este caso describe una situación de máxima concentración (muy desigual el reparto de ingresos). Por el contrario, cuando el índice es cero, cada club tendrá la misma cuota de mercado, situándonos en el caso de mínima concentración (todo los clubs se reparten los mismos ingresos). Por lo tanto, cuanto menor es el valor del índice menor desigualdad se presenta en el reparto.

En tercer lugar utilizaremos un índice incluido en el grupo de los indicadores normativos.

3) Índice de Atkinson

Su finalidad es medir la desigualdad en términos de pérdidas de bienestar social causadas por la dispersión de los ingresos (Gradín, Del Río, 2001). Viene definido como:

$$A_\alpha(x) = 1 - \left[\sum_{i=1}^n \left(\frac{1}{n} \right) \left(\frac{x_i}{\mu_x} \right)^{(1-\alpha)} \right]^{\left(\frac{1}{1-\alpha} \right)}, \quad \text{para } \alpha > 0, \alpha \neq 1,$$

$$A_\alpha(x) = 1 - \prod_{i=1}^n \left(\frac{x_i}{\mu_x} \right)^{\left(\frac{1}{n} \right)}, \quad \text{para } \alpha = 1.$$

El parámetro α se relaciona con la aversión a la desigualdad, es decir, se utiliza para evaluar la desigualdad por tramos de los clubs y para ponderar su influencia en el

conjunto. Los valores que toma, van desde cero, hasta infinito. Siendo cero el valor con menor aversión e infinito el valor máximo de aversión a la desigualdad.

Para hacer más sencillo el análisis, no tendremos en cuenta este valor y nuestro Índice de Atkinson vendrá dado como:

$$A = 1 - e^{-T}$$

siendo T el Índice de Theil.

El valor del Índice de Atkinson se sitúa en el intervalo entre los valores 0 y 1. Lo interpretaremos diciendo que dada una determinada distribución de ingresos de un club o competición, el índice muestra que proporción de los ingresos llevarán a conseguir el mismo nivel de bienestar social para todos los equipos de esa competición.

Por último, usaremos un índice ubicado en el grupo de las medidas de concentración. Su utilización habitual reside en el análisis industrial, midiendo lo próximo que se sitúa un mercado entre competencia perfecta (mínima concentración) y monopolio (máxima concentración). En nuestro caso, se empleará para ver si los ingresos de una determinada competición se concentran en unos pocos equipos o, por el contrario, hay equidistribución.

4) Índice de Herfindahl

Es un índice de concentración que nos presenta el grado de competencia existente en una industria. Para su cálculo es necesario conocer la cuota de mercado de cada club, que viene dada como $S_i = \frac{q_i}{Q}$, donde q_i representa los ingresos de cada club y Q la totalidad de ingresos. El índice de Herfindahl viene definido como:

$$H = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

dónde n es el número de equipos y s_i la cuota de mercado de cada club.

Este índice toma valores comprendidos entre 0 y 100, siendo 0 cuando presenta la mínima concentración de la competición y un gran número de clubs con una representación pequeña, mientras que en el caso opuesto, sólo hay un participante en la liga.

4. RESULTADOS PRINCIPALES

En esta sección se mostrarán los principales resultados obtenidos tras analizar los datos de los clubs de fútbol en los últimos años. En primer lugar nos centraremos en lo acontecido en la competición nacional, La Liga. Demostraremos que gran parte de los ingresos, no solo los derivados de la TV sino de otras partidas, también se concentrarán en un reducido número de equipos. Posteriormente, daremos una visión más general ampliando nuestro análisis al fútbol europeo.

El manejo de los datos se ha llevado a cabo a través de la herramienta Excel, que hemos utilizado para calcular los distintos índices de desigualdad empleados en nuestro estudio.

Para la elaboración de este trabajo se han tenido que omitir algunos clubs de la muestra por falta de información. Además, algunos análisis sólo se han podido aplicar a equipos que han permanecido, como mínimo, dos años de forma consecutiva en Primera División.

4.1 La Liga

Más allá de aplicar las medidas de desigualdad, resulta útil echar un vistazo a la posición inicial de cada club. Para darnos una primera premisa de lo que será habitual a lo largo de este camino, es esencial que mostremos una evolución de los presupuestos que han manejado cada equipo de la competición nacional, desde la temporada 03/04 hasta 15/16.

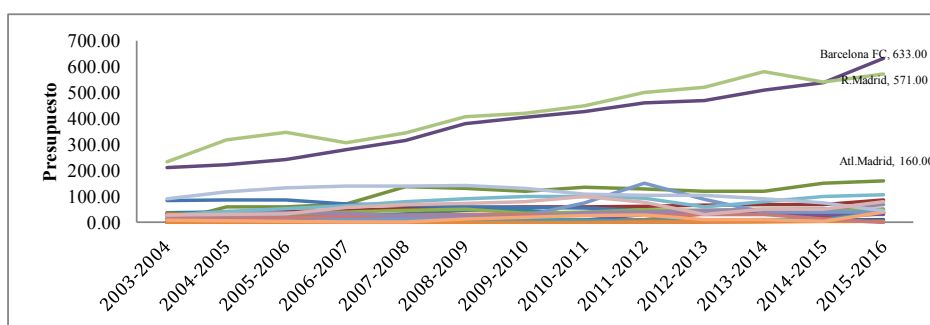


Gráfico 7. Evolución presupuestos clubs 1ª División, en millones de euros. Fuente: Marca; elaboración propia.

Como puede apreciarse en el Gráfico 7, hay una importante diferencia entre los dos grandes del fútbol español y del resto. Se observa que el presupuesto, tanto del Real Madrid CF como del FC Barcelona, casi multiplica por cuatro al del Club Atlético de

Madrid, que ocupa el tercer lugar en fondos. No obstante, también es destacado que esta evolución ha ido provocando un proceso de divergencia, cada vez más pronunciado, con los equipos de La Liga. Merece destacarse que en la temporada 03/04 la disparidad con el tercer club en cuanto a presupuestos sólo se multiplicaba por dos.

Para entender por qué se ha producido tal efecto, nos centraremos a continuación en una serie de factores que han podido influir. En primer lugar, nos detendremos en los ingresos totales de cada club español. Nos preguntamos de dónde vienen esos ingresos y si se produce una concentración de éstos en una serie de equipos.

Comenzamos analizando la desigualdad entre clubs aplicando el Índice de Gini a la distribución de los ingresos desde la temporada 11/12 hasta la 14/15. Los resultados se muestran en el Gráfico 8.

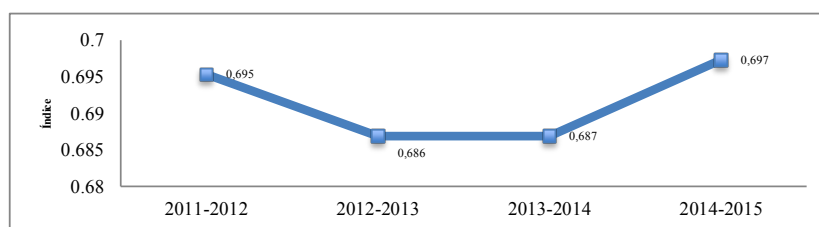


Gráfico 8. Evolución Índice de Gini de Ingresos Totales clubs 1ª División. Fuente: Palco 23; elaboración propia.

Por un lado, el gráfico muestra una importante desigualdad, ya que el índice obtenido es ciertamente elevado, entorno al intervalo 0,68-0,7. Por otro, tampoco se observan grandes variaciones, aunque si podemos decir que durante unos años permaneció estable, incluso experimentó una reducción. A partir de la temporada 13/14 vuelve a recuperar una tendencia creciente, quizás explicada porque en esa campaña, como en la siguiente, tanto Real Madrid CF y FC Barcelona fueron los ganadores de la UEFA Champions League, lo que les supuso un mayor volumen en la partida ‘competición’ que más adelante analizaremos.

Para verificar esta desigualdad, nos apoyaremos en dos medidas de ‘robustez’, el Índice de Theil y el Índice de Atkinson. Veremos a continuación en el Gráfico 9 la evolución que han seguido en el mismo periodo de tiempo.

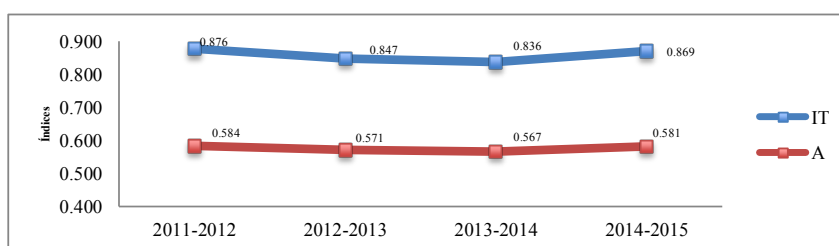


Gráfico 9. Evolución Índices de Theil y Atkinson Ingresos Totales 1ª División. Fuente: Palco23; elaboración propia.

Ambos índices siguen una evolución pareja al IG en el sentido de que no hay grandes variaciones a lo largo de los años. Un pequeño descenso en los dos primeros años, una fase en el que permanece constante y un último periodo con un leve crecimiento.

Por último, para dar una visión más precisa acudiremos a las medidas de concentración, concretamente al Índice de Herfindahl. Observaremos en el Gráfico 10 que su evolución sigue los mismos derroteros que los índices anteriores, con la salvedad de que en este análisis no presenta un periodo estable.

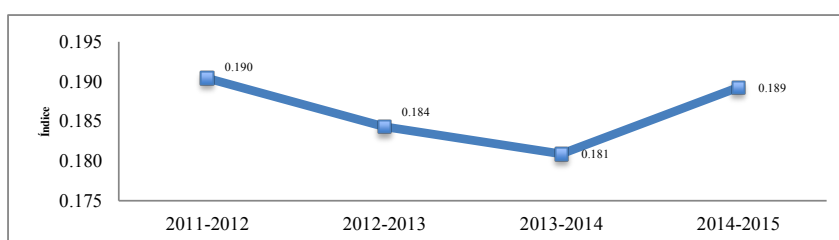


Gráfico 10. Evolución Índice de Herfindahl Ingresos Totales clubs 1ª División. Fuente: Palco23; elaboración propia.

Si prestamos atención a las cuotas de mercado (véase Tabla A-2 en la página 56) que muestra cada club, resulta evidente que los ingresos totales se concentran en los dos grandes, siendo por parte del Real Madrid CF un 30,13 % y un 28,38 % por el FC Barcelona.

Por lo tanto, atendiendo a los índices empleados, resulta concluyente decir que la partida de ingresos totales explica gran parte la desigualdad, vista previamente en los presupuestos de los clubs.

Una vez examinados los ingresos totales, ahora procederemos a evaluar su procedencia. Cuatro serán las fuentes de ingresos que analizaremos: Ingresos por TV, ingresos de abonados y socios, ingresos por publicidad y por último ingresos de competición.

4.1.1 Ingresos TV

Sin duda, es la partida que más controversia ha creado en los últimos años con la entrada en vigor de la nueva negociación colectiva de los clubs a la hora de vender sus derechos audiovisuales, además de su distribución. Resulta evidente la gran disparidad a la hora de gestionar el reparto de los ingresos de TV, pero ¿Hasta qué punto? A continuación lo veremos.

En primer lugar nos apoyaremos en la Curva de Lorenz y en la evolución que presenta el índice de Gini. Más tarde, emplearemos medidas de robustez y curvas de concentración.

Para que quede más claro nuestro estudio, el Gráfico 11 muestra una comparación de las Curvas de Lorenz de dos temporadas distintas para observar la diferencia que se aprecia cuando se negocian los derechos de TV de forma individual (Temporada 14/15) y colectiva (Temporada 16/17).

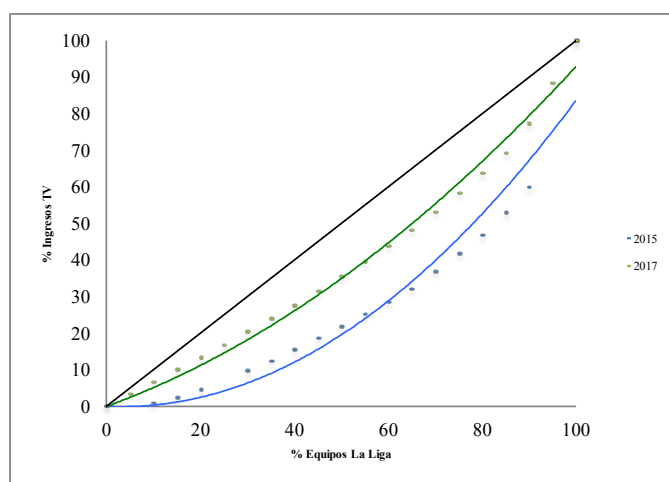


Gráfico 11. Comparativa Curva de Lorenz Ingresos TV clubs 1ª División. Fuente: Palco23; elaboración propia.

Las curvas de Lorenz se han construido a partir de proporción de los clubs de la Liga. Por ejemplo, en la temporada 14/15 el 20% de los clubs solo obtenía el 4,54 % de los ingresos de TV, mientras que en la temporada 16/17 ascendió a 9,88 %.

Los datos son concluyentes: la curva de Lorenz del año 2017 domina a la curva del año 2015, ya que se sitúa por encima de ésta en todos los puntos de la curva. La mayor distancia entre curvas se sitúa con el 50 % de los equipos, repartiéndose en la temporada 14/15 el 21,8 % de los ingresos de TV y el 35,3 % en la 16/17.

Consecuentemente, se llega a la conclusión de que la desigualdad en la distribución de los ingresos para el conjunto de clubs es mayor en 2015 que en 2017.

Si atendemos al Gráfico 12 vemos que la evolución del Índice de Gini rotundamente confirma con lo establecido anteriormente. Con el paso de las temporadas ha ido disminuyendo la desigualdad en el reparto televisivo, no obstante sigue habiendo grandes diferencias. (véase Tabla A-3 en la página 57)

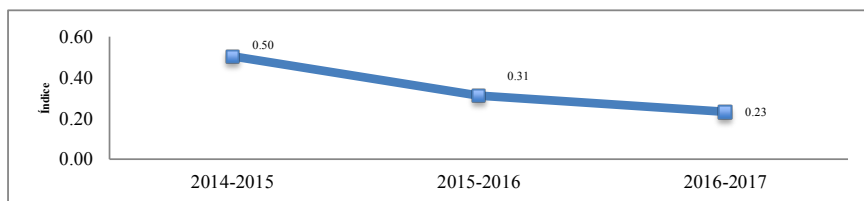


Gráfico 12. Evolución Índice de Gini Ingresos TV 1ª División. Fuente: Palco23; elaboración propia.

Los índices de Theil y de Atkinson (muy parejos) por su parte, confirman en el Gráfico 13 lo enunciado previamente. Tienden a disminuir con el paso de los años con el nuevo reparto. El primero pasa del 0,4 al 0,095 (cerca de la mínima concentración) y el segundo del 0,33 al 0,09 lo que nos viene a decir que ha disminuido bastante la proporción de los ingresos que llevaría a los equipos a conseguir el mismo nivel de bienestar social.

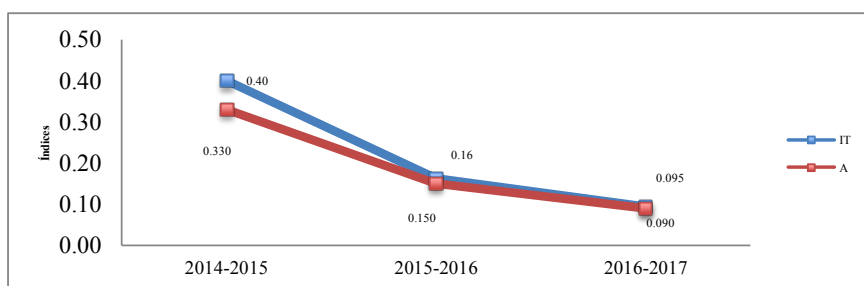


Gráfico 13. Evolución Índices de Theil y Atkinson Ingresos TV clubs 1ª División. Fuente: Palco23; elaboración propia.

Una vez expuesto los Índices de Gini, Theil y Atkinson, solamente nos queda estudiar cómo se comportan las medidas de concentración. Si atendemos a sus cuotas de mercado (véase Tabla A-4 en la página 57) nos resultan bastantes reveladoras en cuanto a que La Liga está experimentando, de forma positiva, una descentralización de los ingresos TV. Se pasó de un 40% del control de los fondos audiovisuales por el Real Madrid CF y FC Barcelona, a un 31%. Pero este descenso en cuanto a su participación en el reparto, no conlleva unos menores ingresos. Esto se puede explicar a que gracias a la venta conjunta de los derechos audiovisuales de los clubs, se ha podido obtener un volumen de millones de euros más importante. El Gráfico 14 expone de manera intuitiva como con el paso de los años ha ido disminuyendo la concentración.

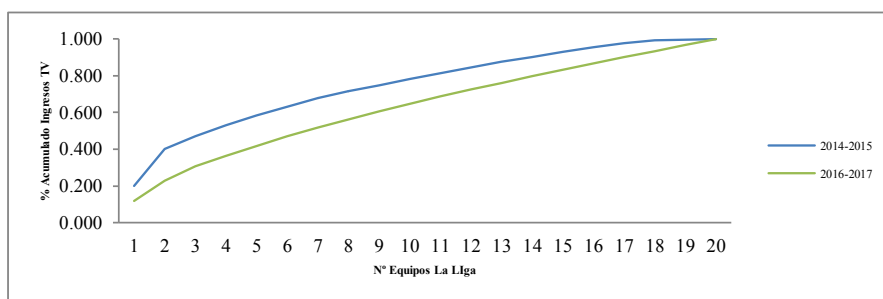


Gráfico 14. Curvas de Concentración Ingresos TV de cada año clubs 1ª División. Fuente: Palco23; elaboración propia.

Esta ilustración nos viene a decir que si tomamos como referencia la temporada 14/15, solamente 5 equipos representan el 58,3 % de los ingresos, mientras que si miramos para la temporada 16/17 se reducen al 42 %. Este resultado es importante, ya que permite que los clubs más modestos puedan hacer frente a las deudas que el fútbol español lleva arrastrando desde comienzos de siglo.

Finalizado el estudio de la distribución de los ingresos audiovisuales, podemos llegar a la conclusión de que este desigual reparto ha influido en el proceso de divergencia de los presupuestos, pero hay que destacar que no es tan importante como inicialmente se preveía. Si nos fijamos bien en el año donde entró en vigor la nueva negociación (temporada 15/16), vemos cómo en todos los índices aplicados hay una menor concentración de los ingresos de TV. Esto no se ha traducido en una reducción de distancia presupuestal de los clubs, sino todo lo contrario, ha seguido con su tendencia creciente. Por tanto, será otro factor u otros factores los que realmente expliquen este comportamiento.

Antes de eso, y para terminar esta observación de los ingresos de TV, muchos han evidenciado que un reparto alternativo, es decir con un reparto más equitativo, la clasificación de La Liga al final del año sería diferente. Para ello llevaremos a cabo un sencillo proceso de simulación de puntos elaborado con Excel y con las partidas de los puntos obtenidos al final de la temporada 14/15, ingresos totales e ingresos TV. Antes de empezar a explicar el proceso, conviene mencionar dos supuestos: Sólo se emplearán equipos que han permanecido en Primera dos años consecutivos y supondremos que las otras partidas de ingresos permanecen invariantes.

Para llevar a cabo la simulación, en primer lugar calculamos cuántos euros de los ingresos totales costó a los equipos cada punto, es decir hacer un ratio puntos/ingresos totales. Ejemplo: el Sevilla FC obtuvo 76 puntos y recaudó 174,02

millones de euros por lo que el ratio saldrá 0,44 que nos quiere decir que cada punto le costó 440 mil euros de ingresos totales.

El segundo paso será restar a los ingresos totales los ingresos TV que recibió esa temporada y sumar los ingresos TV del reparto equitativo. Ejemplo: seguimos con el ejemplo anterior. A los 174,02 millones de euros le restamos 35 millones que fue lo que obtuvo ese año y le sumamos lo que habría recibido si los ingresos de TV se hubieran dividido por partes iguales entre todos los clubs (43,58 millones), es decir, la operación sería la siguiente: $174,02 - 35 + 43,58 = 182,6$

El último paso sería multiplicar esos nuevos ingresos totales por lo que nos costaba cada punto. Ejemplo: $182,6 \times 0,44 \approx 80$

Por tanto, con el nuevo reparto obtendría 4 puntos más. Como muestra la Tabla 1 con este club no hay una gran diferencia, pero si se aplicara con otro equipo de mitad de la tabla hacia abajo se apreciaría como sube sustancialmente de posición.

	Puntos Reales	Puntos Con Reparto equitativo
FC Barcelona	94	86
Real Madrid CF	92	84
Sevilla FC	76	80
Atlético de Madrid	78	78
Valencia CF	77	75
RC Celta	51	68
Villarreal CF	60	65
Málaga CF	50	64
SD Éibar	35	61
RCD Espanyol	49	60
Athletic Club	55	58
Real Sociedad	46	56
Granada CF	35	50
RCD Deportivo	35	49

Tabla 1. Puntos obtenidos por los clubs españoles en la temporada 14/15 y puntos ficticios con un reparto equitativo de los Ingresos TV. Fuente: Elaboración propia.

4.1.2 Ingresos abonados y socios

En los últimos años, como consecuencia de la crisis económica sufrida en España, muchos clubs han visto disminuido, no sólo la presencia de aficionados en los estadios, sino también el número de abonados y socios. Esto supone, dependiendo del equipo, una caída aproximada del 5 al 13 % de sus ingresos totales. Ciertamente es que los clubs más modestos han sido los que con mayor fuerza han sufrido esta depresión debido a que gran parte de su hinchada es local, mientras que las grandes entidades, gracias a su proceso de expansión internacional, no se han visto apenas dañadas.

Este hecho, por tanto, va a provocar desigualdades en esta partido de ingresos. A continuación se mostrará el Gráfico 15 dónde se ilustra la curva de Lorenz de la campaña 14/15.

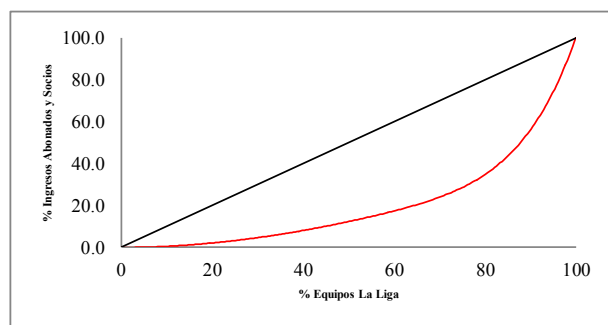


Gráfico 15. Curva de Lorenz Ingresos por abonados y socios clubs 1ª División. Fuente: Palco23; elaboración propia.

Resulta evidente la gran diferencia en relación a lo que recaudan unos equipos con respecto a otros. Por ejemplo si tomamos el 50 % de los clubs observamos que solo abarcan el 12,1 % de los ingresos totales de abonados y socios. Más sorprendente aun es que el 85 % de los equipos, es decir 17 clubs, no llegan a la mitad de todo el volumen de ingresos embolsado. Por el contrario, solo tres clubs son los que se llevan más de la mitad del pastel, sobre todo los dos grandes de La Liga. Como mencioné anteriormente, esto es debido a la necesidad de la mayoría de los clubs españoles en extender sus marcas en el extranjero y no estancarse en un mercado nacional, en el que hoy por hoy, es difícil ganar nuevos seguidores.

Una vez vista la curva de Lorenz de la temporada 14/15, resultará útil echar un vistazo a la evolución seguida del índice de Gini desde el periodo 11/12.

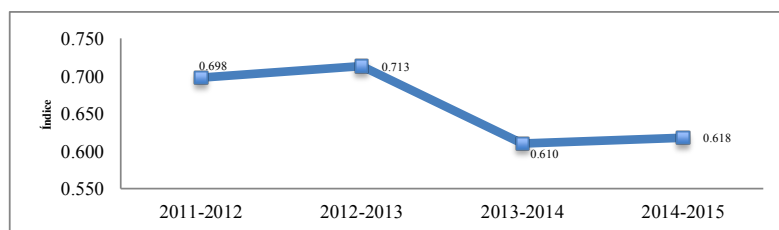


Gráfico 16. Evolución Índice de Gini Ingresos por abonados y socios clubs 1ª División. Fuente: Palco 23; elaboración propia.

A primera vista en el Gráfico 16 se aprecian 3 comportamientos. En el primero se pueda observar un ligero aumento, consecuencia de los peores años de la crisis económica. Más tarde se experimentó una disminución del índice de Gini que permitió reducir la desigualdad en la obtención de ingresos por abonados y socios. Esta pauta

puede ser explicada por la entrada de los primeros inversores extranjeros en el fútbol español, lo cual facilitó que estos equipos pudieran empezar un largo camino de globalización. Y por último un periodo ligeramente estable, en el que apenas se aprecian variaciones.

Para consolidar nuestra idea de las diferencias en cuanto a los ingresos por abonados, prestaremos atención como en los casos anteriores, a la evolución de sus índices de Theil y Atkinson que viene dada en el Gráfico 17.

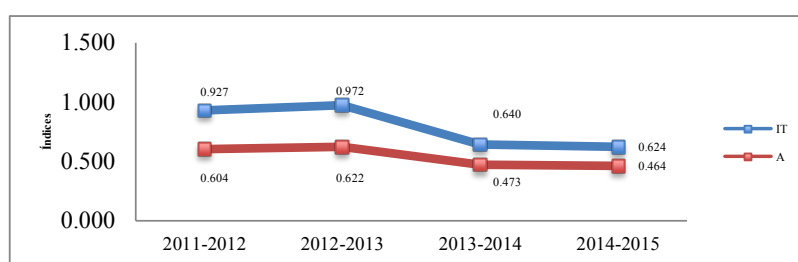


Gráfico 17. Evolución Índices de Theil y Atkinson Ingresos por Abonados y Socios 1ª División. Fuente: Palco23; elaboración propia.

No muestra una gran diferencia en relación a los tres comportamientos descritos anteriormente, desde el año 2011 hasta el 2015. Un periodo inicial de ligero aumento, seguido de un descenso en los años intermedios. El contraste viene en las últimas anualidades. Donde a diferencia de Gini, se aprecia una pequeña disminución, tanto en Theil como en Atkinson. El motivo de esta disparidad pueda ser explicada por construcción de estos índices.

Tras haber visto el comportamiento tanto de la curva de Lorenz, como de los índices de Gini, Theil y Atkinson. Proseguiremos nuestro estudio con la aplicación de medidas de concentración. En el Gráfico 18, aunque no se puede llevar a cabo una comparación correcta debido a que ambas curvas se solapan, si nos mostrará un detalle importante relacionado con la gran concentración de ingresos de abonados y socios en los dos grandes, Real Madrid CF y FC Barcelona.

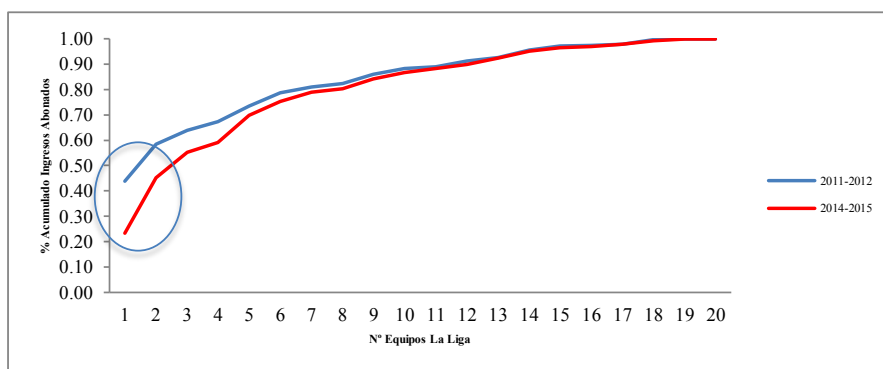


Gráfico 18. Curvas de Concentración Ingresos por Abonados y Socios clubs 1ª División. Fuente: Palco23; elaboración propia.

Esta ilustración muestra la curva de concentración (roja) perteneciente a la temporada 14/15 y la curva de concentración (azul) de la temporada 11/12. Como he mencionado anteriormente, estas dos curvas no se pueden comparar, debido a que cuando observamos cuanto % acumulan 13 equipos, las dos curvas muestran el mismo valor. Lo realmente interesante de este gráfico es lo señalado con el círculo. Ahí se puede ver como un solo equipo en la temporada 11/12 ingresaba casi la mitad de la totalidad de los ingresos por abonados y socios recaudados por todos los clubs de La Liga. También se ve claramente, que con el paso de los años ha disminuido de forma notable la concentración en los 10 primeros equipos.

En cuanto a la parte donde ambas curvas se solapan, viene a mostrar una disminución de ingresos, ya que si los diez primeros clubs reciben menos, lo razonable es que los clubs más modestos hubieran recibido un mayor importe, sin embargo se puede observar que no se da el caso. Por tanto como he mencionado anteriormente, el volumen total de los ingresos por abonados y socios de La Liga han disminuido con el paso de las temporadas.

Cierto es, que a lo largo del análisis de esta partida de ingreso he ido mencionando que ha ido disminuyendo la desigualdad con el paso de los años. Una desigualdad que no está relacionado con la caída de ingresos de la totalidad de equipos, sino que ha sido provocada porque el Real Madrid CF ha disminuido de manera importante esta cuantía al llevar a cabo una nueva reformulación de sus cuentas.

Por último, me gustaría dar una pequeña pincelada a la existencia o no de correlación entre los habitantes de la localidad dónde se ubica el club y los ingresos por abonados y socios que atesora. En el Gráfico 19 se mostrará.

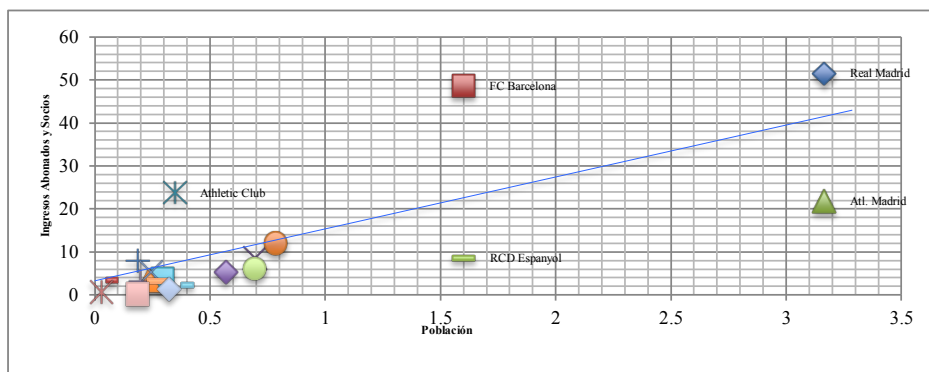


Gráfico 19. Dispersión Ingresos Abonados y Socios/Población clubs 1ª División, en millones de personas y euros. Fuente: Palco23; elaboración propia.

A simple vista se puede observar que existe una correlación positiva con tendencia creciente. Su coeficiente nos da 0,75 lo que nos viene a decir que ambas variables están bastante correladas.

He ido repitiendo a lo largo de este apartado la necesidad de expandir sus marcas más allá de sus fronteras para atraer más aficionados, ya que la mayoría de equipos residen en ciudades que no llegan al millón de habitantes. Mención aparte merecen Club Atlético de Madrid y RCD Espanyol debido a que estos clubs conviven con el todopoderoso Real Madrid CF y FC Barcelona respectivamente.

4.1.3 Ingresos por Publicidad

La tercera fuente de ingresos de los clubs conlleva todo lo relacionado con el marketing de cada club, desde el logo publicitario que llevan en las camisetas, hasta el nombre comercial del estadio o la ciudad deportiva. Está relacionado ampliamente con la partida de ingresos anterior en cuanto a su objetivo de extender su marca por el extranjero. Como viene siendo habitual en nuestro estudio, aquí no veremos una excepción. Continuaremos con importantes desigualdades en relación a los dos grandes y el resto de clubs. Para demostrar esta afirmación empezaremos viendo el Gráfico 20 donde expone la evolución que ha experimentado su índice de Gini desde la temporada 11/12 hasta 14/15.

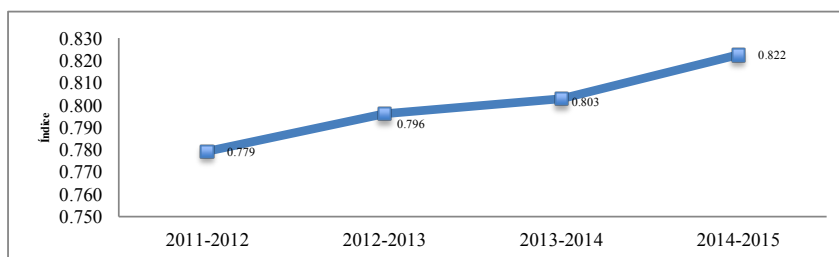


Gráfico 20. Evolución Índice de Gini Ingresos Publicidad clubs 1ª División. Fuente: Palco 23; elaboración propia.

Los ingresos por publicidad es la partida donde se muestra mayor desigualdad. Pero no solo eso, sino que es la única que está experimentando una evolución creciente con el transcurso de los años. Consecuencia de esto es, que los dos grandes del fútbol español están firmando importantes convenios con empresas extranjeras para lucir su publicidad en sus camisetas. Ejemplos de esto es el acuerdo que firmó el Real Madrid CF con Fly Emirates y el FC Barcelona con Qatar Foundation. Por el contrario, si echamos un vistazo al resto de clubs, estos deben conformarse con empresas locales. Un ejemplo de ello lo muestra el Athletic Club que tiene un acuerdo de patrocinio con la caja de ahorros vasca Kutxabank.

No obstante, se prevé que estas diferencias se reduzcan ligeramente en los últimos años, gracias a la entrada de inversión extranjera que traen consigo buenos acuerdos de publicidad de sus países de origen, este es el caso Granada CF.

Si observamos a continuación el Gráfico 21, tanto el índice de Theil como el de Atkinson, siguen la misma tendencia creciente. Incluso me atrevería a decir que si nos paráramos a observar la evolución de Theil, se muestra una mayor concentración de ingresos.

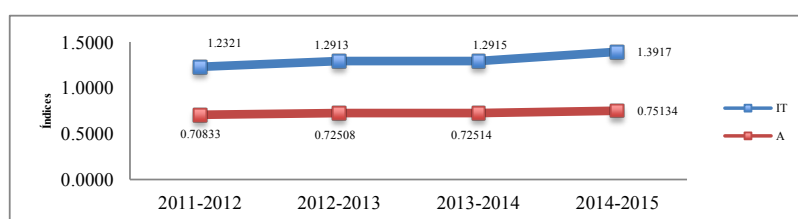


Gráfico 21. Evolución Índices de Theil y Atkinson Ingresos por Publicidad clubs 1ª División. Fuente: Palco23; elaboración propia.

Aunque los dos índices crecen de manera importante, el de Theil experimenta un crecimiento superior. Al atender sus tasas de variación para ver cuánto han crecido desde el año 2011 hasta el 2015, Theil muestra un aumento del 11,5 %, mientras que Atkinson representa un incremento del 6,6 %. Si lo queremos comparar con Gini, este refleja un menor crecimiento, un 5,5 %.

Finalizado el estudio de los índices de Theil y Atkinson, nos toca centrarnos en las medidas de concentración. En este caso no será útil el gráfico de las curvas de concentración, ya que no hay una gran diferencia de las cuotas de mercado (véase Tabla A-5 de la página 58) a lo largo de las distintas temporadas. Más práctico nos resultará el Gráfico 22 donde se exhibe la evolución del índice de Herfindahl.

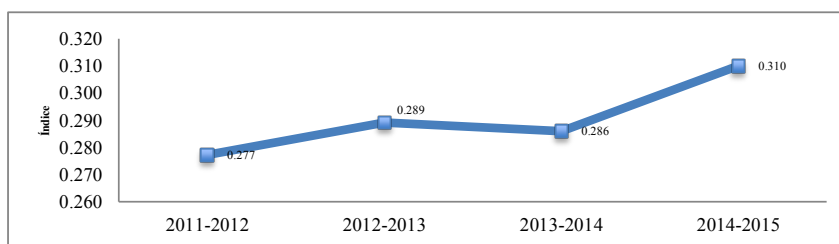


Gráfico 22. Evolución Índice de Herfindahl Ingresos Publicidad clubs 1ª División. Fuente: Palco 23; elaboración propia.

Muestra una tendencia creciente, lo que nos viene a decir como en los índices anteriores, que ha aumentado la concentración de los ingresos de publicidad. Si nos fijamos en la tabla de cuotas de mercado, (véase Tabla A-6 de la página 58) entre el segundo club con mayores ingresos (Real Madrid CF) y el tercero (Club Atlético de Madrid) hay una amplia distancia. Mientras que el primero abarca el 37,71 %, el segundo solamente obtiene el 6,32 %.

Para finalizar todo lo que acontece con los ingresos publicitarios, vamos a terminar viendo si muestra una cierta correlación con los puntos finales que obtuvieron en la clasificación de la temporada 14/15. Para ello emplearemos el Gráfico 23.

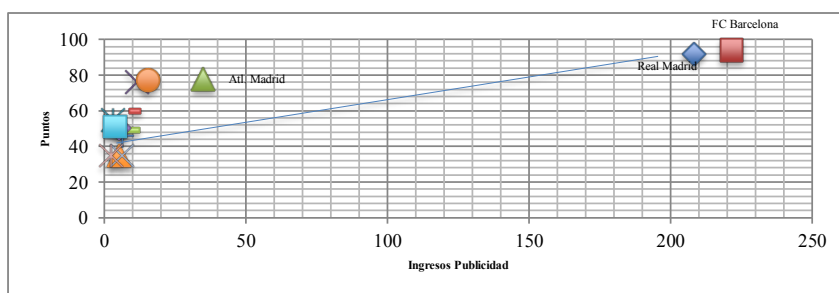


Gráfico 23. Dispersión Puntos/Ingresos Publicidad clubs 1ª División. Fuente: Palco 23; elaboración propia.

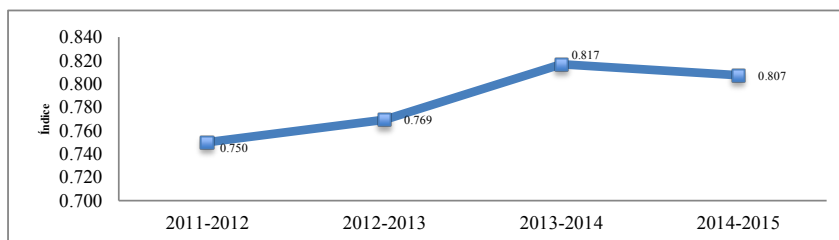
Se puede observar una tendencia creciente de los datos con un coeficiente de 0,74. Este nos viene a decir que si existe una fuerte correlación entre ambas variables. Además, se observa claramente como los dos clubs con mayores ingresos publicitarios son los que más puntos obtuvieron en la clasificación. Otra muestra más de la gran disparidad que hay entre los diferentes equipos.

4.1.4 Ingresos Competición

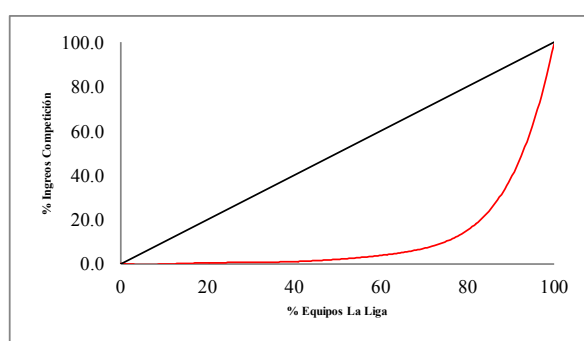
Hace referencia a la última fuente de ingresos de los clubs, la cual muestra una importante relacionado con la posición final en la clasificación. Esta partida incluye todos los ingresos generados por la participación en competiciones europeas, tanto de la UEFA Champions League, como de la Europa League. Para acceder a una de las dos,

basta con situarse entre 6 primeros o ser el ganador de la Copa del Rey. Por lo que se prevé que habrá diferencias entre estos 7 clubs y el resto.

En primer lugar mostraremos la evolución del índice de Gini para visualizar la desigualdad descrita anteriormente.



El Gráfico 24 presenta una tendencia creciente en los tres primeros periodos hasta llegar al punto más alto en la temporada 13/14. Casualmente, en esa campaña la final de la UEFA Champions League la disputaron dos clubs españoles, el Real Madrid CF y el Club Atlético de Madrid provocando que estos dos equipos, por llegar hasta el final, pasando ronda tras ronda, hayan ganado un volumen importante de millones de euros, especialmente el Real Madrid CF al ser el vencedor. Con esto, quiero decir, que la brecha entre estos dos clubs finalistas respecto al resto (con la excepción del FC Barcelona que aunque no llegó a la final se embolsó 65 millones de euros por una serie de variables relacionado con lo comercial) se amplió algo más que en las otras temporadas. Para precisar con más exactitud lo que pasó en esa temporada, queda bastante intuitivo si se muestra el Gráfico 25 donde se presenta su curva de Lorenz.



Resulta evidente la gran disparidad que se produce entre clubs en relación a los ingresos de competición. Si cogemos el 70 % de equipos de la Liga, es decir 14 clubs,

no llegan al 10 % de los ingresos. Esto confirma lo mencionado anteriormente de que hay una importante diferencia de los 6 primeros equipos con los 14 restantes.

En este caso, al contrario de las anteriores fuentes de ingresos, no es tan injusta esta desigualdad, ya que es una forma de incentivar a los equipos a que mejoren año tras años hasta llegar a jugar alguna de las competiciones continentales. Esta explicación no quita que algunos clubs muestren unas mayores facilidades que otros para llegar a los seis primeros puestos.

Al contrario que el índice de Atkinson, el Gráfico 26 muestra como el índice de Theil sigue una evolución muy similar a que muestra Gini, con un ligero aumento en los tres primeros periodos y un último relativamente estable.

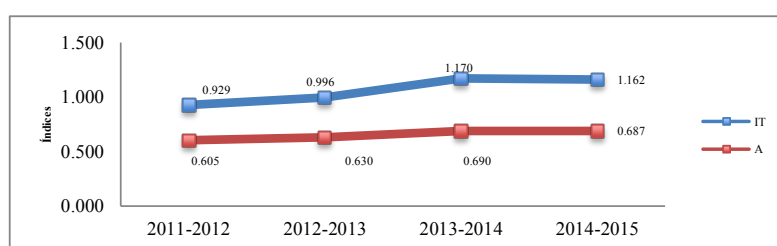


Gráfico 26. Evolución Índice de Theil y Atkinson Ingresos por Competición clubs 1ª División. Fuente: Palco 23; elaboración propia.

Vistos los principales índices de desigualdad, nos detendremos brevemente en las medidas de concentración. Gráficamente sus curvas, al igual que en la partida de ingresos por abonados y socios, vemos en el Gráfico 27 como un sólo club se embolsa casi el 40 % del total en la temporada 14/15. Además, su evolución es opuesta, con los años aumenta la concentración.

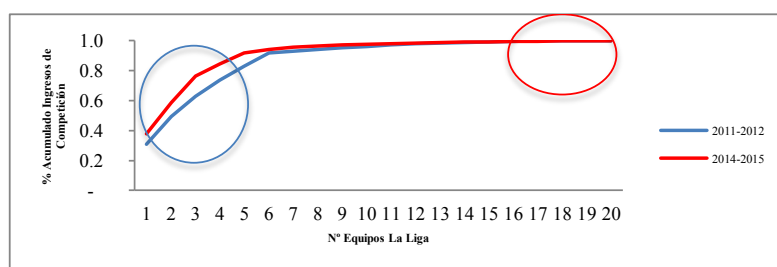


Gráfico 27. Curvas de Concentración Ingresos por Competición clubs 1ª División. Fuente: Palco 23; elaboración propia.

La mayor diferencia entre curvas se aprecia con 4 equipos. Su explicación es evidente, ya que son 4 los clubs que juegan la UEFA Champions League. Además de tener en cuenta este hecho, esta competición repercute de unos mayores ingresos que la

Europa League y que con los años este torneo ha ido aumentando sensiblemente los premios que reparte provocando, que como indica el gráfico, la concentración de la temporada 14/15 sea mayor que de la 11/12.

Es importante destacar, como demuestra la parte del círculo rojo, la presencia de clubs que en esta partida de ingresos no perciben nada o casi nada. Este tipo de equipos suelen estar relacionados con los recién ascendidos a Primera División.

Después de haber analizado, tanto los ingresos totales, como las partidas que lo componen, podemos dar una breve contestación a la pregunta que nos hicimos al inicio del epígrafe relacionada con la importante desigualdad generada en los presupuestos.

La respuesta sería la siguiente. Todos los tipos de ingresos han influido, en distinta proporción, a la brecha que comenzó a abrirse allá por la temporada 02/03 y que sigue en aumento en 15/16.

4.2 Fútbol europeo

A pesar de no presentar una gran extensión como continente, Europa dispone de un amplio número de ligas nacionales, para ser exacto cuenta con 54 campeonatos. Van de países tradicionales como Portugal, Italia o España, hasta naciones algo menos conocidas, futbolísticamente hablando, como Kazajistán, Georgia, Chipre, entre otras.

Este hecho, no sólo nos permite una mayor conexión entre países, sino que nos permite deleitarnos de una gran diversidad futbolística (formas de juego, futbolistas, maneras de vivir los partidos que muestra cada hinchada, etc.) que cada año podemos ver tanto en la UEFA Champions League como en la Europa League.

Pero como hemos visto en el epígrafe anterior, hay grandes diferencias no sólo en los clubs que conforman una competición, sino también entre los diversos campeonatos nacionales. En la siguiente sección prestamos atención a las desigualdades existentes entre las principales ligas europeas: Premier League (Inglaterra), La Liga (España), Bundesliga (Alemania), Serie A (Italia) y Ligue 1 (Francia).

Empezaremos nuestro análisis mostrando la evolución de los ingresos de explotación desde la temporada 12/13 hasta la actualidad de las cinco grandes ligas europeas.

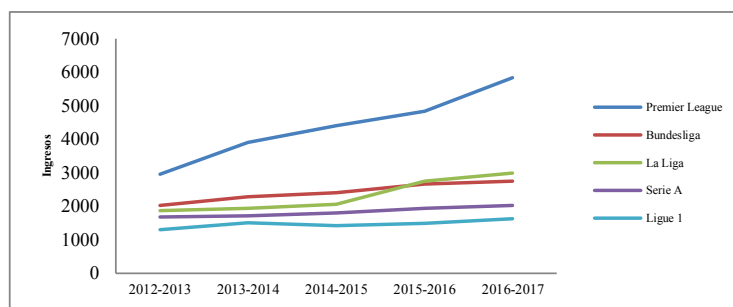


Gráfico 28. Evolución Ingresos Explotación Competiciones europeas, en millones de euros.
Fuente: Deloitte, elaboración propia.

Como muestra el Gráfico 28 resulta evidente, a lo largo de estas 5 temporadas, el poderío económico de la competición británica, la Premier League. Es interesante resaltar que las diferencias con la segunda competición con más ingresos al inicio del 2012 (concretamente, el campeonato alemán, la Bundesliga) no eran tan importantes como se pueden apreciar en la actualidad. Se ha ido produciendo una amplia divergencia que a medida que pasaban los años se iba amplificando. El principal causante de este fenómeno es que la Premier League ingresa más por las partidas de matchday (ingresos por venta de entradas y toda la actividad económica generada en el estadio), ingresos de TV y marketing.

Especialmente importante es al caso de los contratos televisivos, que este último año se han disparado llegando a generar ingresos por valor de unos 6.000 millones de euros aproximadamente y que se prevé que sigan aumentando por la compra reciente de sus derechos por parte de la TV china.

Otro aspecto curioso que muestra la gráfica es la lucha entre la Bundesliga y La Liga para situarse en segunda posición. Se observa como siempre la competición alemana se situaba por encima de la española hasta este último año, donde La Liga ha conseguido vender sus derechos por unos 3.000 millones de euros aproximadamente, alcanzando la cuota más elevada de su historia. En cuanto a la Ligue 1 (Francia) y la Serie A (Italia), estos campeonatos siguen un comportamiento parecido, aunque, como se puede apreciar en el Gráfico 28 están sufriendo un importante estancamiento respecto a las otras competiciones.

Para ilustrar la evidencia de la desigualdad existente entre estas cinco competiciones, mostraremos en el Gráfico 29 la evolución que ha seguido el Índice de Gini.

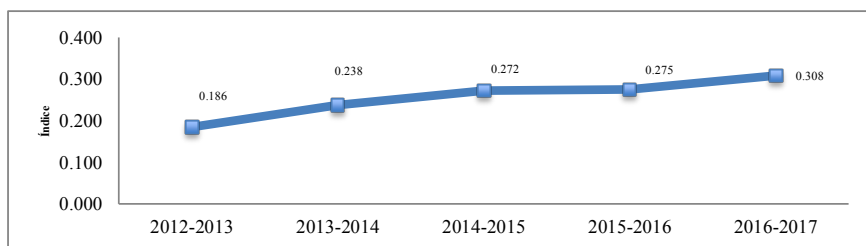


Gráfico 29. Evolución Índice de Gini Ingresos Explotación de las 5 principales competiciones europeas. Fuente: Deloitte; elaboración propia.

Inicialmente no se muestra un índice desorbitado, si no todo lo contrario, había una cierta igualdad entre competiciones. Sin embargo, algunos factores como la capacidad para saber vender bien la marca Premier League, junto con estadios abarrotados jornada tras jornada y unos contratos televisivos fuera del alcance de cualquier competición europea, no sólo de fútbol, sino de cualquier otro deporte, explican esta tendencia creciente.

Si atendemos ahora a los índices de Theil y de Atkinson, el Gráfico 30 también muestra una propensión creciente, salvo que estos no muestran una desigualdad tan pronunciada como Gini. Además, ambos índices exhiben unas cifras prácticamente equivalentes.

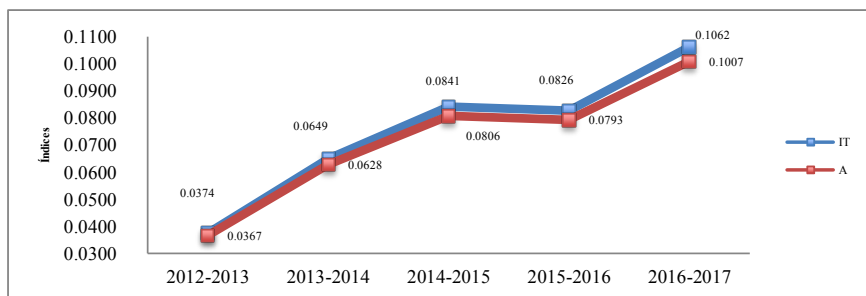


Gráfico 30. Evolución Índices de Theil y Atkinson Ingresos Explotación de las 5 principales competiciones europeas. Fuente: Deloitte; elaboración propia.

Una vez confirmada la desigualdad generada entre las ligas europeas, nuestro análisis se centrará en una realidad de la que toda competición deportiva tendría que tomar nota. La Premier League, además de ser la competición con mayores ingresos, también es la liga que menor desigualdad presenta en comparación con las otras 4. A continuación el Gráfico 31 muestra las distintas curvas de Lorenz de los ingresos de TV pertenecientes a las 4 competiciones europeas (no se representará la curva de Lorenz de la Bundesliga por falta de información).

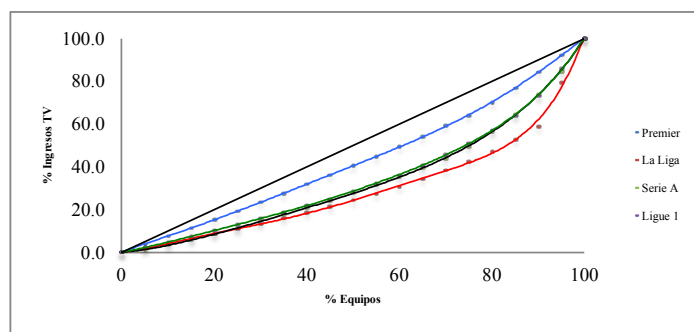


Gráfico 31. Curvas de Lorenz Ingresos TV 12/13 competiciones europeas. Fuente: *La Gran Burbuja del Fútbol*, elaboración propia.

Se ve claramente cómo la Premier League es la competición con un reparto más equitativo respecto a los ingresos audiovisuales. Muestra de ello es que el 50 % de los sus clubs abarcan el 40 % de los beneficios de la TV. Seguida de esta, se encuentran la Serie A y la Ligue 1, ambas muy semejantes. En último lugar, como era previsible tras el estudio elaborado previamente, la competición española, donde el 50 % de sus clubs sólo se embolsan el 24,14 %.

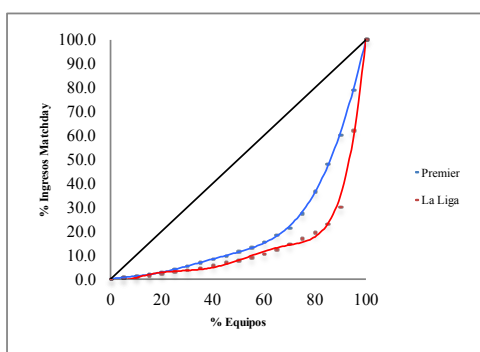


Gráfico 32. Curva Lorenz Ingresos Matchday 13/14 competiciones europeas. Fuente: *La Gran burbuja del Fútbol*; elaboración propia.

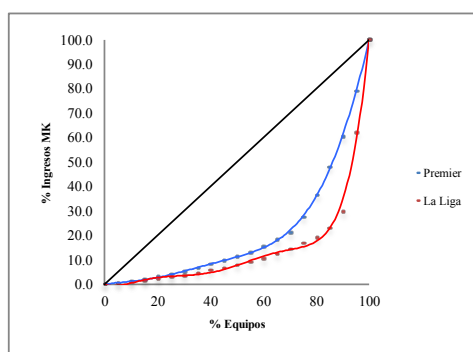


Gráfico 33. Curvas Lorenz Ingresos MK 13/14 competiciones europeas. Fuente: *La Gran Burbuja del Fútbol*; elaboración propia.

Después de haber ilustrado las diferencias en la distribución de los ingresos audiovisuales entre las 4 competiciones, me gustaría no solo comparar esta fuente de ingresos, sino llevarlo más allá, y observar que sucede con los ingresos de Matchday (Gráfico 32) y de MK (Gráfico 33). Para ello sólo he cogido las dos competiciones donde las diferencias son más abrumadoras (Premier League y La Liga).

Al igual que sucede con los ingresos de TV, ambas curvas de Lorenz (Matchday y MK) muestran lo desigual que es la competición española. Basta con observar lo que concentran, por ejemplo el 50 % de los equipos. En la Premier se embolsan un 11,33% mientras que en La Liga es el 7,78% respecto a ingresos MK. Si nos fijamos ahora en

los ingresos de Matchday, en la Premier recaudan el 17,58%, por el contrario en La Liga solamente el 6,23% .

No sólo las curvas de Lorenz demuestran las diferencias generadas entre competiciones. Si atendemos al Gráfico 34, donde se exhibe índice de Herfindahl, veremos cuál de las 4 muestra una mayor concentración.

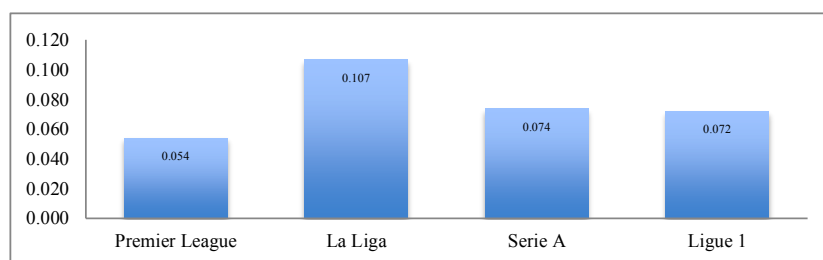


Gráfico 34. Índice de Herfindahl de los ingresos de TV de las competiciones europeas 13/14. Fuente: *La Gran Burbuja del Fútbol*; elaboración propia.

Las disparidades entre La Liga y el resto eran de esperar. Ya vimos lo desigualitaria que era su distribución entre los clubs de la liga española. Entre la Serie A y la Ligue 1, como viene siendo habitual, experimentan un mismo comportamiento, solo separadas por dos milésimas. En cuanto a la Premier, refleja un reducido índice de concentración, demostrando una vez más, que es la competición más equitativa. Para llegar a ello la Premier basa su reparto en una serie de factores:

- 50 % de los ingresos totales de TV se dividen entre los 20 clubs.
- 25 % de los ingresos totales de TV se destinan a la posición que obtiene cada club al final del campeonato.
- 25 % de los ingresos totales de TV se dirigen al pago de las cuotas de las instalaciones utilizadas.
- Los ingresos por difusión internacional y el margen comercial se divide en partes iguales entre los 20 clubs.

Terminaremos este análisis fijándonos cómo se comportan los ingresos de TV en un gráfico de dispersión entre la Premier League y La Liga.

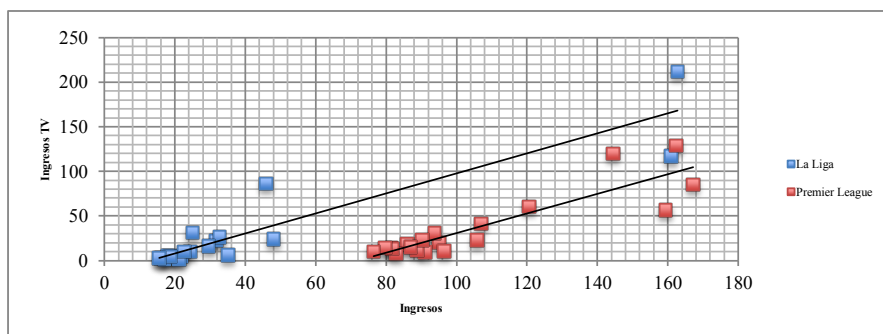


Gráfico 35. Dispersión Ingresos TV/Ingresos Total 13/14 competiciones europeas, en millones de euros. Fuente: La Gran Burbuja del Fútbol; elaboración propia.

En el Gráfico 35 podemos observar cómo la distancia que muestra la competición española entre el grupo formado por 18 equipos y los dos grandes es más elevada que en la Premier. Además, esta última muestra una mayor dispersión entre sus clubs, justificando una vez más que es el campeonato con mayor igualdad en términos de ingresos.

Una vez terminado nuestro análisis, podemos concluir que entre las principales competiciones europeas existe una cierta desigualdad, la cual conforme van pasando las temporadas va en aumento. La Premier League se está distanciando a pasos agigantados del resto de ligas. Esta circunstancia puede poner en peligro al conjunto de campeonatos, ya que al tener mayores ingresos, tienen mayores facilidades de atraer a los mejores jugadores. Estos a su vez hacen más atractiva la competición absorbiendo gran parte de las inversiones extranjeras y contratos publicitarios. Todo ello, generando un bucle difícil de romper por las otras ligas.

Cierto es, que este aumento de ingresos no está relacionado con un mayor número de títulos conseguidos por parte de los clubs ingleses, sino que este registro está actualmente dominado por el fútbol español. Sin embargo, se prevé que a muy corto plazo cambie esta tendencia.

5. RESULTADOS ADICIONALES SOBRE DESIGUALDAD

En la Sección anterior hemos analizado las desigualdades existentes en el mundo del fútbol, tanto a nivel nacional, como europeo. Sin embargo, para su elaboración sólo nos hemos centrado en indicadores económicos como los índices de Gini, Theil, Atkinson o Herfindhal. En esta sección se completa el análisis con un enfoque alternativo. Para ello, centraré una nueva exploración en las divergencias creadas en el fútbol cuando vamos al final de cada temporada y observamos su clasificación.

En primer lugar, apoyándonos en los puntos conseguidos por cada club, llevaremos a cabo un estudio para visualizar si existen o no grandes disparidades entre los distintos equipos que conforman la liga española. Posteriormente ampliaremos nuestra investigación a dos de las principales ligas europeas (Premier League y Ligue 1) para darnos una idea de si siguen el mismo comportamiento que La Liga. Por último, no tanto relacionado con desigualdades, trataré de dar una pequeña muestra de si realmente aquellos clubs que han recibido mayores ingresos han sabido gestionarlos para la consecución de más títulos, tanto nacionales como europeos.

5.1 Ratio Puntos club / Puntos Líder

Iniciada la temporada 16/17, nos apoyaremos en la clasificación de la campaña 15/16, la cual fue uno de los campeonatos con mayor incertidumbre recordados en los últimos años. A falta de muy pocas jornadas, el FC Barcelona, el Real Madrid CF y el Club Atlético de Madrid estuvieron peleando por un título que finalmente consiguió el equipo catalán. A simple vista, y basándose sólo en esta observación, podría concluirse que se trata de una competición relativamente igualitaria, sin embargo la realidad es bien distinta. Si echamos un vistazo a la clasificación española (véase Tabla A-6 de la página 58) podemos observar que la diferencia entre el tercer clasificado y el cuarto es de 24 puntos, la misma que entre el quinto clasificado y uno de los equipos descendidos. A la luz de esta observación se puede entender que dentro de una misma competición es como si hubiera dos ligas. Los tres grandes por un extremo y el resto por el otro.

Para dar un enfoque más intuitivo he elaborado una tabla que muestra los puntos obtenidos por cada club de La Liga respecto al líder de la competición (Tabla 2). Su construcción se ha basado en elaborar un ratio de los puntos que obtuvo cada equipo

respecto de los puntos del líder, en nuestro caso el FC Barcelona. Para facilitar su interpretación, los valores se han aproximado a dos decimales.

FC Barcelona	1	Valencia CF	0,48
Real Madrid CF	0,99	UD Las Palmas	0,48
Club Atlético de Madrid	0,97	RCD Espanyol	0,47
Villarreal CF	0,70	SD Éibar	0,47
Athletic Club	0,68	RCD Deportivo	0,46
RC Celta	0,66	Real Sporting	0,43
Sevilla FC	0,57	Granada CF	0,43
Málaga CF	0,53	Rayo Vallecano	0,42
Real Sociedad	0,53	Getafe CF	0,40
Real Betis	0,49	Levante UD	0,35

Tabla 2. Ratio puntos cada club / puntos líder de los equipos de La Liga. Fuente: Marca; elaboración propia.

La interpretación de cada ratio puede ser la siguiente, por ejemplo: el Valencia CF consiguió 0,48 puntos por cada punto que obtuvo el FC Barcelona. Una vez aclarado el significado de esta tabla vamos a procesar con su interpretación. Se ve claramente lo apretada que estuvo La Liga, ya que la diferencia entre el primero y el tercero solo es de 3 centésimas. También se ve muy bien, como mencioné anteriormente, la distancia entre el Club Atlético de Madrid (0,98) con el Villarreal CF (0,7). Por otro lado, la lucha por jugar la Europa League (5º y 6º clasificado) muestra una cierta proximidad. Dejando atrás la zona noble del campeonato, nos centraremos en la mitad de la tabla hacia abajo. Podemos observar que el ratio obtenido por todos sus equipos se sitúa en la misma décima, a excepción del Levante UD, por lo que nos viene a decir la enorme tensión que se generó en las últimas jornadas, donde aún no estaba claro que clubs disputarían la Segunda División la temporada siguiente.

Leicester	1	Everton	0,58
Arsenal	0,88	Swansea	0,58
Tottenham	0,86	Watford	0,56
Manchester City	0,81	West Bromwich	0,53
Manchester United	0,81	Crystal Palace	0,52
Southampton	0,78	Bournemouth	0,52
West Ham	0,77	Sunderland	0,48
Liverpool	0,74	Newcastle	0,46
Stoke City	0,63	Norwich	0,42
Chelsea	0,62	Aston Villa	0,21

Tabla 3. Ratio puntos cada club / puntos líder de los equipos de la Premier. Fuente: Marca; elaboración propia.

Respecto a la Premier League (Tabla 3) no hay tantas diferencias entre los primeros clasificados y el resto de equipos. Si hay una cierta distancia entre el líder y el segundo clasificado, pero no existe, como sucedía en la liga española, una separación de la competición en dos grupos (la lucha por el campeonato y el resto). Otro detalle que destaca esta tabla, respecto a la de La Liga, es la posición del equipo con el ratio 0,48. Mientras que en la Premier se sitúa en el puesto 16 en la competición española es el 11. Esta realidad nos viene a decir que no es una liga tan concentrada de puntos como pueden ser otras. En conjunto, la Premier parece estar dividida en pequeños grupos de equipos que comparten un mismo objetivo. Por ejemplo, los clubs que la luchan por entrar en la UEFA Champions league se sitúan en la misma decima. Similar sucede con la Europa League y el descenso, con la excepción del último clasificado.

PSG	1	Girondis Bordeaux	0,52
Olymp. Lyon	0,68	Montpellier	0,51
Mónaco	0,68	Olymp.Marseille	0,50
Nice	0,66	Nantes	0,50
Lille	0,63	Lorient	0,48
Saint-Étienne	0,60	Guingamp	0,46
Caen	0,56	Toulouse	0,42
Rennes	0,54	Stade De Reims	0,41
Angers	0,52	Gazélec Ajaccio	0,39
Bastia	0,52	Troyes	0,19

Tabla 4. Ratios puntos cada club / puntos líder Ligue 1. Fuente: Marca; elaboración propia.

La elección del campeonato francés para este análisis es bastante útil. A diferencia de las ligas española e inglesa, aunque en estas también hay una cierta distancia entre la cabeza de la liga y el resto, el caso de la Ligue 1 es llamativo. La diferencia entre el líder y el segundo clasificado es sorprendentemente de algo más de tres décimas por lo que refleja un campeonato con poco aliciente, ya que fue campeón el PSG a falta de 8 jornadas para el final. Si aplicamos esa misma diferencia en el Olympique Lyon nos iríamos hasta la penúltima posición. También se puede observar que es una competición en la que la mayoría de los puntos se han concentrado en el líder. Muestra de ello resulta que el resto de clubs poseen ratios con poca distancia entre unos equipos y otros.

Para terminar esta primera parte del epígrafe, podemos decir que La Liga también muestra desigualdad si analizamos los puntos de la clasificación. No tanta como vimos con los ingresos que percibían cada club, pero si una cierta distancia entre

los equipos que luchan por el campeonato y el resto. A nivel europeo, tampoco hay tantas diferencias, es cierto que la Premier muestra un menor alejamiento entre los primeros clasificados, pero si nos fijamos en el resto de equipos es bastante semejante.

5.2 Ratio Valor Equipo / Puntos

Finalizado el primer punto del epígrafe, nos detendremos ahora en saber cuál es el valor de cada punto obtenido por los clubs de Primera División. Este análisis sólo se centrará en los 17 equipos que permanecieron en la categoría. Para ello volveremos a elaborar un ratio. En este caso, dividiremos el valor de cada equipo por cada punto conseguido en la temporada 15/16. Para ilustrarlo nos hemos apoyado en el Gráfico 36.

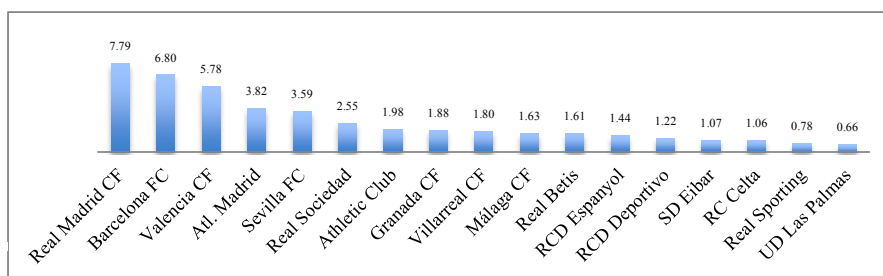


Gráfico 36. Valor de cada punto de los clubs de La Liga, en millones de euros. Fuente: Transfermarkt; elaboración propia.

A primera vista podemos distinguir cinco grupos. En primer lugar, tanto Real Madrid CF, como FC Barcelona, son los dos equipos que más valor añaden a cada punto obtenido 7,79 millones de euros y 6,8 respectivamente. Seguido se sitúa de forma individual el Valencia CF (5,78). A este lo siguen Club Atlético de Madrid (3,82), Sevilla FC (3,59) y Real Sociedad (2,55). Un grupo más numeroso es el siguiente, el cual incluye a 9 equipos, que van desde el Athletic Club (1,98) hasta el RC Celta (1,06). Por último, Real Sporting (0,78) y UD Las Palmas (0,66).

Como en anteriores estudios, las diferencias entre los dos grandes y el resto son evidentes. El valor de los puntos del segundo clasificado de la competición (RM) duplican al del tercero (ATM), pero si seguimos comparando con el resto de clubs de la parte mitad de la tabla las diferencias se disparan.

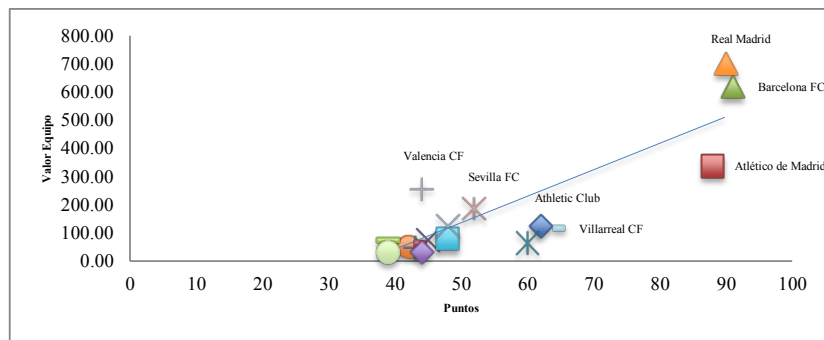


Gráfico 37. Dispersión Valor Equipo / Puntos clubs La Liga. Fuente: Transfermarkt; elaboración propia.

Prestemos atención al Gráfico 37. Muestra una tendencia creciente por lo que nos viene a decir que a mayor valor de equipo mayor cantidad de puntos. Sus variables muestran una fuerte correlación siendo su valor 0,86. Aunque hay alguna excepción.

Destacaremos dos casos. Por un lado el Valencia CF, que presenta el tercer mayor ratio, sin embargo solo se situó en la duodécima posición. Por el contrario, RC Celta que ocupa las últimas posiciones del ratio, pero logró un gran sexto puesto en la clasificación. Siendo este equipo y UD Las Palmas los clubs más rentables a la hora de ver cuál es su valor como equipo y la posición alcanzada en la clasificación.

5.3 ¿Un mayor presupuesto asegura más títulos?

Hemos visto que unos clubs tienen mayores ingresos de TV que otros, que poseen más abonados y socios, más contratos publicitarios, pero todo eso ¿se traduce en un mayor éxito? Para contestar a esta pregunta hemos elaborado una tabla para mostrar que clubs son más eficaces. Para su construcción, hemos calculado en primer lugar el presupuesto medio de cada equipo desde la temporada 03/04 hasta la 15/16. El segundo paso es contar cuantos títulos, tanto nacionales, como europeos, ha ganado cada club en ese mismo periodo de tiempo. El resultado es el siguiente

Títulos Nacionales	Títulos Europeos	Total Títulos
1. Barcelona FC (0,046)	1. Sevilla FC (0,079)	1. Sevilla FC (0,105)
2. Atl. Madrid (0,027)	2. Atl. Madrid (0,036)	2. Barcelona FC (0,064)
3. Sevilla FC (0,02624)	3. Valencia CF (0,018)	3. Atl. Madrid (0,063)
4. R. Betis (0,02623)	4. Barcelona FC (0,0179)	4. Valencia CF (0,037)
5. Espanyol (0,024)	5. R. Madrid (0,009)	5. R. Betis (0,027)
6. Valencia CF (0,018)		6. R. Madrid (0,026)
7. Athletic Club (0,0176)		7. Espanyol (0,024)
8. R. Madrid (0,016)		8. Athletic Club (0,018)

Se puede observar que hay una importante diferencia entre los dos grandes del fútbol español en la consecución de títulos nacionales. Mientras que el FC Barcelona se sitúa a la cabeza, el Real Madrid CF ocupa la última posición. Este resultado es consecuencia de que el equipo madrileño sólo ha conseguido un título liguero en los últimos 8 años. Si los comparamos en títulos europeos, el equipo catalán sigue situándose por encima, pero mucho más próximos el uno con el otro.

Una vez analizado a los dos equipos con más títulos del fútbol en España, nos detendremos en el Club Atlético de Madrid y el Sevilla FC. Dos clubs que aunque no muestren unos elevados presupuestos a nivel europeo, sí han conseguido cosechar grandes éxitos. El club rojiblanco ha consolidado la segunda posición tanto en títulos nacionales como europeos, gracias a que en los últimos años ha conseguido varios trofeos. Más sorprendente aun, es el conjunto andaluz, si nos fijamos en la columna de títulos totales se encuentra en la primera posición consecuencia de lo logrado en las últimas temporadas.

Por tanto, para contestar a nuestra pregunta inicial, diremos que poseer un gran presupuesto ayuda a lograr el éxito pero no lo garantiza.

6. OBJETIVOS A C/P DE LA LIGA

6.1 Recortar la distancia con la Premier

En un mercado cada vez más desigual, donde la liga inglesa está abriendo una brecha importante en lo referente a los contratos audiovisuales, la liga española debe de buscar nuevas estrategias basadas en acercarse más a los mercados asiáticos y norteamericanos, mercados clave por el volumen de ingresos que generan, China (alrededor de 54 millones) y EE.UU (aproximadamente 70 millones). Para crecer, no sólo tiene que ofrecer una óptima retransmisión de los partidos en franjas horarias apropiadas, sino que tiene que crear una presencia directa en la sociedad con acciones locales: escuelas de formación, giras de clubes, embajadores, estrategia digital, gaming, etc. A fin de cuentas, esta estrategia de globalización es la que permite seguir atrayendo marcas internacionales como patrocinadoras de la competición.

Cierto es, que el fútbol español ha dado un importante salto cualitativo, especialmente en la temporada 16/17, gracias a la TV con unos ingresos ordinarios que estarían muy cerca de los 3.000 millones de euros (Gráfico 38). Un hito histórico para una competición que ha venido sufriendo en los últimos años un desproporcionado endeudamiento y que actualmente se sitúa por encima de la Bundesliga en relación a ingresos.

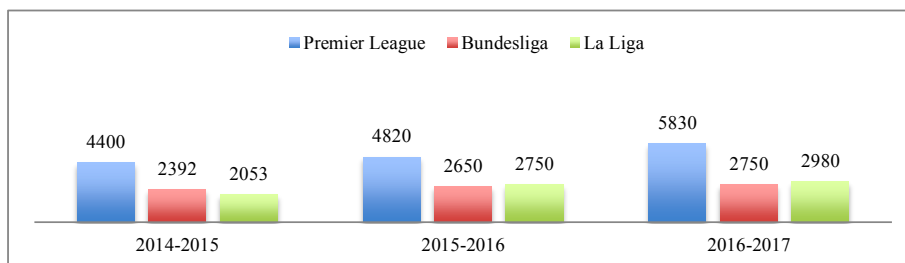


Gráfico 38. Ingresos de las tres principales ligas europeas, en millones de euros. Fuente: Deloitte; elaboración propia.

Pero no nos debemos de olvidar que el objetivo inmediato sigue siendo recortar la distancia con la competición inglesa (con la entrada en vigor del nuevo contrato con BT Sport y Sky les proporcionará una cifra de negocio entorno a los 5.830 millones de euros en la temporada 16/17). Este desmesurado contrato televisivo se traduce en una gran fortaleza de abonados a TV de pago que les ha favorecido en dos direcciones, por un lado una bajada del precio de los abonos permitiendo que los estadios cubran todo su aforo, por otro, una mayor capacidad de control de recursos para fortalecer su marca

donde el colonialismo de tiempos pasados se ha traducido en una mayor atracción del fútbol inglés.

6.2 Mejores infraestructuras

El torbellino tecnológico de los últimos tiempos está provocando un gran cambio en los hábitos de consumo de los espectadores y de las nuevas formas de percibir los espectáculos. Por ello, muchos de los clubs españoles embarcaron obras faraónicas elevando su endeudamiento notablemente. Ahora, gracias al saneamiento llevado a cabo en el fútbol español y a la llegada de nuevos inversores, los clubs empiezan a recuperar ideas pasadas para llevar a cabo proyectos de remodelación o de nueva construcción que rondarían los 1.300 millones de euros.

Actualmente, como bien mencione al principio de este análisis de la desigualdad en el fútbol español, La Liga es la competición europea que ha llevado a cabo menos construcciones de estadios en los últimos 15 años. Por delante se sitúan la todo poderosa Premier League, que ha llevado a cabo una importante remodelación y que tiene en mente nuevas construcciones, y la Bundesliga, que gracias a la celebración del mundial de 2006, pudo ejecutar numerosos proyectos.

A parte de las nuevas demandas de los usuarios incitadas por las nuevas tecnologías, tenemos que ser conscientes que los campos de Primera División están envejecidos. Por eso, es necesario que se lleven de manera inmediata cambios para mejorar la comodidad de los aficionados y de las necesidades de los clubs, que intentan atraer nuevas fórmulas de explotación. Por ello, muchos equipos de Primera han reaccionado antes este nuevo panorama (Gráfico 39). UD Las Palmas, SD Éibar y RC Celta están remodelando sus actuales estadios. Club Atlético de Madrid y Valencia CF se prevé que tengan un nuevo estadio. Real Madrid CF, FC Barcelona y Real Sociedad levantarán prácticamente nuevos estadios en sus actuales casas. No debemos de olvidar que tanto Athletic Club, como RCD Espanyol han estrenado recientemente sus nuevas instalaciones (Gol, 2016).

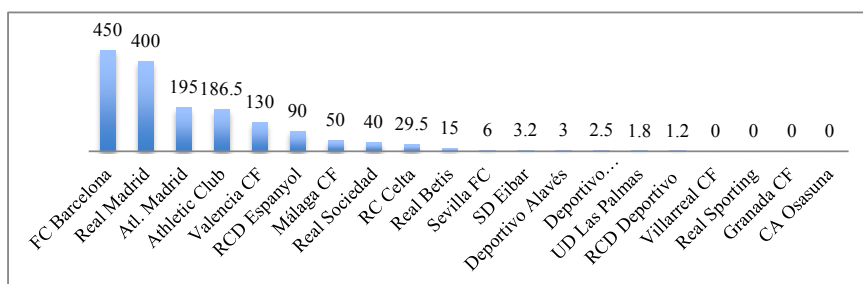


Gráfico 39. Gastos totales en reformas o nueva construcción de estadios de fútbol en la Liga, en millones de euros. Fuente: Palco23; elaboración propia.

6.3 Continuar con la tendencia creciente de asistencia a los estadios

Uno de los retos de la competición para los próximos años es seguir acrecentando los números, ya que el margen de incremento no ha tocado techo. Según los datos mostrados por la Guía económica de La Liga, la media ocupacional de Primera División se sitúa en un 69,7%. El otro es atraer más espectadores a los estadios de Segunda División (la temporada 15/16 vio como acudían unos 300.000 aficionados menos). Sin embargo, podemos encontrar un factor que influye negativamente en este hecho, se trata de que cada temporada los clubs que sube a Primera suelen ser equipos con importante masa social, como sucedió por ejemplo con el Real Betis o con el Real Sporting.

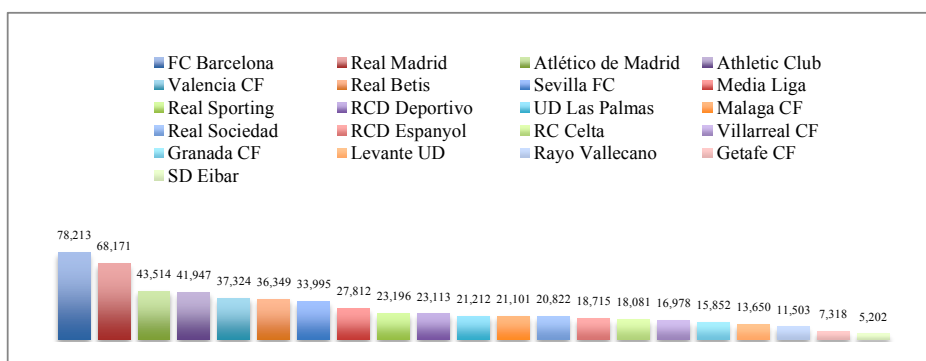


Gráfico 40. Asistencia media de cada club de Primera división. Fuente: Palco23; elaboración propia.

Una de las medidas que ha puesto a funcionar La Liga esta misma temporada es la obligación por parte de cada club a crear sus propias gradas de animación, con el fin de tener un mayor control de los aficionados, incentivar la animación local y hacer más atractivo el asistir a los estadios. Para llevarlo a cabo, muchos clubs han optado por bajar los precios de los abonados en edades comprendidas entre 16 y 30 años.

Al mismo tiempo, con el fin de atraer a seguidores, los equipos lanzan campañas de captación de socios más agresiva, que van desde una mayor diversificación de tarifas, hasta regalar el abono del año siguiente si asciende su equipo.

Entre los equipos que más dificultades están encontrando a la hora de seducir a los aficionados (Gráfico 40) son el RCD Espanyol, SD Éibar, Granada CF y Villarreal CF, a la vez son estos los que a corto plazo van a llevar a cabo cambios en sus políticas fragmentando más sus tarifas.

En otra liga se sitúan FC Barcelona, Real Madrid CF, Club Atlético de Madrid y Athletic Club, que presentan lista de espera de socios. Para ellos, el reto es seguir mejorando y obtener más ingresos en la partida matchday.

6.4 ¿Agencia de “rating” en La Liga?

La difícil situación económica del último lustro de La Liga ha llevado a la patronal al diseño de un sistema de supervisión financiera de los clubs, cuya aplicación se prevé que se aplicará en los próximos años. Consistirá en la creación, junto a la auditora PwC, de un sistema de calificación semejante al que Moody's, Fitch o Standard & Poor's emplean con entidades comerciales y gubernamentales (Menchén, 2016).

Su objetivo se centrará, en primer lugar, en lograr que los clubs españoles puedan volver a financiarse a través de mercados tradicionales, como el bancario, en segundo lugar, atraer potenciales inversores.

Este sistema tratará de otorgar, en función de los resultados, una nota desde la A hasta la E, con la posibilidad de incluir valoraciones positivas o negativas en B, C y D. Dichas letras tendrán su paridad en cifras, que irán desde cero hasta diez. Este proceso tendrá como fecha inicial el septiembre de cada año y culminará el enero del siguiente, donde se harán públicos los datos.

¿Qué indicadores se emplearán? Se desglosaran en cuatro temáticas que tendrá distinto peso de ponderación. Irán, desde el económico-financiero (60%) y gestión interna y gobierno (20%), hasta la imagen reputacional (20%) y rendimiento deportivo (10%).

El análisis económico-financiero resulta ser el más sistematizado, ya que en los últimos años La Liga ha ido estructurando toda la información que iba solicitando, año tras año, a los clubs para llevar a cabo el control económico.

En relación a la gestión interna, esta partida se evaluará acorde con información relacionada con la profesionalización de la directiva y de la delegación de distribuciones, con la opinión del auditor, planes antifraude y procedimientos internos para decidir la función de cada empleado.

Respecto a la imagen reputacional, se basa en buscar una visión del mercado sobre el equipo, relacionando si ha estado en concurso de acreedores, si no ha respetado las normas de La Liga o si tiene deudas con acreedores.

En nivel deportivo se tendrá en cuenta los resultado de los últimos años, así como de la cantera y el filiar.

6.5 Lucha contra la Piratería

Uno de los objetivos más presentes en La Liga es poner fin a la piratería del fútbol español, ya que repercute en grandes pérdidas de ingresos en la partida audiovisual. Estas pérdidas se traducen en unos 227 millones para la temporada 2014 y en unos 174 para la temporada 2015. Ciertamente, se ha visto disminuido gracias a las bajadas de precios por parte de Telefónica, Vodafone y Orange, fruto de la pugna por la captación de nuevos abonados. En total, según la consultora internacional GfK, se vieron 141 millones de partidos por canales no oficiales, como Rojadirecta.com (Barbero, U. 2016).

El valor de mercado de estos partidos asciende a 410 millones de euros, aunque se prevé que se reduzca por la suscripción de los usuarios a canales de pago.

Pero la piratería no solo afecta a las teleoperadoras, sino que también influye negativamente en la generación de empleo, y por tanto a las Administraciones Públicas. Se estima que poniendo fin a la piratería se podrían crear alrededor de 194 puestos de trabajo. Equivaldrían a unos ingresos de 36,5 millones en impuestos (Menchén, 2016).

Por ello, para poner fin a este problema, el equipo de trabajo contra las emisiones ilegales de La Liga ha comenzado a firmar convenios, como con Coalición de Creadores e Industria de Contenidos para defender la cultura y el deporte español.

Otros de sus objetivos es crear un acuerdo transnacional, ya que en La Liga son conscientes de que la piratería se aprovecha de las debilidades de la economía digital global. Ellos proponen eliminar la publicidad de este tipo de negocios para que dejen de despertar interés entre la sociedad.

7. CONCLUSIONES

En los 16 últimos años los presupuestos de los clubs españoles han experimentado un progresivo proceso de divergencia llevando a La Liga a ser la competición más desigual de los principales campeonatos europeos. Cada temporada, la distancia entre el FC Barcelona y el Real Madrid CF frente al resto de conjuntos se iba acrecentando. Culpa de ello es el enorme volumen de ingresos que se embolsan.

Muchos de los críticos del fútbol ha señalado a los derechos audiovisuales como el principal factor que ha generado esta importante disparidad. Sin embargo, hemos llegado a la conclusión a lo largo de este estudio, que los ingresos por retransmisión de los partidos han influido de forma notable en esta realidad, pero no lo suficiente como para que sean culpabilizados de tal hecho. Si acudimos a las cifras, sólo representan del 5 al 15 % de los ingresos totales. Ahora bien, también se ha observado que el peso que tiene la TV en unos equipos respecto a otros es considerable. Aquellos equipos de menor nombre vienen a representar aproximadamente el 30%.

Pero, ¿Habría algún elemento, además de la TV, causante del tal disparidad presupuestal? En efecto son dos. A través de la aplicación de indicadores económicos, como los índices de Gini, Atkinson, Theil o Herfindhal, cuya finalidad es medir la existencia de desigualdad, hemos obtenido como resultado que son, por un lado los ingresos por publicidad, por otro los ingresos que perciben los clubs al disputar competiciones continentales.

Los acuerdos comerciales de los dos grandes del fútbol español aportan alrededor del 22 % de sus ingresos totales. Si nos fijamos en el resto de equipos no llegan al 10 % incluso algunos ni al 5%. El principal causante de tal disparidad es la reducida presencia internacional de la mayoría de los clubs de La Liga. A diferencia de Real Madrid CF y FC Barcelona que cuentan con importantes contratos comerciales, numerosas tiendas por todo el mundo y de gran cantidad de aficionados extranjeros, que incluso me atrevería a decir que tienen más hinchada fuera del territorio nacional, que en su propio país (Matilla, 2016). Por el contrario, la mayoría del resto de equipos cuentan con patrocinadores locales.

En relación a los equipos, que además de jugar los domingos, disputan partidos europeos entre semana, también hemos llegado a la conclusión de que hay una significativa diferencia. De poder ir ingresando millón y medio de euros por semana cada 15 días más un bonus por participar e ir pasando de ronda, a no ingresar un solo

euro, se puede explicar que los presupuestos de estos dos grandes clubs se vayan distanciando cada vez más y más.

Para concluir este primer resultado, podemos argumentar que un desigual reparto audiovisual, publicitario e ingreso por competición son los principal causantes de las desigualdades existentes, hoy en día, en el fútbol español.

Debido a una mayor globalización del fútbol, hemos querido llevar nuestro análisis al fútbol europeo. Allí, usando los mismos indicadores de desigualdad, estábamos interesados en saber que competición, de entre los cinco campeonatos más importantes, mostraba mayor equidad. El resultado ha resultado ser el esperado, siendo la Premier League el torneo donde sus clubs pueden luchar ciertamente con las mismas armas. En este campeonato no hemos observado las discrepancias tan abusivas, en cuando a la distribución de los ingresos de TV que si podemos encontrar en nuestra competición. También nos hemos dado cuenta que, no solo saben promocionarse mucho mejor que La Liga, sino que consiguen embolsarse cantidades importantes en ingresos de matchday, el hecho que lo refleja es que las gradas de sus estadios están llenas todos los partidos domingo tras domingo.

La Seria A y la Ligue 1, por su parte, atendiendo a las medidas económico, han resultado ser dos campeonatos muy parejos en todas las partidas de ingresos. Además, en las dos hay un claro dominador de la competición, la Juventus de Turín en el torneo italiano y el PSG en el francés. El mayor temor de estos dos campeonatos es que están presenciando un estancamiento en relación a los otros tres. Para ello a través de inversión extranjera y la innovación de las infraestructuras pretenden mitigar estas diferencias.

El caso de la Bundesliga es totalmente opuesto al de la Premier. Durante los últimos años su sustento económico no se ha basado en los ingresos TV, sino en la venta de entradas y lo generado en los estadios durante el partido.

Una vez mencionados los rasgos más importantes del fútbol europeo, podemos concluir diciendo, que los próximos años van a resultar esenciales para saber hacia dónde va dirigido el mundo del fútbol. A una competición, la Premier, que domine tanto en lo económico y en lo deportivo o como ha sucedido en los últimos años, donde no existan tantas distancias entre torneos y, además que estos puede tener en sus ligas parte de los mejores jugadores del mundo.

Dejando atrás que unos clubs reciben más ingresos que otros o que unas competiciones son más justas que otras, concluiremos nuestro trabajo de investigación

diciendo que en el fútbol no se garantiza ganar títulos aunque estés año tras año entre los equipos más ricos. Hemos visto equipos como el Sevilla FC o el Club Atlético de Madrid que sin poseer grandes presupuestos, si han sabido responder dentro del terreno de juego. Que teniendo la obligación de vender jugadores para pagar sus deudas, se han sabido reconvertir y seguir cosechando éxitos. También hay casos como el Real Betis, que a pesar de no tener una cierta estabilidad institucional dentro del Club, lo vemos dentro de la clasificación de los equipos más eficientes.

LISTADO DE GRÁFICAS Y TABLAS

GRÁFICO 1. EVOLUCIÓN DEUDA CLUBS DE 1ª Y 2ª DIVISIÓN, EN MILLONES DE EUROS.	7
GRÁFICO 2.INGRESOS TV TEMPORADAS 14/15 Y 16/17 CLUBS 1ª DIVISIÓN, EN MILLONES DE EUROS.....	8
GRÁFICO 3.EVOLUCIÓN Nº AFICIONADOS QUE ASISTEN A LOS ESTADIOS 1ª DIVISIÓN.....	9
GRÁFICO 4. % INGRESOS POR PUBLICIDAD CLUBS 1ª DIVISIÓN.....	10
GRÁFICO 5. EVOLUCIÓN DE PUNTOS OBTENIDO EN LA JORNADA 34 1ª DIVISIÓN.	11
GRÁFICO 6. EJEMPLO CURVA DE LORENZ..	13
GRÁFICO 7. EVOLUCIÓN PRESUPUESTOS CLUBS 1ª DIVISIÓN, EN MILLONES DE EUROS.	18
GRÁFICO 8. EVOLUCIÓN ÍNDICE DE GINI DE INGRESOS TOTALES CLUBS 1ª DIVISIÓN..	19
GRÁFICO 9. EVOLUCIÓN ÍNDICES DE THEIL Y ATKINSON INGRESOS TOTALES 1ª DIVISIÓN	19
GRÁFICO 10. EVOLUCIÓN ÍNDICE DE HERFINDAHL INGRESOS TOTALES CLUBS 1ª DIVISIÓN.....	20
GRÁFICO 11. COMPARATIVA CURVA DE LORENZ INGRESOS TV CLUBS 1ª DIVISIÓN..	21
GRÁFICO 12. EVOLUCIÓN ÍNDICE DE GINI INGRESOS TV 1ª DIVISIÓN.....	22
GRÁFICO 13. EVOLUCIÓN ÍNDICES DE THEIL Y ATKINSON INGRESOS TV CLUBS 1ª DIVISIÓN.....	22
GRÁFICO 14. CURVAS DE CONCENTRACIÓN INGRESOS TV DE CADA AÑO CLUBS 1ª DIVISIÓN.....	23
GRÁFICO 15. CURVA DE LORENZ INGRESOS POR ABONADOS Y SOCIOS CLUBS 1ª DIVISIÓN.....	25
GRÁFICO 16. EVOLUCIÓN ÍNDICE DE GINI INGRESOS POR ABONADOS Y SOCIOS CLUBS 1ª DIVISIÓN.....	25
GRÁFICO 17. EVOLUCIÓN ÍNDICES DE THEIL Y ATKINSON INGRESOS POR ABONADOS Y SOCIOS 1ª DIVISIÓN.....	26
GRÁFICO 18. CURVAS DE CONCENTRACIÓN INGRESOS POR ABONADOS Y SOCIOS CLUBS 1ª DIVISIÓN.....	27
GRÁFICO 19. DISPERSIÓN INGRESOS ABONADOS Y SOCIOS/POBLACIÓN CLUBS 1ª DIVISIÓN, EN MILLONES DE PERSONAS Y EUROS.....	28
GRÁFICO 20. EVOLUCIÓN ÍNDICE DE GINI INGRESOS PUBLICIDAD CLUBS 1ª DIVISIÓN. ...	28

GRÁFICO 21. EVOLUCIÓN ÍNDICES DE THEIL Y ATKINSON INGRESOS POR PUBLICIDAD CLUBS 1ª DIVISIÓN.	29
GRÁFICO 22. EVOLUCIÓN ÍNDICE DE HERFINDAHL INGRESOS PUBLICIDAD CLUBS 1ª DIVISIÓN.	30
GRÁFICO 23. DISPERSIÓN PUNTOS/INGRESOS PUBLICIDAD CLUBS 1ª DIVISIÓN.	30
GRÁFICO 24. EVOLUCIÓN ÍNDICE DE GINI INGRESOS POR COMPETICIÓN CLUBS 1ª DIVISIÓN.	31
GRÁFICO 25. CURVA DE LORENZ INGRESOS POR COMPETICIÓN CLUBS 1ª DIVISIÓN.	31
GRÁFICO 26. EVOLUCIÓN ÍNDICES DE THEIL Y ATKINSON INGRESOS POR COMPETICIÓN CLUBS 1ª DIVISIÓN.	32
GRÁFICO 27. CURVAS DE CONCENTRACIÓN INGRESOS POR COMPETICIÓN CLUBS 1ª DIVISIÓN.	32
GRÁFICO 28. EVOLUCIÓN INGRESOS EXPLOTACIÓN COMPETICIONES EUROPEAS, EN MILLONES DE EUROS.	34
GRÁFICO 29. EVOLUCIÓN ÍNDICE DE GINI INGRESOS EXPLOTACIÓN DE LAS 5 PRINCIPALES COMPETICIONES EUROPEAS.	35
GRÁFICO 30. EVOLUCIÓN ÍNDICES DE THEIL Y ATKINSON INGRESOS EXPLOTACIÓN DE LAS 5 PRINCIPALES COMPETICIONES EUROPEAS.	35
GRÁFICO 31. CURVAS DE LORENZ INGRESOS TV 12/13 COMPETICIONES EUROPEAS.	36
GRÁFICO 32. CURVAS LORENZ INGRESOS MK 13/14 COMPETICIONES EUROPEAS.	36
GRÁFICO 33. CURVA LORENZ INGRESOS MATCHDAY 13/14 COMPETICIONES EUROPEAS.	36
GRÁFICO 34. ÍNDICE DE HERFINDAHL DE LOS INGRESOS DE TV DE LAS COMPETICIONES EUROPEAS 13/14.	37
GRÁFICO 35. DISPERSIÓN INGRESOS TV/INGRESOS TOTAL 13/14 COMPETICIONES EUROPEAS, EN MILLONES DE EUROS.	38
GRÁFICO 36. VALOR DE CADA PUNTO DE LOS CLUBS DE LA LIGA, EN MILLONES DE EUROS.	42
GRÁFICO 37. DISPERSIÓN VALOR EQUIPO / PUNTOS CLUBS LA LIGA.	43
GRÁFICO 38. INGRESOS LAS DE LAS TRES PRINCIPALES LIGAS EUROPEAS, EN MILLONES DE EUROS.	45
GRÁFICO 39. GASTOS TOTALES EN REFORMAS O NUEVA CONSTRUCCIÓN DE ESTADIOS DE FÚTBOL EN LA LIGA, EN MILLONES DE EUROS.	46
GRÁFICO 40. ASISTENCIA MEDIA DE CADA CLUB DE PRIMERA DIVISIÓN.	47

TABLA 1. PUNTOS OBTENIDOS POR LOS CLUBS ESPAÑOLES EN LA TEMPORADA 14/15 Y PUNTOS FICTICIOS CON UN REPARTO EQUITATIVO DE LOS INGRESOS TV..	24
TABLA 2. RATIO PUNTOS CADA CLUB / PUNTOS LÍDER DE LOS EQUIPOS DE LA LIGA.	40
TABLA 3. RATIO PUNTOS CADA CLUB / PUNTOS LÍDER DE LOS EQUIPOS DE LA PREMIER LEAGUE.	40
TABLA 4. RATIOS PUNTOS CADA CLUB / PUNTOS LÍDER LIGUE 1	41

ANEXO

FC Barcelona	149,8	Real Betis	50,4
Real Madrid CF	142,7	RCD Espanyol	49,2
Atl. Madrid	102,9	Levante UD	46,1
Athletic Club	71,1	Rayo Vallecano	46
Valencia CF	69	RCD Deportivo	45,5
Sevilla FC	66,2	Granada CF	44,8
Villarreal CF	62	Getafe CF	44
Málaga CF	56,4	UD Las Palmas	42,5
Real Sociedad	55,7	Real Sporting	42,3
RC Celta	53,4	SD Eibar	41,9

Tabla A - 1. Distribución Ingresos TV 1ª División, en millones de euros. Fuente: Palco23; elaboración propia.

	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Real Madrid CF	0,31128	0,30487	0,305332	0,3013
FC Barcelona	0,27865	0,27301	0,261321	0,2838
Atl. Madrid	0,06101	0,06663	0,094241	0,0895
Sevilla FC	0,03567	0,03098	0,039942	0,0464
Athletic Club	0,04132	0,04029	0,035473	0,0484
Valencia CF	0,06444	0,06575	0,051327	0,0433
Real Sociedad	0,01999	0,02334	0,035821	0,0219
Villarreal CF	0,04201	0,00789	0,028442	0,0294
RCD Espanyol	0,02708	0,02864	0,024678	0,0247
Málaga CF	0,01911	0,04446	0,022579	0,0209
RC Celta	0,00485	0,01872	0,018103	0,0171
Granada CF	0,01890	0,01804	0,016018	0,0157
RCD Deportivo	0,00995	0,01826	0,005875	0,0168
Real Betis	0,02512	0,02646	0,029028	0,0115
CA Osasuna	0,01572	0,01710	0,014923	0,0043
SD Eibar	0,00074	0,00097	0,002286	0,0100
UD Las Palmas	0,00422	0,00412	0,005099	0,0058
Real Sporting	0,01819	0,00746	0,006167	0,0047
Deportivo Alavés	0,00149	0,00276	0,002841	0,0029
D. Leganés	0,00026	0,00024	0,000504	0,0016

Tabla A - 2- Cuotas de Mercado Ingresos Totales clubs 1ª División. Fuente: Palco23; elaboración propia.

	2014-2015	2015-2016	2016-2017
FC Barcelona	138	140	149,8
Real Madrid CF	138	140	142,7
Atlético de Madrid	41,7	69,1	102,9
Athletic Club	32,5	47,9	71,1
Valencia CF	48	53,8	69
Sevilla FC	35	48,5	66,2
Villarreal CF	33,9	41,7	62
Málaga CF	22	39	56,4
Real Sociedad	25,1	38,6	55,7
RC Celta	21,7	33	53,4
Real Betis	10,3	33,9	50,4
RCD Espanyol	22,9	35,6	49,2
Levante UD	22,7	33,8	46,1
Rayo Vallecano	18,1	32,6	46
RCD Deportivo	18	31,7	45,5
Granada CF	18	31	44,8
Getafe CF	21	32	44
UD Las Palmas	2,8	27,7	42,5
Real Sporting	2,8	29,8	42,3
SD Éibar	15,3	28,2	41,9

Tabla A - 3. Reparto Ingresos TV clubs 1ª División. Fuente: Palco23; elaboración propia.

	2014-2015	2015-2016	2016-2017
FC Barcelona	0,201	0,145	0,117
Real Madrid CF	0,201	0,145	0,111
Atlético de Madrid	0,061	0,071	0,080
Athletic Club	0,047	0,049	0,055
Valencia CF	0,070	0,056	0,054
Sevilla FC	0,051	0,050	0,052
Villarreal CF	0,049	0,043	0,048
Málaga CF	0,032	0,040	0,044
Real Sociedad	0,036	0,040	0,043
RC Celta	0,032	0,034	0,042
Real Betis	0,015	0,035	0,039
RCD Espanyol	0,033	0,037	0,038
Levante UD	0,033	0,035	0,036
Rayo Vallecano	0,026	0,034	0,036
RCD Deportivo	0,026	0,033	0,035
Granada CF	0,026	0,032	0,035
Getafe CF	0,031	0,033	0,034
UD Las Palmas	0,004	0,029	0,033
Real Sporting	0,004	0,031	0,033
SD Éibar	0,022	0,029	0,033

Tabla A - 4. Cuotas de Mercado Ingresos TV clubs 1ª División. Fuente: Palco23; elaboración propia.

	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Real Madrid CF	0,37026	0,36894	0,384494	0,3771
FC Barcelona	0,36577	0,38266	0,360859	0,4018
Atl. Madrid	0,04445	0,05657	0,068044	0,0632
Sevilla FC	0,02920	0,02273	0,023094	0,0211
Athletic Club	0,01656	0,01244	0,011085	0,0056
Valencia CF	0,03710	0,03437	0,035802	0,0280
Real Sociedad	0,01316	0,01577	0,014240	0,0115
Villarreal CF	0,02408	0,01398	0,018791	0,0161
RCD Espanyol	0,01807	0,02060	0,020481	0,0154
Málaga CF	0,00901	0,00917	0,010094	0,0097
RC Celta	0,00545	0,00869	0,009148	0,0070
Granada CF	0,01329	0,00887	0,007818	0,0095
RCD Deportivo	0,01541	0,01287	0,004033	0,0113
Real Betis	0,00921	0,01163	0,010477	0,0059
CA Osasuna	0,00829	0,00754	0,006962	0,0029
SD Éibar	0,00081	0,00074	0,001848	0,0042
UD Las Palmas	0,00464	0,00464	0,003785	0,0037
Real Sporting	0,01327	0,00547	0,005475	0,0029
Deportivo Alavés	0,00144	0,00175	0,002163	0,0020
D. Leganés	0,00052	0,00057	0,001307	0,0011

Tabla A - 5. Cuotas de Mercado Ingresos Publicidad clubs 1ª División. Fuente: Palco23; elaboración propia.

FC Barcelona	91	UD Las Palmas	44
Real Madrid CF	90	Valencia CF	44
Club Atlético de Madrid	88	RCD Espanyol	43
Villarreal CF	64	SD Éibar	43
Athletic Club	62	RCD Deportivo	42
RC Celta	60	Granada CF	39
Sevilla FC	52	Real Sporting	39
Málaga CF	48	Rayo Vallecano	38
Real Sociedad	48	Getafe CF	36
Real Betis	45	Levante UD	32

Tabla A - 6. Puntos obtenidos en la temporada 15/16. Fuente: Marca; elaboración propia.

BIBLIOGRAFÍA

- Barbero, U. (2016). *La Liga: "La piratería nos cuesta 500 millones al año"*. [online] Expansión.com Available at: <http://www.expansion.com/directivos/2015/12/09/5668a02fca47414d028b45d5.html>.
- Bdfutbol.com. (2016). *Datos Históricos y Estadísticas de la Liga Española de Fútbol, Premier League, Serie A, Bundesliga y Ligue 1*. [online] Available at: <http://www.bdfutbol.com/es/index.html>.
- Cáceres Hernández, J. J. (2007). Conceptos básicos de estadística para ciencias sociales.
- Deloitte Spain. (2016). Deloitte search results. [online] Available at: <http://www2.deloitte.com/es/es/misc/search.html#qr=futbol>.
- Menchén, M. (2016). *¿Cómo funcionará la agencia de 'rating' de La Liga y PwC?*. [online] Available at: <http://palco23.com/competiciones/20160405/como-funcionara-la-agencia-de-rating-de-la-liga-y-pwc>.
- Menchén, M. (2016). *La Liga se une al resto de creadores de contenidos para combatir la piratería*. [online] Available at: <http://palco23.com/entorno/20150722/la-liga-se-une-al-resto-de-creadores-de-contenidos-para-combatir-la-pirateria>.
- fichajes, Ú., 16/17, F., 15/16, F., caros, F., fichajes, Ú., mercado, F., caro, X., cambios, Ú., clubes, R., caro, X., cambios, Ú., clubes, R., foros, T., Barcelona, F., C.F., R., Madrid, A., Sevilla, F., vigilancia, L., perfil, F. and total, L. (2016). *Fútbol, fichajes, noticias y valores de mercado | Transfermarkt*. [online] Transfermarkt.es. Available at: <http://www.transfermarkt.es>
- Gay de Liébana, J. M. (2006). *La Gran Burbuja del Fútbol*. Barcelona: Conecta.
- Gol, D. (2016). *Los estadios de fútbol envejecen en España*. [online] Diario Gol. Available at: <http://www.diariogol.com/es/notices/2015/10/los-estadios-de-futbol-envejecen-en-espana-54107.php>.
- Gradín, C, Del Río, C. (2001). *La Medición de la Desigualdad*.
- IUSPORT. (2016). *Los criterios aprobados para el reparto de los ingresos de TV entre los clubes — IUSPORT: EL OTRO LADO DEL DEPORTE*. [online] Available at: <http://iusport.com/not/6728/los-criterios-aprobados-para-el-reparto-de-los-ingresos-de-tv-entre-los-clubes>.
- Llaneras, K. (2016). *La Liga de fútbol en datos: entre la desigualdad y la excelencia - Jot Down Cultural Magazine*. [online] Jot Down Cultural Magazine. Available at: <http://www.jotdown.es/2014/02/la-liga-de-futbol-en-datos-entre-la-desigualdad-y-la-excelencia>.
- A. Matilla. (2016). *El Real Madrid se ve más en España y el Barcelona, fuera | Liga BBVA | AS.com*. [online] AS.com. Available at: http://futbol.as.com/futbol/2016/06/03/primera/1464912308_909956.html.

Román, M. (2013). *Los porqués de la #LigaDeMierda - Diarios de Futbol*. [online] Diariosdefutbol.com. Available at: <http://www.diariosdefutbol.com/2013/12/03/los-porques-de-la-ligademierda>.

S. Fernández, J.M. Cordero, A. Córdoba, Estadística Descriptiva, Ed ESIC 1996.

S. Mazo (2016). *La deuda total del fútbol español suma ya 3.440 millones, el 50% más que hace una década*. [online] Expansión.com. Available at: <http://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2016/10/30/5810c219ca4741b01f8b467f.html>.