

COMPETICIONES

Premier y Bundesliga aumentan su ventaja sobre La Liga por ingresos

Marc Menchén
5 jun 2015 - 04:57

La Liga tiene entre sus filas a los dos clubes de fútbol más valiosos del mundo, pero ello no basta para situar al campeonato español como el más poderoso de Europa. La Premier League ha vuelto a coronarse como el torneo más importante del Viejo Continente en términos económicos, e incluso ha ampliado su ventaja respecto al resto de rivales. Sólo en la última temporada, sus ingresos se dispararon un 32%, hasta los 3.898 millones de euros.

La espectacular mejora de la actividad de la Premier League le ha permitido poner aún más tierra de por medio con la Bundesliga, el segundo torneo con más ingresos. Ello, pese que su facturación también creció a un ritmo de doble dígito (+13%) y alcanzó los 2.275 millones de euros, según el *Annual Review of Football Finance 2015* de Deloitte.

Ya en tercer lugar aparece La Liga, con una leve mejora de su cifra de negocio (+3%, hasta 1.933 millones) que aún le deja por debajo del techo de los 2.000 millones. Su ritmo de crecimiento sólo supera al de la Serie A italiana, que apenas creció un 1% en la temporada 2013-2014, hasta los 1.699 millones. Cada vez más cerca se sitúa la Ligue 1, de Francia, que disparó su negocio un 15% y alcanzó los 1.498 millones, recortando distancias con las dos ligas del Sur de Europa.

¿Cómo se produce esta brecha? La única explicación no hay que buscarla únicamente en los ingresos por derechos de televisión, ya que en este apartado el único que pasa una factura mucho más abultada que el resto de ligas es la Premier y los motivos son conocidos: alta penetración de las plataformas de pago en Reino Unido y un alto interés por sus partidos especialmente en Asia, debido al pasado colonial.

Los ámbitos en los que La Liga debe hacer más hincapié para acercarse a los otros dos grandes torneos son el comercial y el día de partido, sobre todo si con el nuevo modelo de venta centralizada de derechos audiovisuales se logra alcanzar los 1.000 millones. Y es que, según los datos recopilados por Deloitte, en estos dos ámbitos la Primera División apenas recauda la mitad que sus competidores.

A nivel comercial, incluso la Bundesliga ya ingresa más que la Premier League, como revela el siguiente gráfico, después de mejorar un 16% la explotación de este negocio. La consultora recuerda que ello es debido a las importantes relaciones entre las grandes multinacionales del país y sus equipos, en las que incluso toman participaciones accionariales y firman grandes patrocinios, como Allianz con el Bayern de Munich, Evonik Industries con el Borussia Dortmund o Volkswagen con el Wolfsburg. Por si fuera poco, también hay más tradición de vender el *namings right* de los estadios.

En este apartado, La Liga se queda prácticamente a la mitad (incluso le supera la Ligue 1, gracias al PSG y al AS Monaco) y el problema se agrava si se tiene en cuenta que Real Madrid y FC Barcelona suponen un casi un 70% de esos ingresos de 596 millones por temas comerciales. La Liga, en alianza con Mediapro, lleva meses trabajando en iniciativas para paliar este problema, como la organización de giras a través del programa LFP World Challenge o la comercialización conjunta de activos publicitarios.

Ello ya ha permitido que algunos clubes como Rayo Vallecano o Real Sociedad hayan logrado patrocinadores en China. El objetivo último, al fin y al cabo, pasa por buscar un relevo a la política de patrocinios que imperó antes de la crisis: empresas constructoras o compañías controladas por los propios dueños de los equipos.

La última partida que analiza Deloitte es la de ingresos vinculados al día de partido, en la que se incluyen la venta de entradas, cuotas de socios y el negocio generado por los establecimientos. Aquí, La Liga vuelve a quedar en tercer lugar, pese a que el año pasado logró mejorar un 3% la asistencia a los estadios. Cada fin de semana siguen viéndose estadios medio vacíos, como el del Getafe o el RCD Espanyol, mientras que en Alemania y Reino Unido cuesta ver esta situación.

Más allá de un cambio de políticas comerciales y de que la crisis ha sido especialmente dura en España, respecto a Alemania y Reino Unido, otro de los motivos que explican la mayor asistencia es el hecho de que hay un porcentaje de partidos que no se emiten por televisión y que afecta a todos los clubes. De esta forma, se incentiva que la gente acuda a los estadios para no perderse ni un solo partido. También afecta el nivel de vida, con una renta per cápita.