

CLUBES

‘El Clásico’ pierde peso en LaLiga y ya supone menos del 40% del negocio total

Barça y Madrid aportaron 1.418,9 millones en ingresos a la competición, el 38,7% de total. Su representación en términos de gasto en plantilla y beneficios también baja.

Marc Menchén
20 abr 2018 - 05:00

La rentabilidad de Barça y Madrid correspondía al 57,5% en 2012-2013, mientras que al

Real Madrid y FC Barcelona son los dos motores que tradicionalmente han impulsado al fútbol español y esa tendencia aún se mantiene, pero LaLiga ha logrado progresivamente ir rebajando su excesivo peso en el conjunto del negocio. Lo ha hecho de tal manera que, en 2016-2017, el peso de estos dos clubes en la facturación total de la competición bajó por primera vez del 40%; en concreto, pasó del 41,9% al 38,7%, con 1.418,9 millones de euros, según los cálculos elaborados por *Palco23* a partir del Informe económico-financiero del fútbol profesional 2017 presentado ayer.

Se trata de un descenso interanual de tres puntos, que se ha repetido en todas las líneas de negocio con diferente intensidad. Muestra de ello es que la facturación de los equipos de Primera y Segunda División ha experimentado un crecimiento medio del 10,4% durante los últimos años, mientras que el avance al margen de los dos grandes clubes españoles ha sido del 13,5%.

La mayor caída del peso de los protagonistas de *El Clásico* se ha producido con los ingresos por televisión, que también son los que más han crecido y donde han pasado de tener el 30% de la tarta a sólo el 23,6%, con 343,3 millones de 1.111,3 millones de euros. En ello ha influido la entrada en vigor del nuevo sistema de reparto de este dinero, que rebaja la diferencia entre los que más y menos cobran, así como una mayor presencia de clubes españoles en competiciones europeas.

El aumento de la visibilidad del torneo se ha traducido también en un fuerte aumento de los ingresos por publicidad de los equipos, que en su mayoría venden los minutos de la U televisiva de forma separada a los patrocinios. En la primera partida, Barça y Madrid sólo copan un 1,5% de los 117,4 millones de la publicidad, pero suponen el 82,1% de los 622,3 millones que generó la comercialización, con una caída de apenas

1,3 puntos.

Algo mayor ha sido la pérdida de peso que han tenido los dos gigantes en términos de *matchday*, si bien aún representan el 63,2% del total (2,4 puntos menos). En esta actividad, que movió 746,6 millones de euros en 2016-2017, influye mucho que son los dos rivales con mayor implantación social y los estadios de mayores dimensiones, lo que se traduce en más capacidad de recaudación por taquilla (abonados o venta de entradas).

En la partida de otros ingresos, en la que acostumbra a incluirse resultados de sentencias y otras cuestiones extraordinarias, blaugranas y blancos supusieron el 30,9%, un peso similar a ejercicios anteriores, mientras que en traspasos apenas bajaron medio punto, hasta el 19,7% de los 475,5 millones de euros que ingresaron los equipos de Primera y Segunda División por la venta de futbolistas.

En el análisis del negocio ordinario, es decir, sin contabilizar atípicos ni plusvalías por unos traspasos que no siempre generan el mismo volumen de ingresos de forma recurrente, el peso de *El Clásico* sigue por encima del 40%. No obstante, ha caído en diez puntos porcentuales desde 2010-2011, al pasar del 52,3% en su punto más alto a sólo el 42,5% en 2016-2017.

La reducción de la cuota de Barça y Madrid ha sido inferior en la partida de salarios deportivos, donde coparon el 43,7% de los 1.671,8 millones de euros que se destinaron. Se da la circunstancia de que, pese a que ambos tienen mucho más personal de oficina dedicada al negocio, las nóminas de trabajadores no deportivos subieron a 208,3 millones y estos dos equipos sólo representaron el 38,2%.

La rentabilidad de Barça y Madrid correspondía al 57,5% en 2012-2013, mientras que ahora representa sólo el 22,3% del torneo

Este proceso de *independencia* del torneo respecto a Barça y Madrid se ha reflejado especialmente en la rentabilidad, donde su importancia se ha reducido prácticamente a la mitad, desde el 57,5% en 2012-2013 a sólo el 22,3% en 2016-2017. Esta caída no es fruto de menores ganancias por parte de ambos, sino que el resto de participantes

en Primera y Segunda División han consolidado su capacidad para generar beneficios. “Hasta hace pocas temporadas, el éxito de la Primera División del fútbol profesional español a nivel económico-financiero podía circunscribirse a los dos mayores clubes” recuerda la patronal, quien señala que, sin ambos, “la competición presentaba pérdidas de explotación y resultados netos negativos”.

Ahora, en cambio, el equipo de control económico que encabeza Javier Gómez asegura que “esta situación se ha revertido completamente”, pues apenas existen equipos en números rojos y los que los han sufrido se ha debido a cuestiones puntuales, como las sanciones de la Comisión Europea (CE) a afiliados como el Valencia CF o la política del Villarreal CF, que busca la estabilidad presupuestaria con ciclos de cuatro años.

La entidad no quiere que estos datos permitan que algunos clubes se relajen, y en su informe advierten de que “esta favorable situación no está relacionada con el hecho de que algunos clubes en particular aún requieran avanzar algo más en el grado de desapalancamiento y aumento de solvencia financiera”. Porque, si en algo tienen un peso casi nulo Barça y Madrid, es en la deuda financiera neta de más de 1.000 millones del torneo.