

CLUBES

El Clásico: un 40% del negocio de LaLiga salta hoy al césped del Camp Nou

Barça y Madrid recuperaron terreno en 2018-2019 como principales generadores de ingresos en la competición, con casi 2.000 millones de euros agregados. Hoy, la carrera de ambos es por ver quién completa antes su nuevo estadio.

M.M.A.
18 dic 2019 - 04:59



Dentro de unas doce horas, la mayoría de los españoles dejarán lo que estén haciendo para sentarse frente al televisor. Es lo que suele pasar en este país cuando es momento de *El Clásico*, el partido que hoy enfrentará a FC Barcelona y Real Madrid en el que es el principal activo de LaLiga. Ambos clubes representan casi el 40% de todo el negocio del fútbol profesional español y sus ingresos rozarán en 2019-2020 los 2.000 millones de euros.

“Debemos seguir trabajando para que este Clásico llame la atención de aficionados de todo el mundo y para que siga siendo un referente a nivel internacional”, recordaba ayer Florentino Pérez, presidente del club blanco. Y no es para menos, pues la audiencia potencial del partido es de 650 millones de espectadores en todo el mundo, aunque su aplazamiento provocará la pérdida de visibilidad en mercados importantes.

El duelo estaba programado inicialmente para el sábado 26 de octubre a las 13:00 horas, una franja que habría permitido llegar al *prime time* en los principales mercados de Asia y captar a los más madrugadores de América. Ahora, por el contrario, el duelo se enfrenta al mismo problema que encara siempre la Champions League, que no es otro que la dificultad de enganchar a las audiencias en horarios poco habituales.

Barça y Madrid generan conjuntamente casi el 40% de los ingresos totales de LaLiga, y este año rozarán los 2.000 millones

La dimensión de *El Clásico* ha alcanzado tal punto que LaLiga incluso intentó registrar la marca sin éxito en 2018, un proceso que fue recurrido por los clubes y que finalmente se saldó con el rechazo definitivo de la solicitud, que ya se denegó provisionalmente, como adelantó este diario. ¿La razón? La rivalidad entre Barça y Madrid trasciende a la competición doméstica y es la que en buena parte ha alimentado la imagen de club grande de ambos.

De hecho, son las dos únicas propiedades deportivas entre las cinco más valiosas del mundo según *Forbes*. Mientras los blancos han elevado su valor de mercado un 4% en 2019, hasta 4.240 millones de dólares (3.794,7 millones de euros), los blaugranas han bajado un 1% su cotización, hasta 4.020 millones de dólares (3.597,8 millones de euros).

La carrera emprendida por ambos hace décadas por el liderazgo deportivo se ha extendido siempre a lo económico, un ámbito en el que el vencedor varía en función del parámetro analizado. Los blaugranas son líderes indiscutibles en ingresos, con una cifra de negocio de 851,76 millones de euros en 2018-2019, frente a los 755,13 millones de los blancos, según las últimas cuentas publicadas.

Por el contrario, la entidad presidida por Pérez es imbatible en términos de rentabilidad, con un beneficio neto que de media ha superado los 30 millones de euros anuales en los últimos cuatro ejercicios. La *nave* pilotada por Josep Maria Bartomeu, por el

contrario, ha rebajado año a año su resultado neto en el mismo periodo y en 2018-2019 se situó en apenas 4,5 millones de euros.

Los blaugrana han sido los primeros en superar los 1.000 millones de ingresos, pero los blancos mandan en rentabilidad

Por líneas de ingresos, el Barça logró imponerse ampliamente en el área comercial con 363,33 millones de euros, por los 295,17 millones del Madrid. La fuerte brecha es que los primeros han integrado la gestión completa del negocio de retail, por lo que computan como ingresos todas las ventas de *merchandising* no el *fee* como hasta hace dos años. Además, tiene un activo vendido más que su rival: la ropa de entrenamiento. Ninguno de los dos ha encontrado aún un socio que quiera adquirir los *title rights* de sus respectivos estadios, una opción que de hecho empiezan a no contemplar.

Donde sí ha cogido la delantera el equipo blanco es en la remodelación del Santiago Bernabéu, donde ya han comenzado los trabajos que en el caso del Barça no se prevé que empiecen hasta el próximo verano. Ambos coinciden en que esa reinauguración les permitirá generar más de 150 millones de euros adicionales en nuevos ingresos, después de años de estabilidad en la recaudación por cuotas de socios y abonados: 60,88 millones los *culés* y 54,28 millones de euros los *merengues*.

Los ingresos por televisión también es un ámbito donde gana el Barça gracias a ese 25% del dinero que se reparte en función de los resultados deportivos. Este hecho, unido a su fuerte implantación social, explican que en 2018-2019 recibiera un 8,1% más de LaLiga, hasta 166,5 millones de euros, por los 155,3 millones del Real Madrid. Conjuntamente, ambos se quedaron un 22,6% de todo el dinero repartido en LaLiga Santander por este concepto.

En competiciones, que se recoge tanto las ventas de entradas en taquilla como los pagos de Uefa por la Champions League, la comparativa es más difícil porque los dos clubes lo contabilizan de forma diferente. Aun así, los blaugrana también ganan este partido, con 412 millones entre televisión y taquilla, por los 379 millones de su gran rival. Hoy, está por ver si esas ventajas también influyen sobre el terreno de juego.