

## CLUBES

# Entre patrocinios y salarios: ¿Cómo ingresa, en qué gasta y cuánto gana cada club de LaLiga?

El análisis individual de las cuentas revela los mayores motores de crecimiento de los equipos de LaLiga, así como las partidas que más recursos consumen en una competición que ya apunta a los 4.000 millones en ingresos.

Marc Menchén  
30 may 2018 - 04:59

Entre patrocinios y salarios: ¿Cómo ingresa, en qué gasta y cuánto gana cada club del fútbol español?

El fútbol español ha encontrado en los derechos de televisión su principal palanca de crecimiento, pero el avance hasta los 4.000 millones de euros de facturación en 2017-2018 será posible gracias al avance en prácticamente todas las líneas de negocio. Es un crecimiento que ya se produjo en 2016-2017, si bien existen diferentes velocidades y estructuras en el mix de ingresos. Desde los que dependen de la factura audiovisual, hasta los que tienen en el patrocinio su mayor potencial. ¿Quién manda en la clasificación de LaLiga en función de los ingresos, gastos y rentabilidad?

Los datos recopilados por **Palco23** para la elaboración de la **Guía Económica LaLiga 2018** revelan que uno de los epígrafes en los que existe mayor igualdad es el de televisión. En esta categoría lideró el FC Barcelona con 177,96 millones de euros, mientras que el Real Madrid se quedó en 165,3 millones y el Atlético de Madrid rozó los 100 millones. En el resto de Primera División, la media de ingresos por este concepto se situó en 51,8 millones de euros.

En Segunda, la media fue de 6,3 millones y la igualdad por este concepto fue máxima, con excepción de los equipos descendidos que contaron con la ayuda al descenso. El Getafe CF la computó en ingresos por televisión, de ahí que se apuntara 23,7 millones, mientras que el Levante UD anotó 8,1 millones por este concepto y 14,9 millones a través de la partida de otros ingresos, un desglose que también realizó el Rayo Vallecano.

## La participación en competiciones europeas y el negocio comercial son dos de las partidas de ingresos que más diferencias abren entre clubes

La participación en los torneos de la Uefa y la capacidad para cobrar por partidos amistosos es otro de los elementos que más dificulta la competencia presupuestaria. El Real Madrid se embolsó 177,2 millones por competiciones en 2016-2017, gracias a los numerosos títulos internacionales que ganó, su presencia en la International Champions Cup (ICC) y su consolidado negocio de *ticketing*. Los clubes que jugaron en Europa obtuvieron al menos 20 millones por el negocio de taquilla y *fees*, un importe que no llega a los seis millones en el resto de afiliados de LaLiga y que en Segunda puede suponer poco más de 100.000 euros.

La recaudación por cuotas de socios y abonados revela igualmente las diferencias de tamaño entre clubes, con cerca de 50 millones por parte de Barça y Madrid, el doble que el Atleti y muy por encima del resto. En Primera, sólo Athletic Club y Valencia CF también superaron la cota de los 10 millones por este concepto, mientras que el resto del fútbol español osciló entre los poco más de medio millón de euros de algunos afiliados de Segunda a los ocho millones de entidades como el Betis, que tienen una gran base de aficionados.

La mayor visibilidad internacional, así como la dimensión de su masa social, es clave para entender el potencial de crecimiento comercial de cada marca. Barça y Madrid han logrado renovar en los últimos meses buena parte de sus grandes cuentas, lo que hará crecer una línea de negocio que en el último curso ya superó los 250 millones. El Atleti se ha quedado en tierra de nadie tras rebasar los 50 millones, mientras que Sevilla FC, Villarreal y Valencia CF forman otro grupo que ronda los 15 millones de euros.

Muestra de la importancia de la dimensión social es que hay equipos de Segunda que facturan el mismo importe o incluso más que algunos de sus rivales de Primera. Dos de los mejores ejemplos son el Real Zaragoza o el Real Oviedo, que acostumbran a estar en lo alto de la tabla en términos de asistencia y obtienen más de tres millones de euros por este concepto.

Por último, las plusvalías por traspasos se han convertido en una pieza esencial del engranaje de muchas entidades deportivas, como revela el hecho de que sólo quince de 37 equipos que llevan más de dos años en LaLiga habrían ganado dinero. Ahora bien, aunque históricamente se habían considerado estos ingresos como extraordinarios, ya hay una corriente que aboga por incorporarlos como una partida ordinaria más, pues en el actual escenario la compraventa de futbolistas para renovar la plantilla es constante.

El movimiento que se produce en cada ventana de fichajes ha obligado a la competición en su conjunto a hacer un mayor esfuerzo en el pago de salarios, pues todos los equipos sin excepción aumentaron su gasto en salarios a no ser que pasaran de Primera a Segunda División. Es un techo de gasto que limita la patronal y que en todos los equipos representa la partida más importante, con un peso que en algunos casos como el de la SD Eibar o ya en la Liga 1|2|3 supone un 75% del total.

El porcentaje destinado al pago de salarios no tiene ninguna incidencia en la rentabilidad, ya que el conjunto armero es uno de los que cada año en la élite han ganado dinero. En total, los datos recopilados por *Palco23* revelan que sólo siete de los equipos consolidados en LaLiga perdieron dinero, dos de los cuales lograron rebajar sus números rojos; el caso más destacado es el del Valencia CF, lastrado por el saneamiento de su balance y las provisiones por las sanciones de Bruselas. Por el contrario, una veintena lograron aumentar su beneficio neto, apuntalando la rentabilidad de la competición.