

CLUBES

KPMG sitúa al Real Madrid como el club más caro de comprar en Europa

M.Menchén

26 may 2016 - 11:16

Un nuevo informe vuelve a situar al Real Madrid como el club de fútbol más valioso del mundo. En esta ocasión no ha sido *Forbes*, sino la firma de servicios profesionales KPMG, que ha elaborado un informe en el que tasa el valor empresarial de los principales equipos del Viejo Continente y que considera que el 100% de la entidad blanca vale entre 2.814 millones y 2.996 millones de euros.

El podio lo completan el Manchester United, con un valor mínimo de 2.829 millones y máximo de 2.981 millones, y el FC Barcelona, que se aleja un poco de estas magnitudes y se sitúa en un rango de entre 2.677 millones y 2.840 millones de euros. Cerrando la lista de los equipos que al menos valen más de 2.000 millones se encuentra el Bayern de Múnich, con una tasación que oscila entre 2.076 millones y 2.231 millones.

Sobre el hecho de que sólo España tenga dos entidades por encima de esta importante cota, Juan José Cano, socio responsable de KPMG Sports en España, ha indicado que "si bien la posición en el ranking de los clubes españoles es buena, consideramos que será aún mejor en los próximos años", debido al saneamiento impuesto por La Liga, el nuevo contrato de televisión y la internacionalización que está atrayendo nuevos inversores y patrocinios. "Todo ello, unido a la recurrencia de los éxitos deportivos, redundará en una mejora significativa en la valoración de los clubes", añade.

Un claro ejemplo del margen de recorrido son el Atlético de Madrid y el Sevilla FC, que pese a sus recientes logros sobre el terreno de juego aún están por detrás de otros equipos sin tanto éxito, como el Tottenham Hotspur, el Schalke 04 o el AC Milan. KPMG valora el 100% de los rojiblancos entre 565 millones y 618 millones, mientras que a los hispalenses los sitúa entre los 170 millones y los 192 millones. De hecho, estarían incluso por detrás del Valencia CF, al que se le asigna una valoración de hasta 214 millones.

Cabe indicar que muchas de estas valoraciones no coinciden con las que, por ejemplo,

se están cerrando realmente en el mercado. Si se atiende a la entrada de Wang Jianlin en el Atleti, su precio total estaría ligeramente por encima de los 200 millones, casi la mitad, mientras que las magnitudes que se manejan por la venta del AC Milan sitúan su valor de mercado en casi el doble de lo que calcula KPMG. Sí se ajusta más en el caso de los *Red Devils*, cuya capitalización sube hoy a 2.500 millones.

"Al mismo tiempo que los clubes se encuentran entre algunas de las marcas más reconocidas a nivel global, su valoración empresarial, medida de forma similar a la de otros negocios, es relativamente pequeña", indica Andrea Sartori, responsable global de KPMG Sports. Y del informe se desprende que uno de los motivos más evidentes sería el siguiente: "los clubes de fútbol, y clubes deportivos profesionales en general, tienden a mostrar una peculiaridad que las empresas de otras industrias no lo hacen, ya que persiguen lo que los economistas llaman maximización de la utilidad (es decir, éxito en el terreno juego), en lugar de la maximización de la rentabilidad. En otras palabras, el éxito deportivo en general, tiene una prioridad más alta los resultados financieros", considera.

Entre los criterios que la firma ha tenido en cuenta para su cálculo están la rentabilidad, medida especialmente a partir del ratio costes de personal-ingresos; la popularidad en redes sociales, como indicador de popularidad y conexión con los aficionados; el valor de mercado de la plantilla que otorga a cada entidad el portal Transfermarkt, al considerar que ayuda a saber cuánto podrían subir sus ingresos por éxitos deportivos; los ingresos por televisión y el sistema de reparto, y si tienen o no el estadio en propiedad, por las ventajas que eso supone a la hora de reforzar la oferta.