

CLUBES

Liga Santander: 2.900 millones en ingresos y menor brecha entre 'grandes y pequeños'

Marc Menchén
2 ene 2017 - 05:00

El balón volverá a rodar esta semana en el fútbol español, en la primera jornada de un 2017 que promete terminar con la Liga Santander más igualada de los últimos años. Al menos, en lo que a diferencias de ingresos se refiere. Los datos recopilados por *Palco23* a partir de los presupuestos de los clubs para 2016-2017 revelan una drástica reducción de la brecha entre el que más ingresa y el que menos.

En la temporada 2014-2015, la última antes de la implantación de la venta centralizada de las retransmisiones, el Real Madrid facturó treinta veces más que la SD Eibar, que se estrenaba en Primera División. Este año es el CD Leganés el que debuta en la élite, pero ahora la brecha con el FC Barcelona, que dispone del mayor presupuesto de la categoría para 2016-2017, se ha reducido a la mitad: un múltiplo de quince veces entre los 45 millones con que cuentan los *pepineros* y los 695 millones que estiman los *blaugranas*.

El drástico recorte a la brecha entre clubs grandes y pequeños responde totalmente al nuevo modelo de reparto de los ingresos audiovisuales, que obligaba a reducir el múltiplo entre el que más recibe y el que menos. Este ratio pasó de trece veces en 2003 a siete veces en 2011 y a sólo 3,5 veces ya este año, tal y como obliga el Real Decreto Ley que regula esta cuestión. Además, ha coincidido con el comienzo de un nuevo ciclo audiovisual, en el que la factura televisiva se ha disparado, tanto por la competencia entre Telefónica y beIN Sports en España, como por el creciente interés que ha suscitado el torneo en China y otros mercados asiáticos.

La factura se ha disparado por encima de los 1.600 millones de euros, lo que incluso ha permitido que Barça y Real Madrid ya perciban más del mínimo garantizado de 140 millones que establece la ley para mientras no se alcanzara ese múltiplo de 3,5. Su situación sigue siendo aun así privilegiada, ya que son los dos únicos clubs de Primera cuya facturación depende en menos de un 20% de las retransmisiones. Ello no

responde únicamente a la globalidad de sus marcas, sino también a la importante masa social que tienen y su continuada presencia en la Champions League, que supone un importante *pellizco* anualmente.

De hecho, sólo otros dos equipos asiduos en competiciones europeas podrán decir que la televisión supone menos del 50% de su presupuesto, contando las plusvalías por traspasos. Se trata del Atlético de Madrid, finalista en dos de las tres últimas ediciones de la Champions y que se sitúa en el 35,8%, y el Sevilla FC, campeón de las tres últimas Europa League y cuyo negocio dependerá en un 41,4% de los derechos audiovisuales.

La dependencia de las retransmisiones va en aumento a medida que la implantación social del club es inferior. El caso más extremo es el del CD Leganés, que dependerá en un 92% de esta partida. En su caso, al hecho de ser debutante y, por lo tanto, poco potencial de marca para los patrocinadores, se le suma un factor que ya afectaba al Getafe CF: una base de abonados muy limitada por su localización (muy cerca de Madrid, donde el *derbi* monopoliza parte de las opciones de captación de aficionados), agravado por las dimensiones de Butarque. Con poco más de 10.000 asientos, es el segundo estadio más pequeño de la categoría, sólo por encima de Ipurua.

El conjunto madrileño es el único, junto al Granada CF, que aún no ha desvelado al completo su presupuesto, aunque en el arranque del curso ya desvelaron que estarían en torno a los 45 millones de euros, frente a los 5 millones aproximadamente con que se manejaron en la campaña del ascenso. En el caso del conjunto nazarí, fuentes de la entidad confirman a este diario que en 2016-2017 se moverán en torno a los 57 millones, situándose en la parte baja de una clase media que, sin excepción, ha anunciado en sus respectivas juntas de accionistas que contarán con el mayor presupuesto de la historia.

En todos los casos responde al sustancial aumento de los ingresos audiovisuales, pero en algunos se ha complementado por la firma de nuevos acuerdos comerciales, como son los casos del Málaga CF con la casa de apuestas Marathonbet o el Sevilla FC con el destino turístico de Puerto Rico. Además, la inmensa mayoría también ha conseguido mejorar su base de abonados, tanto los recién ascendidos, como otros a los que la crisis económica del conjunto de la economía y sus resultados deportivos habían afectado en demasía, como el RCD Espanyol.



El Barça, club con mayor presupuesto de la Liga Santander, visitó al Leganés, el club más modesto, en el arranque de la temporada.

La rentabilidad no sólo depende del tamaño

Ahora bien, las amplias diferencias que aún siguen existiendo en ingresos se estrechan drásticamente en términos de rentabilidad. En esta ocasión, y siempre que se cumplan los presupuestos anunciados, el RC Deportivo arrebatará a la SD Eibar el honor de ser el club que más beneficio obtiene por cada euro generado. El conjunto coruñés, que se ha anotado unas plusvalías de 13,7 millones por la venta de Lucas Pérez al Arsenal FC, ganará 29,4 millones antes de impuestos, el equivalente a un 41,4% de los ingresos.

El equipo gallego es uno de los que más restricciones salariales tiene impuestas por parte de La Liga, debido al elevado volumen de deuda que acumula con la Agencia Tributaria por la gestión de los anteriores mandatarios. No es el caso del equipo armero, que con la nueva presidenta, Amaia Gorostiza, elevará en diez puntos su margen de rentabilidad, hasta el 30%.

En términos absolutos, el Dépor incluso superaría al Barça, aunque ello se debe a que la entidad presidida por Josep Maria Bartomeu sacrifica buena parte de las ganancias (39,7 millones en 2016-2017) para financiar el resto de secciones, de por sí deficitarias. Lo mismo le sucede a la institución encabezada por Florentino Pérez con el baloncesto, disciplina que registrará unos números rojos de 21,4 millones de euros.

Esta circunstancia es la que hacía que muchos clubs no se atrevieran a invertir más allá del fútbol, hasta ahora. Con una mayor capacidad de inversión y controlados los calendarios para reducir la excesiva deuda que se había acumulado años atrás, algunos equipos han ampliado su oferta, desde la creación del femenino, hasta la

entrada en nuevas disciplinas. El mejor ejemplo es el del Real Betis, que ha adquirido el Baloncesto Sevilla de la ACB e integrado un club que aspira a subir a la Liga Nacional de Fútbol Sala (LNFS).

Otros lo están aprovechando para acelerar inversiones que se habían ido relegando, como las ampliaciones de las ciudades deportivas (es el caso del Granada CF o el Leganés) o la modernización de los estadios, una tarea en la que varias entidades se están aplicando. Y el objetivo es claro: aprovechar el tirón de la televisión para crear nuevas fuentes de ingresos que reduzcan esa dependencia y les permitan crecer. ¿Quién será el futuro campeón en esta carrera?