

COMPETICIONES

La Liga, rumbo a generar el 1% de la economía española

Palco23

10 dic 2015 - 04:57

La Liga es uno de los motores de la economía española, y su aportación va a ir a más año tras año. Así lo prevé KPMG, que si en un reciente informe situaba en el 0,75% su aportación al conjunto del PIB del país, ahora confía en que tranquilamente alcance el 1% por el impacto positivo que van a tener los nuevos contratos de televisión, que en el próximo ejercicio ya alcanzarán los 1.600 millones de euros anuales, el doble de lo facturado hasta ahora.

Las plusvalías respecto al anterior contrato generarán un gasto adicional entre los consumidores españoles de 300 millones por temporada; eso sólo contemplando la contratación del fútbol en las plataformas de televisión de pago, según los cálculos estimados que realizó ayer Jorge Sainz, socio de estrategia de KPMG Sports. “De aquí a dos o tres años, el fútbol estará en el 1% del PIB”, aseguró en el *5º Encuentro LaLiga Derecho del Deporte*, que organiza la Fundación del Fútbol Profesional, donde estuvo acompañado por Javier Hervás, socio del área legal de este departamento en la *Big Four*.



Jorge Sainz y Javier Hervás, socios de KPMG, junto al profesor Alberto Palomar y Juan Ramón Montero, responsable del comité

arbitral del COE.

Sainz quiso dar importancia a la aportación al PIB que realiza el fútbol español, recordando que la industria textil en España, con toda la rama de servicios auxiliares existente, está generando actualmente el 2% de la riqueza del país. Y, de no producirse un declive, todo apunta a que esta brecha se irá reduciendo paulatinamente. “Todas las partidas crecen por encima del ritmo al que lo hace la economía”, destacó el socio de KPMG sobre la evolución de los ingresos comerciales, de televisión y día de partido.

Una de las palancas de crecimiento de este deporte será precisamente la recuperación del mercado publicitario, que se traduciría en nuevos contratos de patrocinio y, por lo tanto, mayor capacidad de inversión de los clubes en mejoras. “Esperamos que el ciclo económico ayude”, dijo, apuntando que eso ayudará a explorar nuevos soportes como las redes sociales, Internet e incluso el *Smart stadium*. “Hay mucho margen de sofisticación del negocio”, insistió.

La intervención de KPMG fue acompañado del tradicional repaso de la actualidad jurídico-deportiva, con la sanción por alineación indebida del Real Madrid como tema estrella. En este punto, Alberto Palomar, organizador de los encuentros y profesor de Derecho Administrativo de la Universidad Carlos III, insistió en que no está tan claro que el club blanco acabe perdiendo en este procedimiento. En su opinión, existe “confusión entre reglamentos”, fruto, en su opinión, de que “se han ido poniendo parches al régimen disciplinario” en los últimos años sin visión de conjunto.

También analizó la sanción por dopaje de Marta Domínguez y la caza legal a Rojadirecta, así como diversas sentencias, que iban desde la improcedencia del despido de dos personas en la Federación Catalana de Fútbol (FCF) a la que rechazaba la demanda de Codere contra el patrocinio del Real Madrid con Bwin.

Por último, Juan Ramón Montero, secretario general del comité arbitral del Comité Olímpico Español (COE), puso en valor las posibilidades que ofrece la mediación y el arbitraje como vía de solución a conflictos en cuestiones de patrocinio, derechos audiovisuales, etcétera. Ello, ante la saturación de los juzgados y porque tiene una filosofía de no imponer decisiones, sino de “facilitar a que se llegue a soluciones por sí mismas” entre las dos partes.