

COMPETICIONES

LaLiga acusa su dependencia de la TV a las puertas del nuevo contrato

La pandemia frenó el negocio de los clubes de LaLiga Santander, que en la temporada 2019-2020 cayó más de un 6,5% interanual, con los derechos audiovisuales como la principal fuente de ingresos.

Javier Trullols
9 jun 2021 - 04:57



El negocio de LaLiga se resiente por la pandemia. La cifra de negocios ordinaria de los clubes de la Primera División cayó un 6,5% interanual, hasta 2.920 millones de euros en la temporada 2019-2020, la última de la que se tienen datos completos, como consecuencia de la pandemia del coronavirus, que obligó a suspender la competición, que regresó a puerta cerrada en el mes de junio.

En global, teniendo en cuenta los datos de Primera y Segunda, los clubes de LaLiga facturaron más de 3.322 millones de euros en la temporada 2019-2020, excluyendo traspasos y otros ingresos no ordinarios, lo que representa una caída del 6% interanual, tal y como recoge el informe Facts&Figures, Las finanzas del fútbol, club a club.

Facts&Figures: Las finanzas del fútbol, club a club

Hasta trece clubes que esta temporada han competido en Primera División vieron caer sus ingresos la temporada pasada por debajo de la facturación de la temporada 2018-2019, la última prepandemia. A nivel porcentual, Villarreal y Real Betis, con un 26% y un 20%, fueron los clubes más afectados, aunque si se tiene en cuenta la cifra facturada, FC Barcelona y Real Madrid fueron los más golpeados, dejando de ingresar 128,4 y 62,5 millones de euros respectivamente. Aunque hay que tener en cuenta que algunos ingresos se devengaron más allá del cierre del ejercicio contable, y no todos los clubes adoptaron el mismo criterio para computarlos.

En total, los veinte clubes que este curso han disputado la Primera División perdieron 64,89 millones de euros en la temporada 2019-2020, una cifra que en gran medida es atribuible a los problemas del FC Barcelona, que cerró el ejercicio con unas pérdidas de más de 97 millones de euros. Contrasta, por ejemplo, con los más de 16 millones de beneficios del Getafe CF, los mayores de la historia del club, gracias a una facturación récord fruto de su participación en la Europa League.

Las principales fuentes de ingresos de los clubes fueron, por orden de importancia, la retransmisión, es decir, los derechos audiovisuales (42,5%); comercialización y publicidad (29,3%); competiciones (12,9%), y abonados (9,8%).

La importancia de la televisión se demuestra en que representó más del 80% de los ingresos de hasta seis clubes

Una temporada más, la televisión se mantuvo como la principal fuente de ingresos de los clubes de LaLiga Santander, representando más de 1.240 millones de euros, un 42,5% de los ingresos totales, mostrando la dependencia que el fútbol español tiene de los derechos audiovisuales. Aunque cayeron un 8% interanual, su importancia sobre el volumen total de ingresos sólo ha bajado en medio punto.

En algunos clubes, especialmente los pequeños, el peso de la televisión es muy superior a la media: en la temporada 2019-2020 supuso casi el 90% de los ingresos totales de clubes como Getafe CF o SD Eibar.

Este dato es particularmente relevante teniendo en cuenta que el actual ciclo de los derechos de televisión nacionales de LaLiga vence al final de la temporada 2021-2022. Se espera que a mediados de este año se produzca la licitación del próximo ciclo. Con Movistar y Mediapro como grandes aliados hasta el momento, LaLiga ha abierto la

puerta a la irrupción de nuevos actores para maximizar sus ingresos, que pretende “que crezca ligeramente, sin llegar a doble dígito”, según explicó Javier Tebas, presidente de LaLiga, hace poco menos de un mes.

El dirigente de LaLiga advirtió que “la irrupción de las nuevas plataformas *over-the-top* (OTT) están trayendo una disminución de ingresos”, refiriéndose a la aparición de algunas como Eleven o Dazn, y “que hacen más complicadas las negociaciones con empresas como Telefónica”.

LaLiga afronta el nuevo concurso de los derechos audiovisuales nacionales anticipando un cambio de formato y con la duda de la participación de Orange

A mediados de abril, Tebas anticipó que el concurso será “disruptivo”, a través de paquetes pero con una configuración diferente, ofreciendo hasta cuatro posibilidades de acudir al *tender* de forma distinta. LaLiga pretende cambiar el sistema para abrirse a un mayor número de aficionados. Hace cinco años había 3,4 millones de abonados en las televisiones de pago al fútbol, una cifra que se ha reducido a 2,5 millones debido a las limitaciones propias de la oferta y del mercado.

Euskatel, Másmovil y Vodafone no emiten fútbol, y Orange ha puesto en duda continuar integrándolo en su oferta de servicios debido al elevado coste. El adiós de la compañía francesa sería una dificultad añadida para LaLiga debido a que cuenta con 500.000 abonados que perderían la opción de contratar fútbol.

Por otro lado, los ingresos de comercialización y publicidad cayeron en más de un 6% la temporada 2019-2020, hasta 854,45 millones de euros, debido a las adaptaciones de los contratos de patrocinio tras estar detenida la competición. Y en el horizonte, además de las consecuencias de la pandemia, se acerca la entrada en vigor de la normativa reguladora de la publicidad de las casas de apuestas, aprobada en noviembre por el consejo de ministros, que permitió mantener las condiciones de los acuerdos de patrocinio ya firmados al menos hasta agosto de 2021, pero prohibirá el patrocinio en camisetas o equipaciones deportivas más allá de esa fecha, así como los *title rights*. Todo un problema, teniendo en cuenta que la temporada arrancó con once clubes luciendo en el frontal de su camiseta el logotipo de casas de apuestas como sponsor principal.

Más del 83% de los ingresos de comercialización y publicidad de LaLiga Santander son atribuibles a FC Barcelona, Real Madrid y Atlético de Madrid

En cualquier caso, Barça, Madrid y Atleti distorsionan el volumen total de ingresos de la categoría de comercialización y publicidad al representar, de manera conjunta, más del 83% del total de los ingresos por este concepto.

Los clubes están pendientes de la evolución de la pandemia para ver también cómo afectará a la publicidad, a la espera del retorno del público a todos los estadios y de las activaciones de marketing presenciales. Aunque el mercado empieza a mostrar síntomas de deceleración, como ha comprobado el Barcelona, que ha renovado con Rakuten reduciendo el ingreso fijo de este patrocinio casi un 50%.

Por otro lado, los ingresos de competiciones cayeron más de un 26% hasta 376,4 millones de euros, en un apartado en el que Barça, Madrid, Atleti y Valencia, participantes en la Champions League, y Sevilla FC, campeón de esa edición de la Europa League, sumaron entre todos más del 96% de estos ingresos.

Está por ver cómo se resuelve finalmente el embrollo de la Superliga, competición alternativa a la Champions League impulsada por doce clubes fundadores, con Madrid, Barça y Atleti como impulsores, aunque los rojiblancos se desmarcaran del proyecto pocas horas después de su presentación. La Uefa ha abierto expediente disciplinario contra Real Madrid, FC Barcelona y Juventus, pero el Ministerio de Justicia de Suiza ha notificado a los organismos rectores del fútbol en Europa y a escala global que deben respetar los derechos de los impulsores de la competición.

La Uefa ha respondido a la Superliga aprobando la renovación de la Champions League

La Uefa presentó en abril el renovado formato de la Champions League, que entrará en vigor a partir de 2024, y supondrá pasar de 32 a 36 equipos, para disputar un mayor número de encuentros y que, en consecuencia, exista una mayor repercusión en los medios de comunicación y unos ingresos por derechos de televisión mayores.

Finalmente, los ingresos de abonados se vieron rebajados en más de un 24% interanual hasta 284,8 millones de euros, tras los ajustes realizados por los clubes debido a tener que cerrar la temporada a puerta cerrada. Una partida de ingresos que

en la 2020-2021 será probablemente la más afectada, debido a que prácticamente todo el curso se ha jugado a puerta cerrada, y a la espera de ver qué sucede de cara a la temporada que viene.

El ministro de Cultura y Deporte, José Manuel Rodríguez Uribes, auguró el lunes que “viendo cómo va la situación, me parece que la Liga en agosto, cuando se inicie, tendría que torcerse mucho para que no fuera con público”. “Ya acabamos esta con público, de una forma simbólica, en los territorios con menor incidencia”, aseguró en *Onda Cero*.

El negocio de Segunda se encogió más de un 4%

La facturación total de los clubes de Segunda división se redujo en 2019-2020 más de un 4,2% hasta 401,4 millones de euros, con los derechos de televisión representando la mayor fuente de ingresos de los 22 clubes participantes en la competición, a pesar de que se redujo ligeramente por los ajustes derivados de la pandemia del coronavirus. El cálculo del importe exacto no es posible debido a que algunos clubes no han publicado al detalle sus balances. Además, la pandemia tiñó de rojo las cuentas de hasta ocho clubes, aunque el resultado global es positivo por más de 46 millones de euros.