PALCO23

ENTORNO

Javier Ferrero (Senn Ferrero): “La televisión saneó las cuentas de los clubes, ahora toca diversificar”

El abogado experto en deporte y entretenimiento de la industria del fútbol apunta hacia el formato de Superliga europea como una nueva fórmula para conseguir mayor rentabilidad para los clubes.

Marc Romero
29 oct 2020 - 04:55



“La locomotora no puede parar”. Así de contundente se muestra Javier Ferrero, cofundador del bufete Senn Ferrero. El exasesor jurídico del Real Madrid, señala que la industria del fútbol debe centrarse en la explotación de los estadios, una vez superada la pandemia, para conseguir nuevas vías de negocio que permitan reducir la dependencia del fútbol de la televisión. Además, afirma que el formato de la Superliga europea puede tener más sentido para conseguir mayor rentabilidad del negocio, por delante de un mundialito de clubes.

Pregunta: ¿Qué riesgos económicos afronta la industria del fútbol a corto plazo?
Respuesta: Principalmente el fútbol debe afrontar cómo solventar la falta de ingresos

https://www.palco23.com/entorno/javier-ferrero-senn-ferrero-la-television-saneo-las-cuentas-de-los-clubes-ahora-toca-diversificar

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

derivados de la baja explotación de las instalaciones y de la venta de productos del día de partido. El impacto en derechos televisivos es algo que más o menos se puede controlar siempre que se mantenga la competición, pero hay una serie de derivadas en el consumo de los espectadores que a corto plazo pueden dificultar las cosas a la industria.

P.: ¿Y a largo plazo?
R.: Estoy convencido de que la parte contractual de los derechos televisivos se va a adaptar a la nueva situación, con cláusulas que protegen a los operadores de nuevos parones de la competición. La temporada pasada se vio que si las ligas no se retomaban, sí que habría una afectación en los ingresos.

P.: ¿Puede el miedo a un nuevo parón afectar a las renegociaciones futuras de los contratos de derechos audiovisuales?
R.: Puede haber una cierta bajada de cantidades, pero no mucho porque quieras o no los escenarios en los que los campos sigan cerrados ayuda a las televisiones. Incluso podría ser positivo para una negociación futura, siempre que la competición se pueda disputar. Ahora bien, la industria tiene que hacer la reflexión sobre las medidas de seguridad y de cómo se deben desarrollar los eventos. Se tiene que dar un paso adicional para garantizar que el público pueda volver a los estadios, para así asegurarse esta fuente de explotación.

> **"Los derechos audiovisuales fueron importantes para sanear las cuentas de los clubes y convertir el fútbol en un producto global"**

P.: Todos los clubes de fútbol dependen en gran medida de los derechos televisivos. ¿Hay un exceso de dependencia en relación con esta fuente de ingresos?
R.: El escenario ideal sería que hubiera una mayor diversificación y conseguir nuevas vías de negocio, pero la realidad es que el peso a los televisión es y seguirá siendo importantísimo. Tendemos a que en el futuro siga habiendo una tendencia de la televisión porque siempre querrás que LaLiga se vea en más lugares del mundo y eso serán mayores ingresos.

P.: Teniendo en cuenta que los estadios van a estar cerrados una temporada más, ¿se puede llegar a superar esta dependencia?
R.: Los derechos audiovisuales fueron importantes para sanear las cuentas de los clubes y convertir el fútbol en un producto global. Ahora es cuando toca diversificar. Es

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

cierto que la pandemia ha afectado a una de las nuevas fuentes ingresos como son las instalaciones deportivas.

P.: Por otro lado, el posicionamiento de la marca de los clubes cada vez es más importante. ¿Cree que los clubes aprovechan hoy el potencial de su marca y su masa social?
R.: Es una vía de negocio importantísima: se ha venido trabajando y hay clubes que lo han hecho muy bien. Hay marcas que se han posicionado mundialmente. Aunque el poder trabajar en la marca va acompasado con que se tenga mayor profesionalización dentro del club. Ahora hay grandes expertos en análisis de datos en el club, pero las entidades deben hacer una reflexión a largo plazo. Es vital tener un plan estratégico a tres o cuatro años para saber a dónde se quiere ir.

> **"No me parece mal que existan clubes que no sean Sociedades Anónimas Deportivas, la entrada de capital extranjero ha hecho que los clubes perdieran su identidad"**

P.: Más allá de la NBA, ¿qué competiciones internacionales marcan la pauta?
R.: Salvando las distancias, la Fórmula 1 sería un buen ejemplo a seguir, pero la propia Champions como producto es una competición que está muy bien encaminada, aunque se puede rentabilizar mejor. Por eso hay el discurso de la Superliga Europea.

P.: ¿Y cuál es el problema para conseguirlo?
R.: Cada país cuenta con sus propias normas y esto lo dificulta. Si los criterios no son comunes como en la NBA será muy difícil.

P.: Cree usted que el formato de Superliga europea tiene sentido?
R.: Es un asunto complicado porque al final tienes que convivir con las competiciones nacionales, sino estamos haciendo un flaco favor al fútbol en general. Ahora bien, es mucho más lógico pensar en fortalecer una competición como la Champions que sólo se disputa en un continente, que no en un mundialito de clubes. El formato de Superliga me parece mucho más atractivo para conseguir rentabilizarlo.

P.: En los últimos años estamos viendo como plataformas como Amazon están dando el salto al deporte. ¿Podrá Amazon acabar con el ***statu quo*** de la industria?
R.: Es una incógnita, la verdad. Creo que todos no van a ser capaces todas de

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

convivir. Estas nuevas posibilidades vienen bien para la generación de nuevos contenidos, que ayudan a generar mayores ingresos. Habrá algunas plataformas que lo van a pasar mal y otras que van a hacerse con su espacio, pero creo que, a más competencia, más calidad.

P.: ¿Qué le parece que el CSD haya eliminado la necesidad de avalar las pérdidas relacionadas con el Covid? ¿Es lógico que todavía existan clubes sociales?
R.: Habrá que ver la norma específica y cómo se acaba redactando, pero me parece lógico si sólo se aplica a un periodo concreto. A mí no me parece mal del todo que existan clubes que no sean Sociedades Anónimas Deportivas, pues hemos visto que la entrada de capital extranjero ha hecho que los clubes perdieran su identidad.

> **"El Real Madrid es una entidad organizada y previsora, el Barça es más caótico con decisiones que no son del todo entendibles"**

P.: Hemos entrado en una etapa de recortes en el fútbol español, ¿cree que veremos mucha conflictividad judicial en un futuro próximo entre jugadores y clubes?
R.: Conflictividad ya la está habiendo y más que va a haber, porque me parece difícil combinar los criterios objetivos de gestionar una empresa, con que se siga haciendo una planificación deportiva. Yo no puedo aplicar recortes salariales si luego ficho en el mercado por cantidades descomunales, no tiene sentido. En este sentido, el Real Madrid está haciendo una política responsable. O vendo activos o aplico recortes.

P.: ¿Qué ha hecho bien el Real Madrid para evitar las pérdidas esta temporada 2019-2020?
R.: Control de daños a todos los niveles. Partía de una planificación deportiva de control. En los últimos años ha sabido compensar entradas con salidas. Una planificación muy profesional. Eso no quiere decir que tenga que hacer más recortes, dependerá de la pandemia pues estas entidades no pueden estar mucho tiempo

P.: ¿Como consigue el Real Madrid vivir siempre bajo una calma institucional inusual que otros clubes no logran?

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

R.: El Madrid ha conseguido ser una entidad muy organizada y previsora. Hay un plan y se va cumpliendo. Puede haber momentos concretos de dificultad, pero el plan tieneun cierto equilibrio entre el éxito deportivo y la solvencia empresarial. El Barça es unpoco más caótico y muy influenciado por la necesidad de destacar y quizá lasdecisiones no son del todo entendibles.

P.: ¿Qué ejemplo pondría?
R.: El caso de la salida de Cristiano Ronaldo es para reflexionar. El Madrid ha notado su salida deportivamente, pero ha conseguido sacar un rendimiento económico. El Barça ha querido retener a Messi a toda costa y a lo mejor acabará saliendo por la puerta de atrás sin dejar nada en el club.

P.: ¿Qué grado de salud cree que tiene el negocio del fútbol en España en comparación con otros países?
R.: Estamos mucho mejor que hace veinte años, pero los gobernantes tienen que ver que el deporte es importante para el país. La gran incógnita son los retos de futuro. Esta locomotora no puede parar y para ello hay que invertir y debemos ver que para el país el deporte es importante, también para vendernos como marca al exterior.

https://www.palco23.com/entorno/javier-ferrero-senn-ferrero-la-television-saneo-las-cuentas-de-los-clubes-ahora-toca-diversificar

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.