

ENTORNO

Rubiales confía facturar 67,48 millones con el relanzamiento de Copa y Supercopa

La Federación prevé que el formato de *final four* en el extranjero genere 23,5 millones por la organización del evento y otros 4 millones por televisión. El torneo del KO, que regresa al partido único, prevé 33,8 millones por las emisiones y 6,4 millones por entradas y sede, entre otros.

Marc Menchén
11 jun 2019 - 05:00



Arabia Saudí, Miami, Qatar... Los potenciales destinos que han sonado para la nueva Supercopa de España de fútbol son varios, pero hay algo que tiene claro la Real Federación Española de Fútbol (Rfef): los ingresos mínimos que espera obtener por el torneo reconvertido en *final four* ascienden a 27,25 millones de euros en la edición que se disputará entre el 8 y 12 de enero de 2020, según los presupuestos del regulador para 2019 a los que ha accedido *Palco23*. En el caso de la Copa del Rey, su ambición es alcanzar 40,23 millones de euros.

El salto económico más importante es el del torneo que tradicionalmente enfrentaba al campeón de LaLiga Santander con el de Copa del Rey, pero que ahora se amplía a los dos finalistas del torneo del KO y al campeón y subcampeón del campeonato

doméstico. Los resultados han marcado que sus protagonistas sean FC Barcelona, Valencia CF, Atlético de Madrid y Real Madrid, de ahí que el regulador espere dar con un país que asuma el alto precio de 18 millones de euros por los derechos de organización.

A esta cifra, la Rfef añade ingresos adicionales de 5,25 millones sin definir por qué vías se obtendrían, y otros 4 millones de euros adicionales por las retransmisiones. Resulta complicado establecer una comparativa en esta ocasión, pues es la primera vez que la Supercopa consta de tres encuentros, ya que antes eran dos y en 2018 fue a partido único en Tánger (Marruecos). Respecto a la taquilla, tampoco existen muchos datos, si bien el Barça siempre lograba en torno a 4 millones de euros por la venta de entradas para el encuentro.

La Rfef prevé que el organizador pague 18 millones, a lo que hay que añadir ingresos por conceptos como patrocinio o televisión

De momento no hay una sede asignada para el evento, y de eso dependerá en buena medida que se cumpla el objetivo de facturación. En función del país, los operadores de televisión variarían sus ofertas, pues no es lo mismo disputar los encuentros en Estados Unidos, donde la diferencia horaria dificultaría situar los partidos en el *prime time* español, que hacerlo en algún país de Oriente Medio, donde sólo existe una hora de diferencia. En este punto, cabe señalar que Qatar se ha hecho con la sede del Mundial de Clubes en 2019 y 2020, que se disputa en diciembre.

En cuanto a los gastos, el presupuesto del ente presidido por Luis Rubiales contempla que, de los 27,25 millones previstos en ingresos, un total de 22 millones se redistribuirán entre los participantes. El rendimiento deportivo se compensará con cinco millones: 800.000 euros para los semifinalistas eliminados, 1,4 millones de euros para el finalista y dos millones de euros para el campeón. Después, los cuatro clubes recibirán un mínimo de un millón de euros cada uno, cifra que irá al alza en función del potencial comercial de cada equipo. Es decir, que como mínimo se distribuirán nueve millones, y sólo habrá más en función de cuánto se consiga por los derechos de organización.

El 20% restante no está consignado en ningún sitio, ya que Rubiales explicó en la asamblea que aprobó este nuevo formato que un porcentaje de los ingresos se los quedará la Federación. “La copa es nuestra y el nombre de la competición también, así

que nos dejen explotarlo”, defendió entonces. Ahora bien, se ha producido una corrección relevante, pues en su momento aseguró que el porcentaje que se quedarían era del 30%. Su compromiso, según expuso, es que un mínimo de 500.000 euros procedentes de la Supercopa vayan al fútbol sala femenino y al fútbol playa.

Si el plan de negocio para la Supercopa de España es ambicioso, no lo es menos el diseñado para la Copa del Rey, cuyo número de participantes se ampliará de 83 a 116 equipos, aunque reduciendo la carga de uno a tres partidos por club gracias a que pasará a disputarse a partido único. Esto reducirá de doce a diez la cantidad de jornadas con partidos oficiales, si bien se espera que el atractivo no decaiga a la hora de comercializar las retransmisiones.

De hecho, el presupuesto aprobado ayer por la asamblea establece unos ingresos de 30 millones por los derechos audiovisuales de la Copa, además de otros 3,8 millones por los contenidos exclusivos de la final. Se trata de una cifra muy elevada, especialmente si se tiene en cuenta que LaLiga únicamente se comprometía a garantizar unos ingresos mínimos de 17 millones de euros, es decir, la mitad.

El secretario general de la Rfef, Andreu Camps, defendió ayer el ir en solitario porque la patronal rechazó la encomienda de la venta en cinco ocasiones y, cuando aceptaron, el regulador ya había puesto en marcha su proceso en solitario. “También somos capaces, somos profesionales y queremos demostrarlo”, argumentó.

El salto económico al que se aspira es importante, pues Mediapro acordó abonar 5,67 millones de euros anuales por las retransmisiones en abierto de la Copa entre 2016 y 2019, a lo que hay que añadir los más de dos millones de euros que Rtfv pagó por la final disputada este mayo por Barça y Valencia. En cuanto a los encuentros reservados para la modalidad de pago, su valor de mercado no está claro, pues en el actual ciclo formaban parte del paquete que incluía ocho partidos de Primera por jornada, que para la etapa 2019-2022 se ha quedado Telefónica.

El hecho de que se comercializaran conjuntamente añadía mucho más atractivo al lote, pues complementaba las retransmisiones del fin de semana con las intersemanales del torneo del KO, un argumento de venta que la Rfef no podrá utilizar en esta ocasión. Por el contrario, se abre una tercera ventana que hace dos años no existía, pues Dazn ha demostrado tener músculo económico para hacerse con contenidos relevantes en España.

Más allá de las retransmisiones, la Copa genera otras fuentes de ingresos relevantes, como la taquilla y los derechos de organización. En 2019, la Federación obtuvo 1,1 millones de euros por la adjudicación de la sede a Sevilla (la candidatura era del Real Betis y la territorial de Andalucía), además de otros 4 millones con la venta de entradas.

PALCO23

Seat, por su parte, habría pagado en torno a 1,5 millones de euros por el patrocinio de este torneo y de la Supercopa. Se espera que continúe, aunque para eso antes necesitará saber dónde se podrán ver todos estos partidos.