

# Impacto socio-económico del fútbol profesional en España



[kpmg.es](http://kpmg.es)



## Glosario

<b>PIB</b>	Producto Interior Bruto
<b>CAGR</b>	Tasa de Crecimiento Anual Compuesto
<b>IRPF</b>	Impuesto sobre la Renta de Personas Físicas
<b>SS</b>	Seguridad Social
<b>ISS</b>	Impuestos sobre Sociedades
<b>IVA</b>	Impuesto Sobre el Valor Añadido
<b>IIEE</b>	Impuestos Especiales
<b>LFP</b>	Liga de Fútbol Profesional
<b>EGM</b>	Estudio General de Medios
<b>CNAE</b>	Clasificación Nacional de Actividades Económicas
<b>PPV</b>	Pay per View o Pago por Visión
<b>AEVI</b>	Asociación Española de Videojuegos
<b>TIO</b>	Tablas input-output
<b>INCN</b>	Impuesto Neto de la Cifra de Negocios
<b>AMI</b>	Asociación de Medios de Información
<b>CNMC</b>	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia
<b>AIMC</b>	Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación
<b>INE</b>	Instituto Nacional de Estadística



# Índice

## Definición del modelo de impacto del fútbol profesional en la economía española

pág. 2

## Principales conclusiones

pág. 4

### 1. Contribución del fútbol profesional español

pág. 8

#### 1.1. Impacto directo del fútbol profesional español

pág. 10

##### 1.1.1. Gasto directo de los aficionados

pág. 12

##### 1.1.2. Gasto de las empresas en publicidad

pág. 22

##### 1.1.3. Gasto de las empresas en publicidad y patrocinio en clubes de fútbol

pág. 23

#### 1.2. Impacto indirecto e inducido del fútbol profesional español

pág. 24

### 2. Contribución del fútbol profesional a la generación de empleo

pág. 26

### 3. Impacto del fútbol profesional en términos de recaudación de impuestos

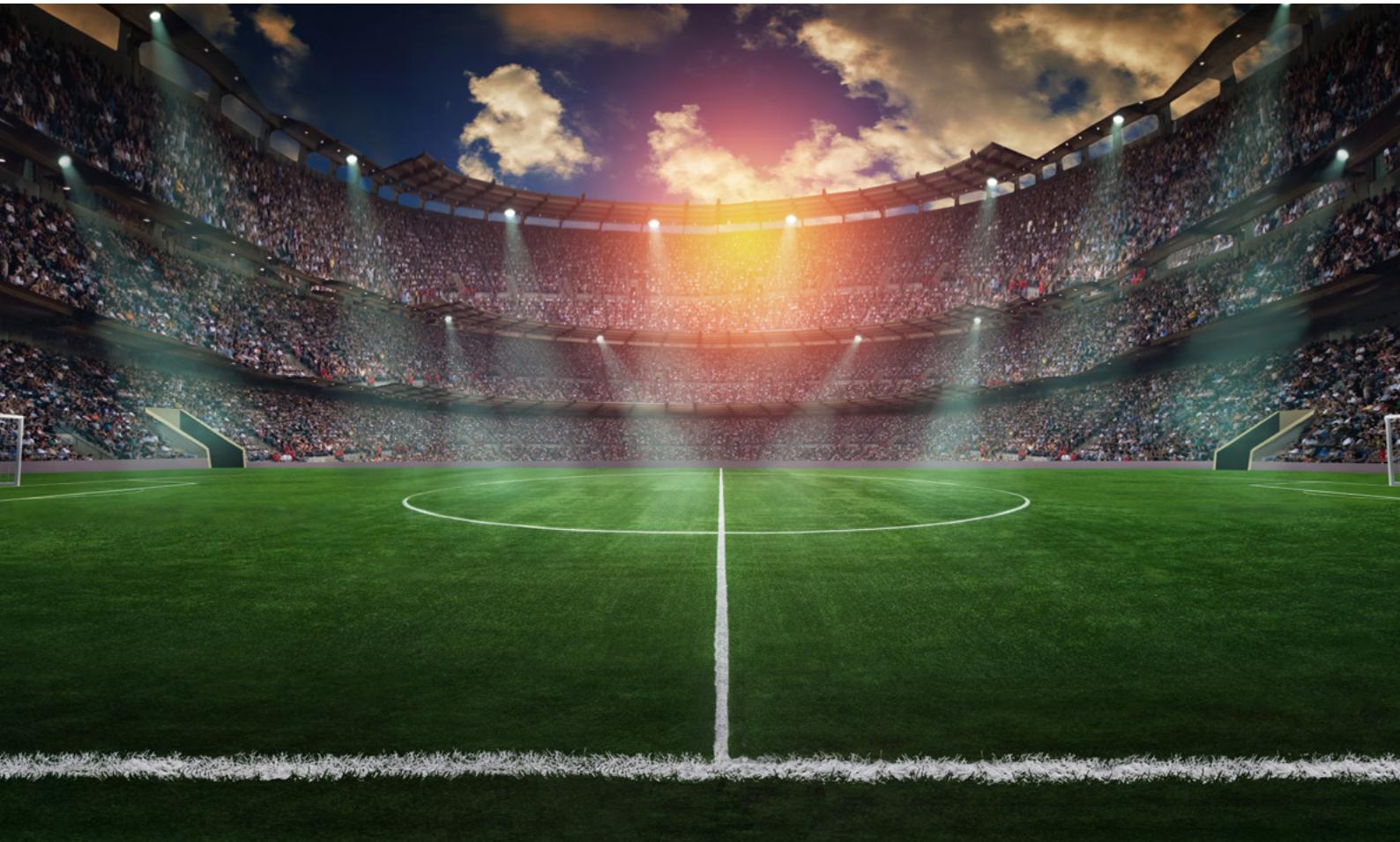
pág. 28

### 4. Impacto en sostenibilidad de LALIGA

pág. 30

### 5. LALIGA Impulso (CVC)

pág. 40



# Definición del modelo de impacto del fútbol profesional en la economía española



El informe realizado por KPMG tiene como objetivo determinar cuál es el impacto del fútbol profesional sobre la economía española a partir del análisis de los diferentes tipos de efectos: directos, indirectos e inducidos. Dicho análisis considera los tres efectos de modo que se puedan obtener conclusiones sobre el impacto económico total del fútbol profesional en España.

El informe también detalla la contribución que realiza el fútbol profesional a la generación de empleo en la economía española, tanto directa, indirecta, como inducidamente.

Además, el estudio incluye el impacto sobre las instituciones públicas en términos recaudatorios. En particular, se analiza la aportación económica derivada de (1) las rentas de los trabajadores (IRPF y Seguridad Social), (2) los impuestos de sociedades (ISS) y (3) los impuestos al consumo (IVA e impuestos especiales).

El modelo en su conjunto contempla cada uno de los **efectos que el fútbol profesional de Primera y Segunda División produce sobre la economía del país**.

## Impacto económico del fútbol profesional en España



### Modelo de impacto del fútbol profesional en la economía española

**Fuente:** Análisis KPMG.

# Principales conclusiones

## Economía y empleo



El fútbol profesional en España representa un acontecimiento socio-cultural que ofrece a los diferentes agentes involucrados en dicha actividad una amplia variedad de productos y servicios, los cuales contribuyen de manera relevante a la economía española, derivado del consumo y del suministro de los mismos.



En términos económicos, durante la temporada 2021/2022, el fútbol profesional generó más de 18.350 M€ contabilizando los efectos directos, indirectos e inducidos, lo que equivale a un 1,44% del PIB español<sup>1</sup>.

### Gasto total

# 18.350 M€

Gasto de aficionados

Gasto de empresas

### 8.316

### 6.522

### 1.794

### 7.057

### 2.977

Gasto directo

Gasto indirecto

Gasto inducido



### impacto directo

# 8.316 M€

El impacto directo del fútbol profesional alcanzó más de 8.316 M€, de los cuales, más del 78% fueron resultado del gasto de los aficionados en productos y servicios asociados al fútbol profesional.

- Los aficionados gastaron un total de 6.522 M€ (78%), de los cuales, 2.954 M€ se dedicaron a quinielas y apuestas online, 1.129 M€ a internet, y 827 M€ en televisión de pago y los 1.613 M€ restantes se dedicaron a otras categorías (radio, hostelería, taquillas, etc.)
- El resto del gasto directo (1.794 M€) fue realizado por las empresas para potenciar sus estrategias de marketing y publicidad, aprovechando la gran penetración del fútbol profesional en la sociedad española. Las empresas, sin intervención de los clubes, realizaron un gasto total en publicidad de 717 M€ en los medios de comunicación asociado a los contenidos relacionados con el fútbol profesional. De todo este gasto, 470 M€ se dedicaron a Internet, 106 M€ a televisión, 89 M€ a prensa deportiva y general y 51 M€ a las emisoras de radio.

<sup>1</sup>Nota: 1. PIB acumulado de junio de 2021 a junio de 2022. Si se considera el PIB completo de 2022 (1.328.922 M€), el impacto habría sido equivalente a 1,38% sobre el PIB



La contribución indirecta del fútbol profesional alcanzó los 7.057 M€ siendo los sectores más beneficiados los de actividades culturales, recreativas y deportivas, telecomunicaciones, construcción e inmobiliarias y restauración entre otros.

**7.057 M€**  
contribución indirecta



Finalmente, el 16% de la contribución (2.977 M€) fueron generados como consecuencia de los efectos inducidos asociados al gasto privado de las personas empleadas directa e indirectamente por el fútbol profesional en España.

**2.977 M€**  
de los efectos  
inducidos asociados



En términos de empleo, la actividad del fútbol generó más de 194.381 empleos a jornada completa, de los cuales 66.541 fueron de forma directa, 65.481 indirectos y 62.360 inducidos.

**+194.381**  
empleos generados  
a jornada completa



En términos recaudatorios, el fútbol profesional permitió a las arcas públicas ingresar un total de 8.390 M€, incluyendo la recaudación por Impuestos sobre el Valor Añadido (3.082 M€), Impuestos de Sociedades (1.790 M€), Seguridad Social (1.520 M€), IRPF (1.747 M€) e Impuestos Especiales (251 M€).

**8.390 M€**  
ingresados en  
arcas públicas



## Principales conclusiones (continuación)

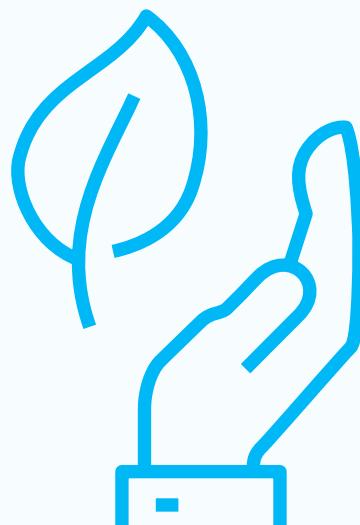
### Sostenibilidad

La gestión sostenible está adquiriendo cada vez más importancia en España, no solo desde una perspectiva económica, sino también como el único enfoque viable para llevar a cabo cualquier actividad económica.

Por ello, LALIGA ha destinado 109 M€ en 9 iniciativas transversales en la temporada 2021/2022 e implementando un plan de sostenibilidad que se enfoca en un programa de concienciación para integrar los principios fundamentales de la Responsabilidad Social Corporativa como una parte integral de la organización y de los clubes de fútbol.

# 109 M€

En 9 iniciativas transversales  
en la temporada 2021/2022





## Fondos LALIGA Impulso

LALIGA Impulso es la iniciativa clave de transformación de la competición con el propósito de hacer crecer su relevancia y valor conjunto. Para ello, y de la mano del fondo CVC, se va a destinar una suma total de 1.929 millones de euros a los clubes, con el fin de fomentar un mayor crecimiento y profesionalización del fútbol de élite.

**1.929 M€**  
a los clubes





# 1. Contribución del fútbol profesional español

Los efectos directos del fútbol profesional engloban los ingresos y empleos generados por el fútbol y por otras entidades y agentes económicos íntimamente relacionados con el fútbol profesional. Estos actores son, principalmente, los clubes de fútbol, los medios de comunicación, las empresas deportivas, los sectores de hostelería y transporte, etc.

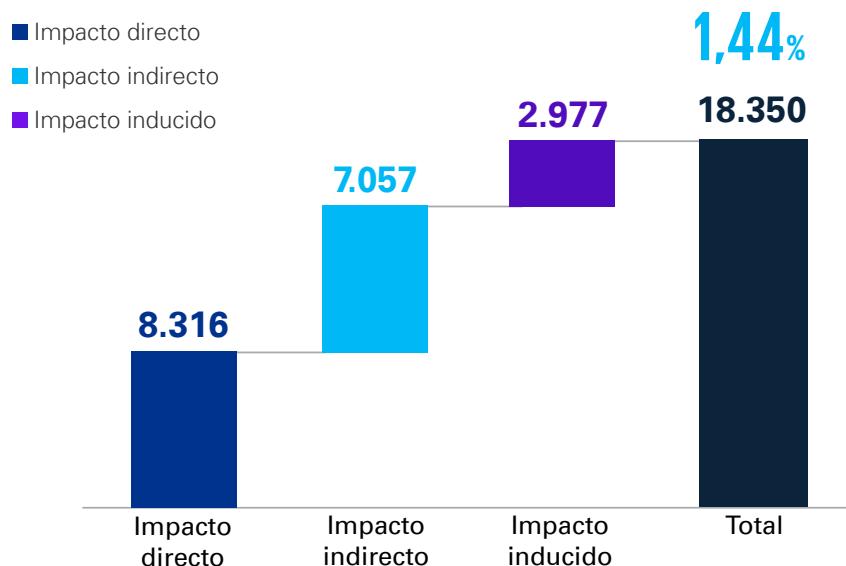
El efecto indirecto se produce como consecuencia de las sucesivas transacciones que se realizan en el sistema económico debido a la demanda de bienes y servicios intermedios.

Finalmente, se produce un incremento en la producción de los diferentes sectores, llamado efecto inducido, derivado de la demanda de productos y servicios de los empleos directos e indirectos generados por el fútbol profesional.

Como consecuencia, el fútbol profesional en España generó durante la temporada 2021/2022 una actividad económica (facturación) de 18.350 M€, lo que equivalió a un 1,44% del PIB español, siendo un 46% correspondiente a efectos directos, un 38% a indirectos y, finalmente, el 16% restante a efectos inducidos.

## Impacto económico del fútbol profesional en España

(En millones de euros y en % del PIB; en la temporada 2021/2022)



**Fuente:** Análisis KPMG.

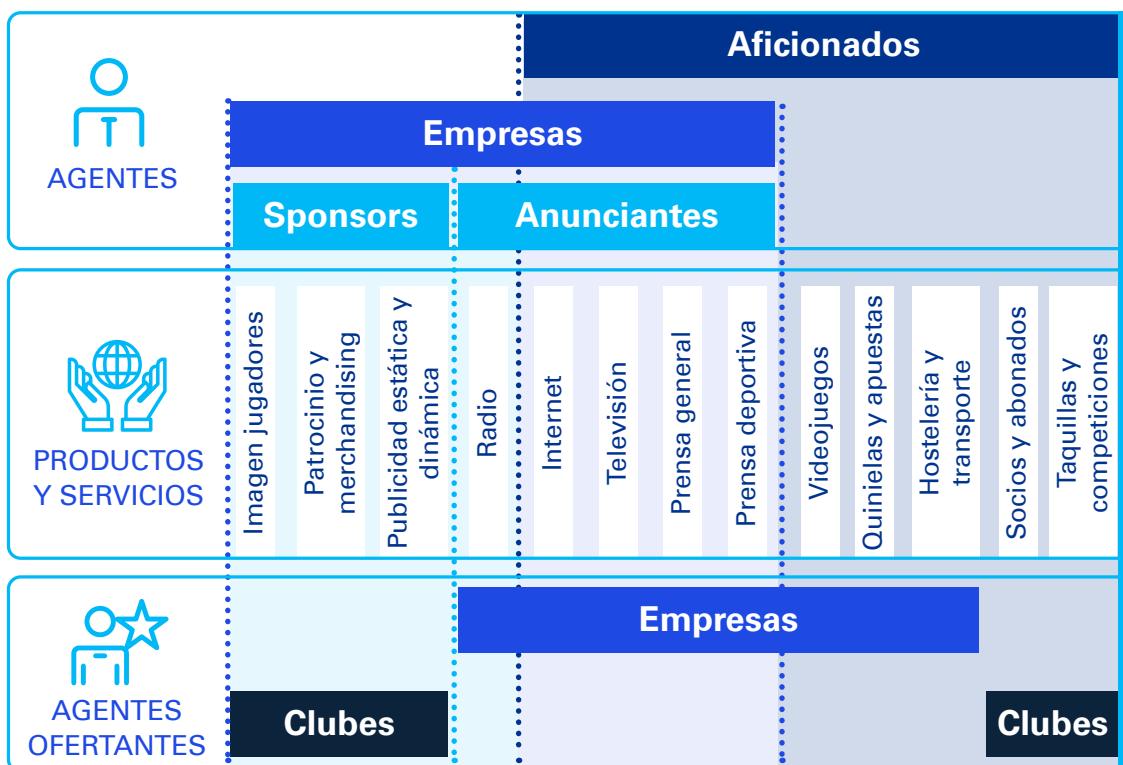
# 1.1. Impacto directo del fútbol profesional español

Los efectos directos del fútbol profesional sobre la economía española recogen la renta y el empleo generado tanto por los clubes de Primera y Segunda División como por otras entidades y agentes económicos: aficionados y empresas.

- Los aficionados se interesan y consumen fútbol profesional con el objetivo de cumplir con sus necesidades de ocio: asistiendo a estadios, comprando abonos, suscribiéndose a televisiones de pago, etc.

- Las empresas también aprovechan el impacto que tiene el fútbol en la sociedad, incorporándola como forma activa en sus estrategias de marketing. Realizan grandes gastos en publicidad relacionada con el fútbol profesional en diferentes canales: medios de comunicación, estadios, internet, etc.

## Conceptos del impacto directo del fútbol profesional



Fuente: Análisis KPMG.



El impacto directo del fútbol profesional en España ascendió a 8.316 M€ durante la temporada 2021/2022, lo cual equivalió a un 0,65% del PIB español.

Los aficionados hicieron la mayor contribución, seguidos de la actividad comercial de los clubes de fútbol y, finalmente, del gasto publicitario de las empresas en los medios de comunicación.

La contribución realizada por los aficionados alcanzó los 6.522 M€, lo cual supuso un 78% del

impacto directo total. Además, los clubes de fútbol profesional ingresaron alrededor de 1.077 M€ en concepto de publicidad, venta de merchandising, cobro de royalties y otras actividades, lo que representó el 13% de la contribución total.

Finalmente, la publicidad de las empresas en los medios de comunicación asociada al fútbol profesional contribuyó en 717 M€, equivalente a un 9% de la contribución total.

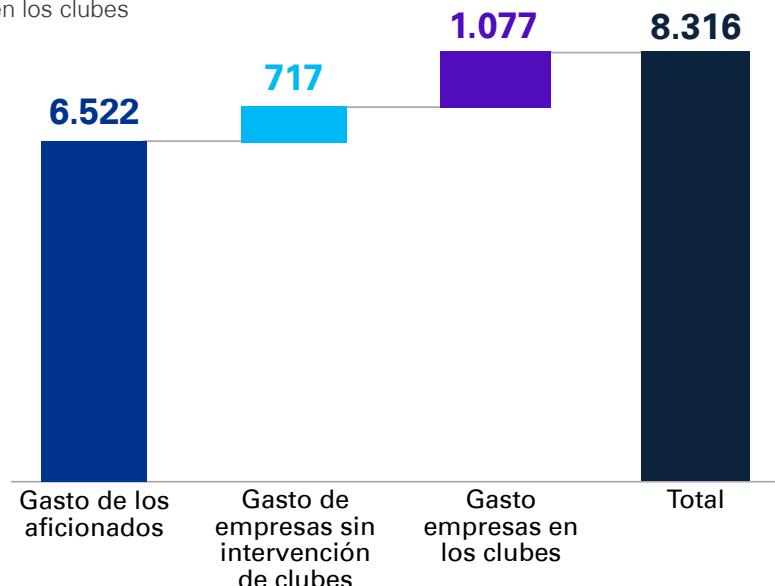
## Contribución de los efectos directos del fútbol profesional según los diferentes agentes involucrados

(En millones de euros; en la temporada 2021/2022)

■ Gasto de los aficionados

■ Gasto de empresas sin intervención de clubes

■ Gasto de empresas en los clubes



Fuente: Análisis KPMG.

## ■ 1.1.1. Gasto directo de los aficionados

Los seguidores de LALIGA EA SPORTS y LALIGA HYpermotion, realizaron una serie de gastos asociados a diferentes conceptos como consumidores finales de productos y servicios asociados al fútbol profesional, los cuales se pueden ver reflejados en las cuentas de los diferentes clubes de fútbol o bien en empresas cuyos productos o servicios están directamente ligados al fútbol profesional en España.

La contribución realizada por los aficionados alcanzó los 6.522 M€, representando el 78% del impacto directo total.

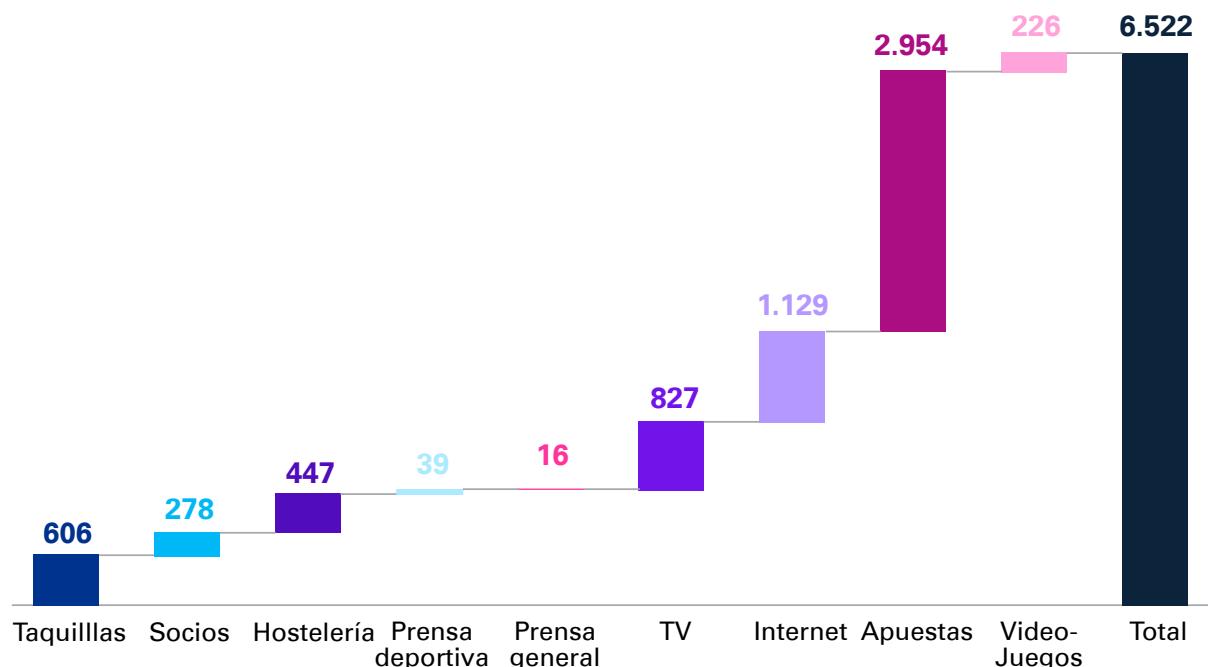
La participación en quinielas y apuestas deportivas relacionadas con el fútbol profesional generó aproximadamente 2.950 M€, lo que representa el 36% del gasto directo de los aficionados.

A este gasto le siguió el gasto en internet con 1.129 M€, la televisión de pago (que superó los 800 M€), y en tercer lugar, las taquillas y competiciones, que supusieron 606 M€.

Por último, en términos de gasto de los aficionados, el gasto en internet, el pago de cuotas de socios y abonados y el gasto en hostelería y transporte fueron el resto de conceptos que más contribuyeron al impacto.

### Contribución directa de los aficionados al fútbol profesional

(En millones de euros; en la temporada 2021/2022)



**Fuente:** Análisis KPMG.



### ■ 1.1.1.1. Gasto de aficionados en taquillas y competiciones

Durante la temporada 2021/22, los clubes de fútbol profesional obtuvieron 606 M€ en ingresos por taquillas y competiciones, con los clubes de Primera División representando más del 98% de los ingresos totales por este concepto. Esta cuantía fue afectada por las restricciones de aforos que hubo en la primera parte de la temporada debido a la alerta sanitaria, así como otros condicionantes (ej.: renovación del estadio Santiago Bernabéu)

Este concepto engloba el gasto realizado por los aficionados en la compra de entradas para los partidos de las diferentes competiciones y partidos amistosos.

Además, también se incluyen los beneficios obtenidos por cada equipo en las competiciones europeas (UEFA), en las que las organizaciones internacionales distribuyen los recursos según las fases participadas y superadas en cada una de ellas.

### Procedencia de los ingresos de los clubes de fútbol por taquillas y competiciones

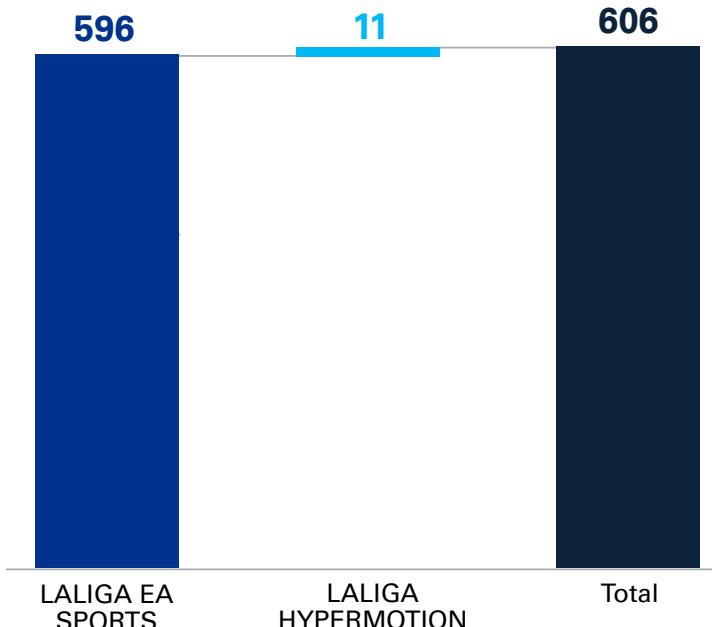


**Fuente:** Análisis KPMG.

## Ingresos por taquillas y competiciones de los clubes de LALIGA EA SPORTS y LALIGA HYpermotion

(En millones de euros; en la temporada 2021/2022)

■ LALIGA EA SPORTS  
■ LALIGA HYpermotion



**Fuente:** Auditorías presentadas por los Clubes de fútbol Profesional a la LFP.

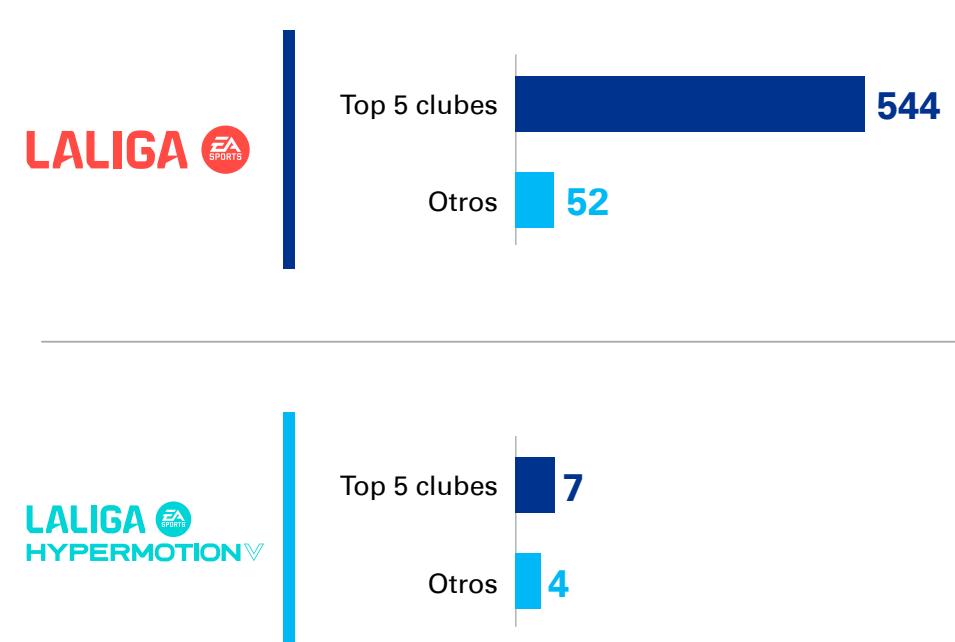
## Ingresos por taquillas y competiciones por club de LALIGA EA SPORTS y LALIGA HYpermotion

(En millones de euros; en la temporada 2021/2022)

**Fuente:** Auditorías presentadas por los Clubes de Fútbol Profesional a la LFP.

Nota: Top 5 clubes LALIGA EA SPORTS incluye: Real Madrid CF, FC Barcelona, Club Atlético de Madrid, Villarreal CF y Sevilla FC (temporada 2021/2022).

Top 5 clubes LALIGA HYpermotion incluye: CD Tenerife, UD Las Palmas, Málaga CF, Real Sporting de Fútbol y Girona FC.





### ■ 1.1.1.2. Gasto de aficionados en cuotas de socios y abonados

Los ingresos de los clubes de Primera y Segunda División en concepto de cuotas de socios y abonados durante la temporada 2021/2022 alcanzaron los 278 M€.

Del mismo modo que el gasto en taquillas y competiciones, estos ingresos fueron afectados por

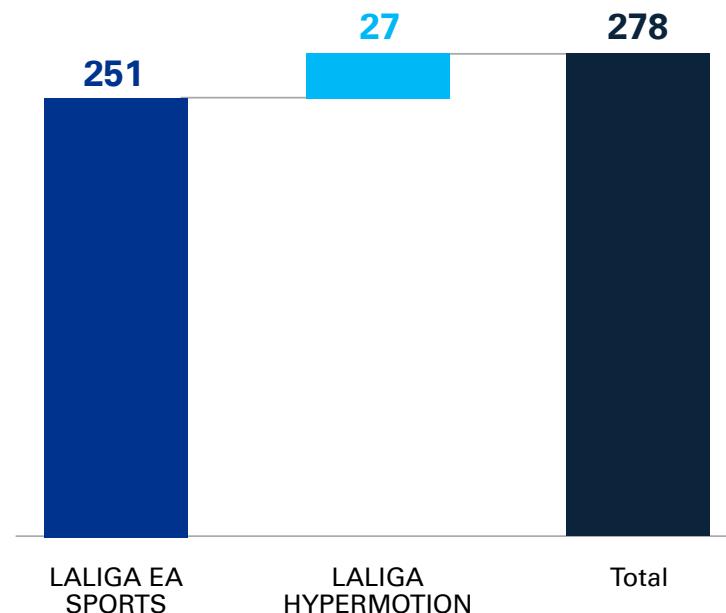
las restricciones de aforo debido a la alerta sanitaria, entre otros.

Los equipos de la Primera División aportaron el 90% de las cuotas de socios y abonados, alcanzando los 251 M€, de los cuales, el F.C. Barcelona, Club Atlético de Madrid y Real Madrid C.F. representaron casi el 55%.

#### Ingresos por cuotas de socios y abonados de los clubes de LALIGA EA SPORTS y LALIGA HYpermotion

(En millones de euros; en la temporada 2021/2022)

- LALIGA EA SPORTS
- LALIGA HYpermotion



**Fuente:** Auditorías presentadas por los Clubes de Fútbol Profesional a la LFP.

### ■ 1.1.1.3. Gasto de aficionados en hostelería y transporte

El gasto de los aficionados en hostelería y transporte se refiere al gasto total que incurren los aficionados al asistir a los estadios de fútbol en concepto de transporte (público, privado, aparcamiento, etc.) y hostelería (comercios, bares y restaurantes, hospedaje, etc.) el día de partido.

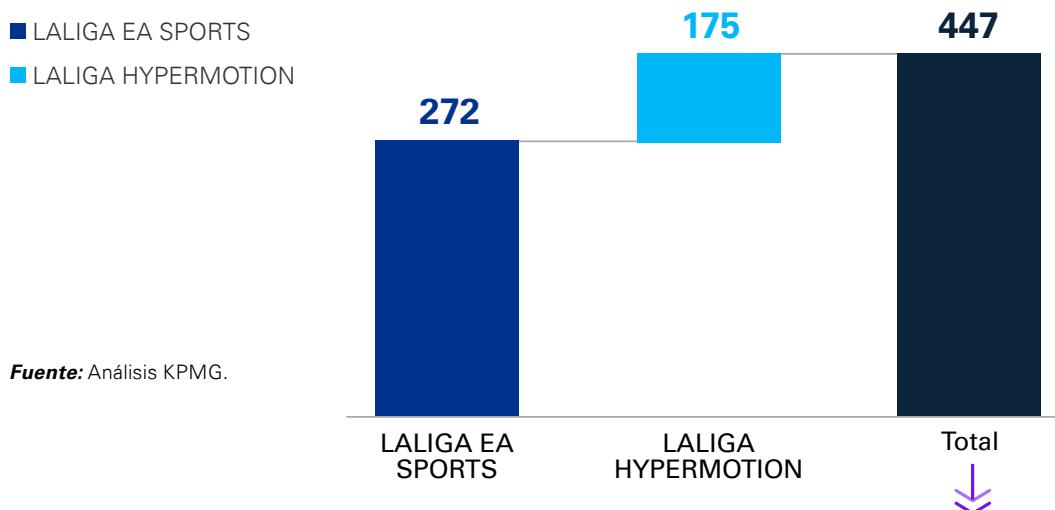
La estimación del gasto de los aficionados en hostelería y transporte se ha realizado sobre la base de una encuesta realizada a una muestra representativa de en torno a 200 aficionados de equipos de Primera y Segunda División, que ha cubierto diferentes perfiles de consumo de aficionados.

El gasto de los aficionados al fútbol profesional en España en transporte y hostelería alcanzó los 447 M€ durante la temporada 2021/2022, correspondiendo más del 61% a los aficionados de Primera División.

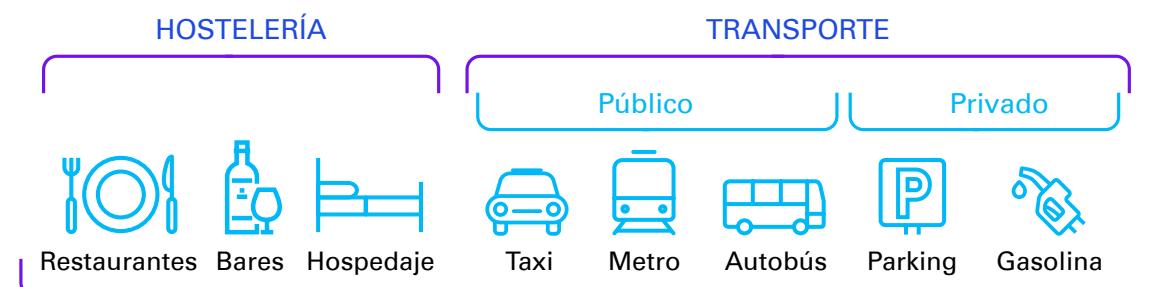
El gasto medio de los aficionados locales de Primera División fue de 19 €/persona, mientras que el de los visitantes ascendió a 219 €/persona. En el caso de los aficionados de Segunda División, el gasto medio en hostelería y transporte de los aficionados locales fue de 16 €/persona y 192 €/persona en el caso de aficionados visitantes.

#### Gasto de aficionados en hostelería y transporte de LALIGA EA SPORTS y LALIGA HYPERMOTION

(En millones de euros; en la temporada 2021/2022)



#### Procedencia del gasto de los aficionados en hostelería y transporte



**Fuente:** Análisis KPMG.



### ■ 1.1.1.4. Gasto de aficionados en prensa deportiva y general

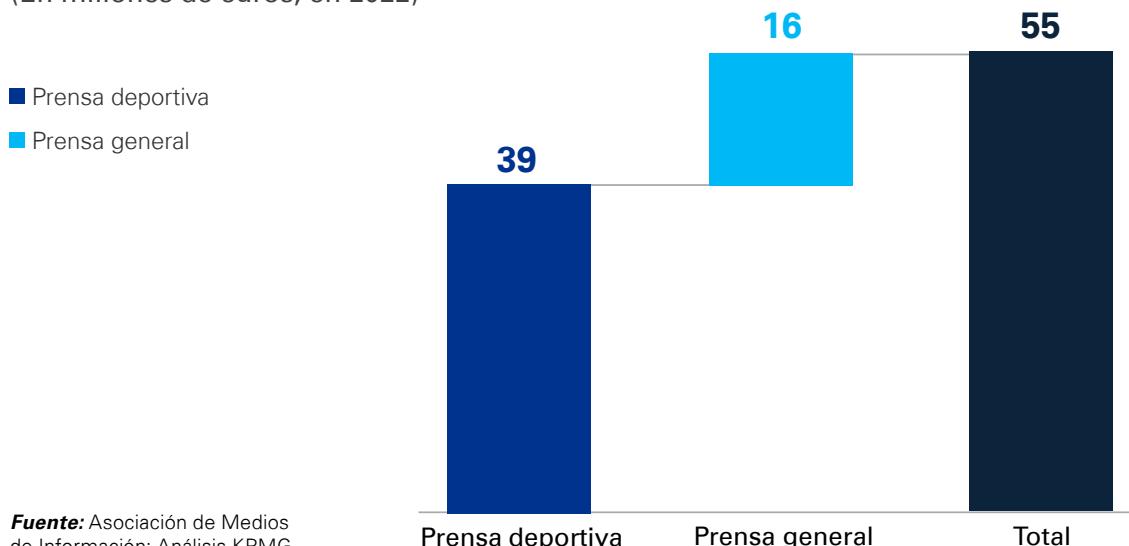
Los seguidores del fútbol profesional frecuentemente recurren a la prensa para mantenerse informados sobre las ligas de fútbol. A pesar de que los ingresos por venta de ejemplares de periódicos han disminuido en los últimos años, sigue siendo un medio utilizado por los aficionados del sector.

En consecuencia, en España, los seguidores del fútbol profesional gastaron un total de 55 M€ en prensa deportiva y general en 2022.

Del total de gasto, los medios de comunicación deportivos relacionados con el fútbol alcanzaron los 39 M€ debido al interés de los seguidores de Primera y Segunda División, mientras que la prensa española de información general ingresó 16 M€ como resultado directo del fútbol profesional en nuestra nación.

## Gasto de los aficionados en prensa deportiva y general

(En millones de euros; en 2022)



**Fuente:** Asociación de Medios de Información; Análisis KPMG.



### ■ 1.1.1.5. Gasto de aficionados en televisión de pago

Los ingresos de los derechos de transmisión son una de las principales fuentes de financiación de los clubes de fútbol profesional.

Estos ingresos suponen una transacción intermedia destinada a la prestación de un servicio final, la retransmisión de partidos y contenidos deportivos directamente relacionados con las ligas de fútbol profesional.

Por tanto, no es el pago de los derechos de retransmisión el concepto a contabilizar sino el gasto realizado en el servicio final, es decir, el gasto en suscripciones a canales de pago de los aficionados españoles a plataformas de pago.

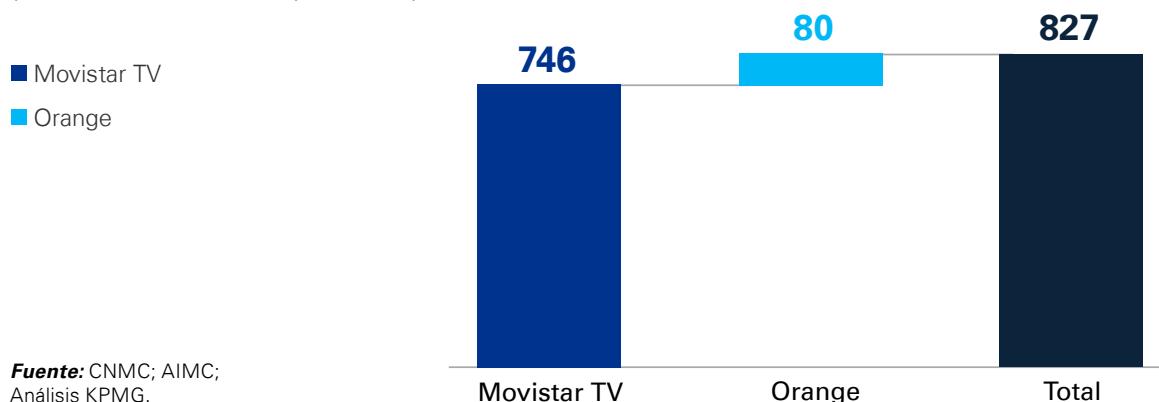
En 2022, el gasto de los aficionados en televisión de pago directamente relacionado con la visualización de contenidos de fútbol profesional fue de 827 M€.

Estos ingresos se deben en su totalidad al cobro de cuotas y suscripciones a los paquetes ofertados, dada la desaparición que ha sufrido la modalidad de pago por visión - PPV (aunque se valora recuperar esta modalidad en las siguientes temporadas).

En base a las últimas estadísticas, España contó en 2022 con 9,1 millones de abonados a las distintas plataformas de pago de televisión en nuestro país, con una oferta futbolística muy completa, siendo Movistar TV y Orange las principales.

### Gasto de los aficionados en televisión de pago

(En millones de euros; en 2022)



## ■ 1.1.1.6. Gasto de aficionados en acceso a Internet

Los aficionados al fútbol profesional que adquieren líneas de banda ancha para acceder a internet desde sus hogares, al igual que la prensa y otros medios de comunicación de pago, invierten una cantidad de dinero que, en parte, está destinada a mantenerse informados sobre los campeonatos de fútbol profesional de nuestro país.

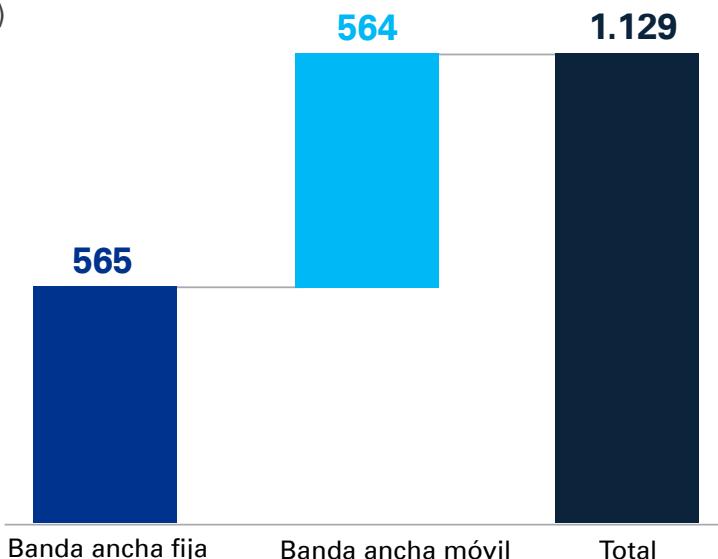
El gasto estimado de los aficionados en acceso a Internet asociado de forma directa a su interés por las ligas de fútbol profesional asciende a 1.129 M€ en 2022, repartido al 50% entre banda ancha móvil y fija.

El desarrollo de internet y la contratación de banda ancha móvil han liderado el crecimiento anual significativo de estos ingresos en los últimos años.

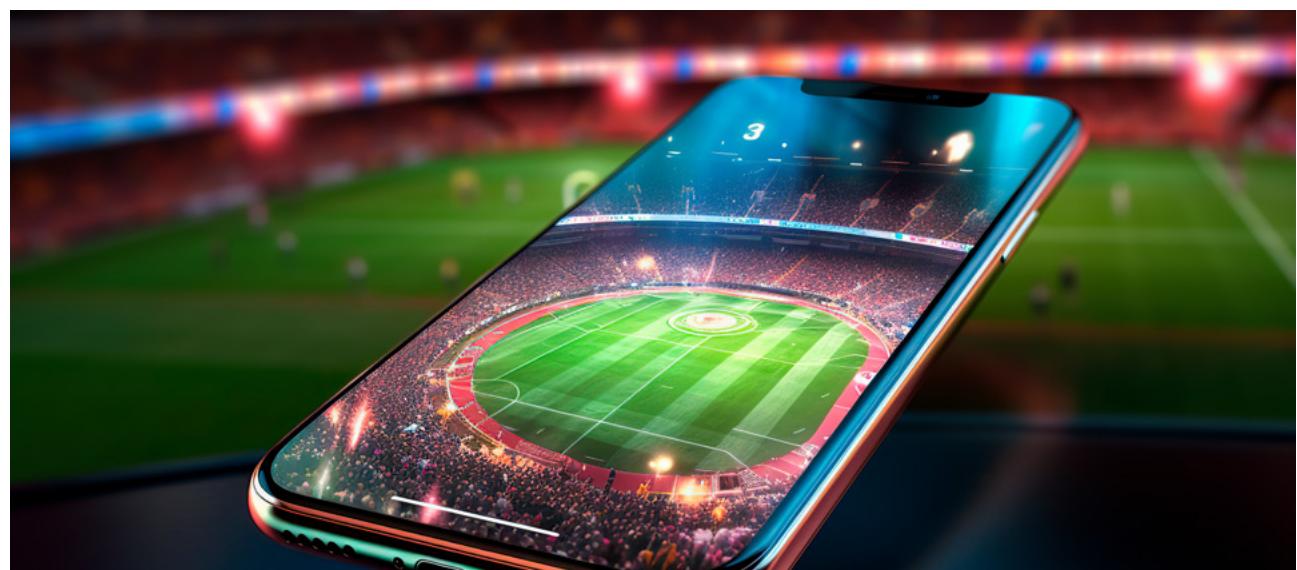
### Gasto de aficionados en acceso a Internet

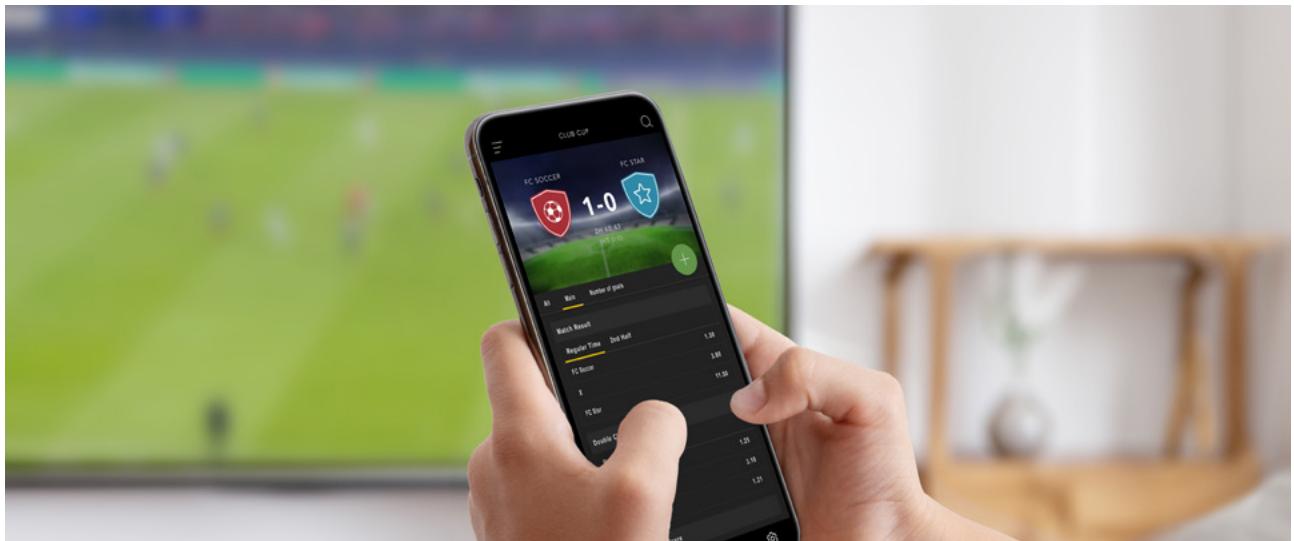
(En millones de euros; en 2022)

- Banda ancha fija
- Banda ancha móvil



**Fuente:** CNMC; AIMC;  
Análisis KPMG.





### ■ 1.1.1.7. Gasto de aficionados en quinielas y apuestas deportivas

Los aficionados suelen consumir servicios adicionales asociados al fútbol profesional, como ocurre con las quinielas y apuestas deportivas

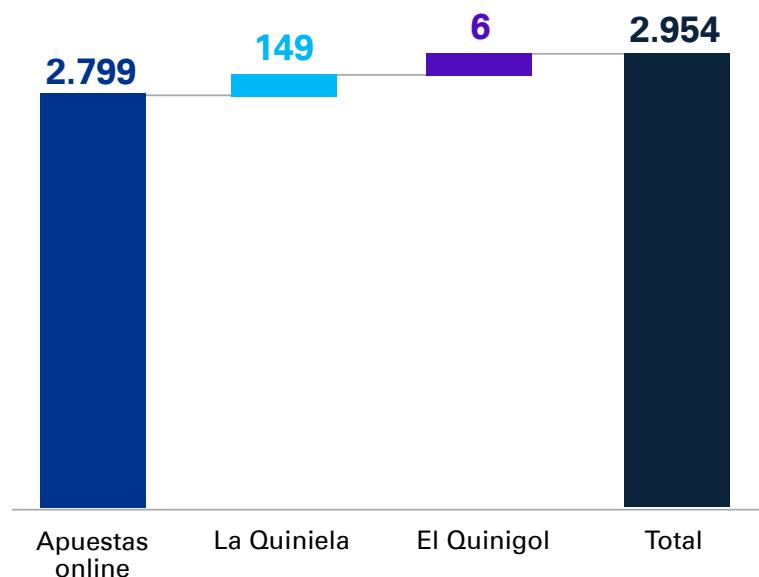
El gasto de los aficionados en apuestas deportivas directamente ligadas al fútbol profesional en España alcanzó los 2.954 M€ en 2022, suponiendo la principal contribución de los aficionados.

Estas apuestas han experimentado un gran impulso en la última década liderado por el gran aumento de penetración de las apuestas online, con un crecimiento del 25% tasa de crecimiento anual compuesto para el periodo 20'-22'.

#### Gasto en los aficionados en apuestas deportivas

(En millones de euros; en 2022)

- Apuestas online
- La Quiniela
- El Quinigol



**Fuente:** CeJuego;  
Ordenación del Juego;  
Análisis KPMG.

## ■ 1.1.1.8. Gasto de aficionados en videojuegos

Los aficionados suelen consumir videojuegos asociados al fútbol como resultado de su gran afición e interés en los clubes de Primera y Segunda División.

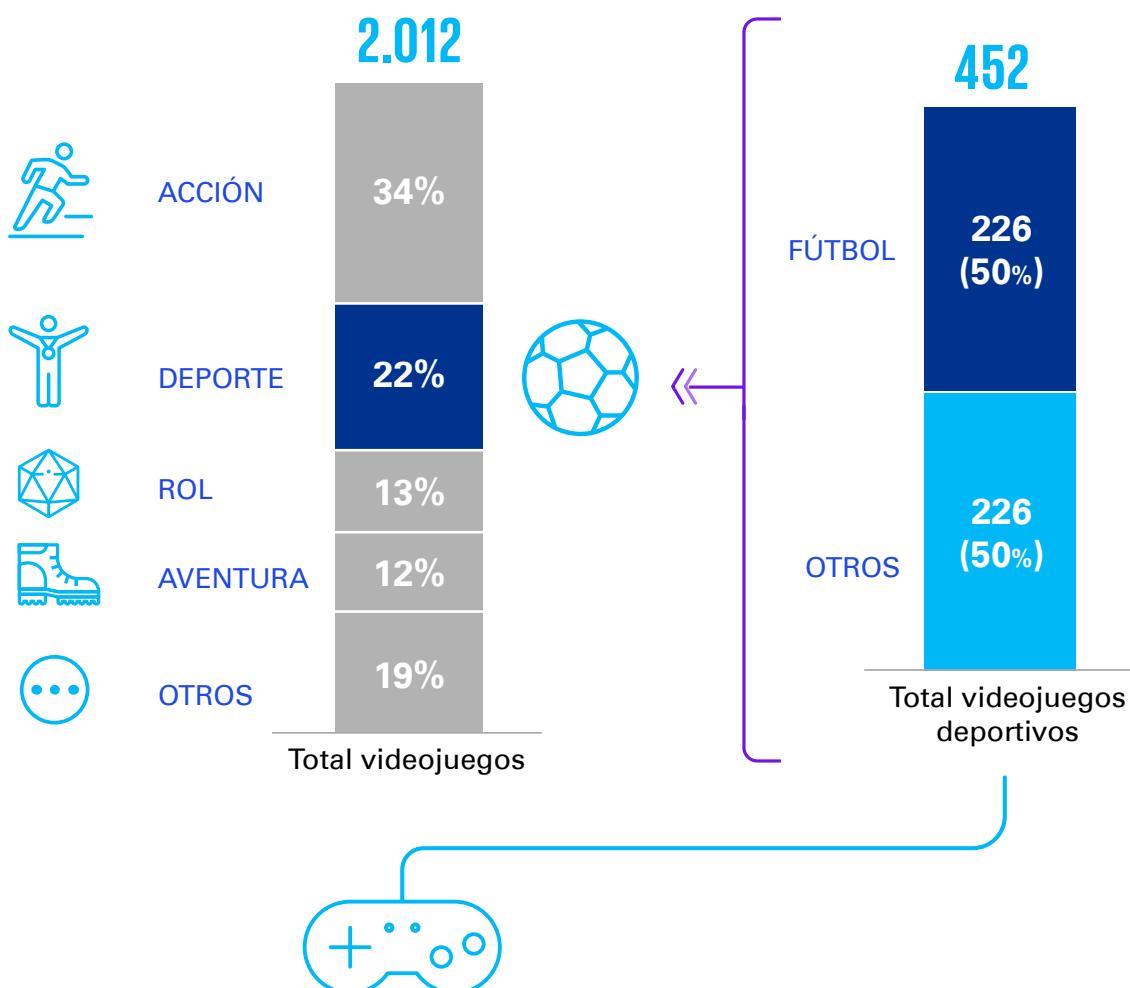
Según la Asociación Española de Videojuegos (AEVI), los juegos de deporte son una de las categorías de videojuegos más vendida en España, representando un 22% del total de las ventas. Además, en 2022 el

videojuego más vendido en nuestro país en todas las plataformas fue un videojuego sobre fútbol.

El gasto de los aficionados en videojuegos deportivos en España se situó en un total de 452 M€, siendo el gasto en videojuegos de fútbol de 226 M€ durante el año 2022, representando un 50% del total de gasto.

### Gasto de los aficionados en videojuegos

(En millones de euros; en 2022)



**Fuente:** AEVI; Análisis KPMG.

## ■ 1.1.2. Gasto de las empresas en publicidad

Las empresas emplean el fútbol profesional con el objetivo de incrementar sus ventas optimizando la estrategia de marketing. Valoran de forma muy positiva la capacidad del fútbol profesional para penetrar en la sociedad y, como consecuencia, realizan grandes gastos publicitarios asociados al fútbol en los medios de comunicación tales como prensa, televisión, radio e internet.

En el año 2022, las empresas invirtieron 717 M€ en los diferentes medios de comunicación en concepto de publicidad asociada al fútbol profesional de Primera y Segunda División.

Del total del gasto, más de 470 M€ se destinaron a contenido relacionado con el fútbol profesional

(Primera y Segunda División) en Internet, lo que supuso un 66% del total del gasto publicitario en medios.

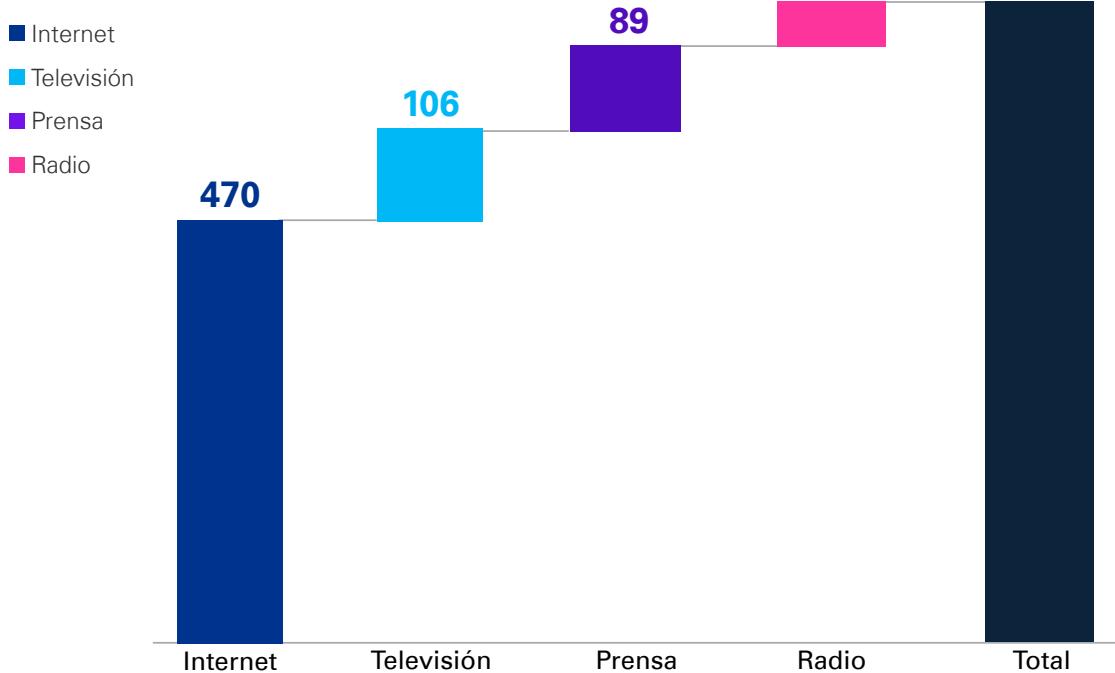
En segundo lugar, se destinaron a la televisión alrededor de 106 M€ por publicidad durante la retransmisión televisiva de partidos de fútbol, espacios de noticias deportivas y programas deportivos de tertulias.

La prensa, tanto deportiva como general, alcanzó unos ingresos de 89 M€, correspondiendo casi el 13% a prensa deportiva.

Finalmente, el gasto publicitario en radio superó los 51 M€ durante 2022 en horarios destinados a la emisión de contenidos relacionados con el fútbol.

### Contribución directa por publicidad en los medios de comunicación

(En millones de euros; en 2022)



**Fuente:** AMI; AIMC; Infoadex; EGM; Análisis KPMG.

## ■ 1.1.3. Gasto de las empresas en publicidad y patrocinio en clubes de fútbol

La publicidad en los estadios, el patrocinio de clubes o el uso de futbolistas como imagen de las grandes marcas son prácticas habituales que responden al interés de las empresas por aprovechar el éxito deportivo de clubes y jugadores así como el impacto que éstos causan sobre la sociedad para optimizar sus estrategias de marketing.

Los ingresos obtenidos por los clubes en términos de publicidad, patrocinios y comercialización (publicidad estática y dinámica, ingresos por merchandising, royalties, patrocinios, etc.), alcanzaron los 1.077 M€ durante la temporada 2021/2022.

De dicho total, un 66% (714 M€) estuvo relacionado con patrocinios de clubes y merchandising.

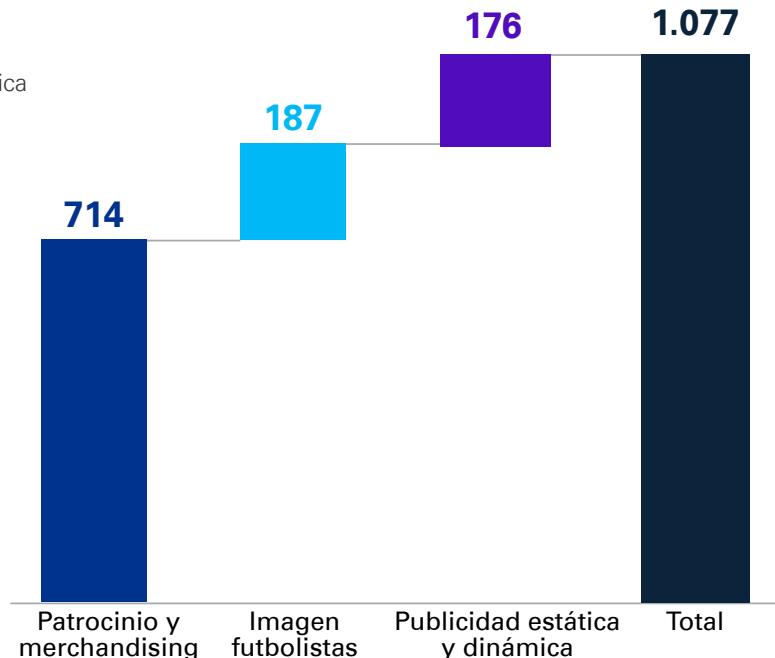
Además, los jugadores de fútbol percibieron cerca de 187 M€ por prestar su imagen en anuncios publicitarios a las diferentes marcas.

Finalmente, los clubes de Primera y Segunda División ingresaron durante la temporada 2021/2022 más de 176 M€ en concepto de publicidad estática y dinámica en estadios e instalaciones deportivas.

### Contribución directa por comercialización de los clubes de fútbol

(En millones de euros; en la temporada 2021/2022)

- Patrocinio y merchandising
- Imagen futbolistas
- Publicidad estática y dinámica



**Fuente:** Auditorías presentadas por los Clubes de Fútbol Profesional a la LFP; Análisis KPMG.



## 1.2. Impacto indirecto e inducido del fútbol profesional

El efecto indirecto es producido como consecuencia de la producción y empleo generado por la demanda de bienes y servicios intermedios. El cálculo del efecto indirecto que el Fútbol Profesional genera en el país se ha calculado a partir de las matrices de Leontief.

En base al análisis realizado, la contribución indirecta del fútbol profesional se situó cerca de los 7.057 M€ en la temporada 2021/2022.

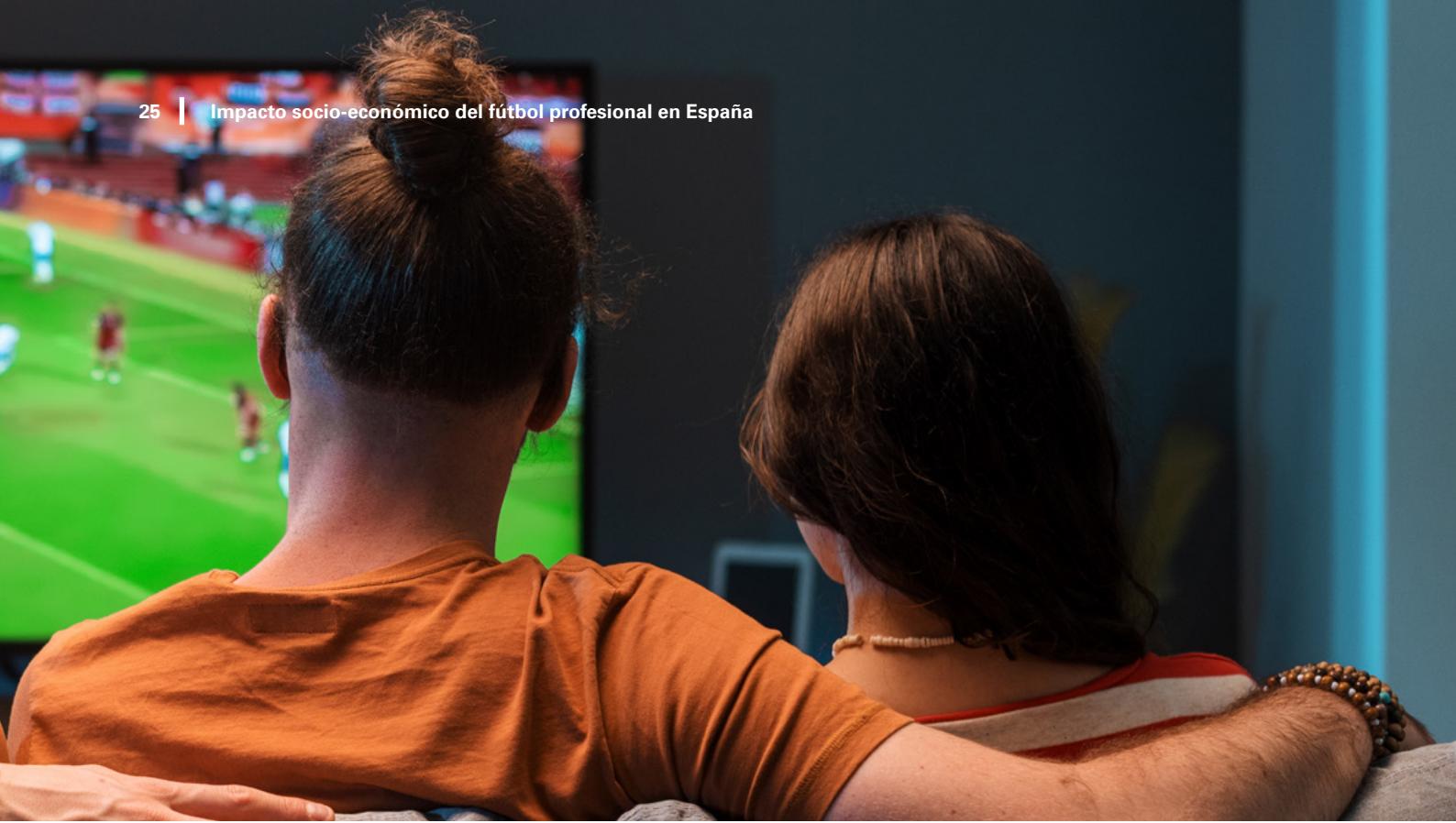
El efecto indirecto que el fútbol profesional tiene sobre la producción del país es diferente en cada uno de los sectores de actividad de la economía española.

Cerca del 50% del impacto indirecto se encuentra concentrado en siete ramas, entre las que destacan: empresas de actividades culturales,

recreativas y deportivas, operadores turísticos, servicios de edición, empresas de publicidad, telecomunicaciones y otros servicios profesionales.

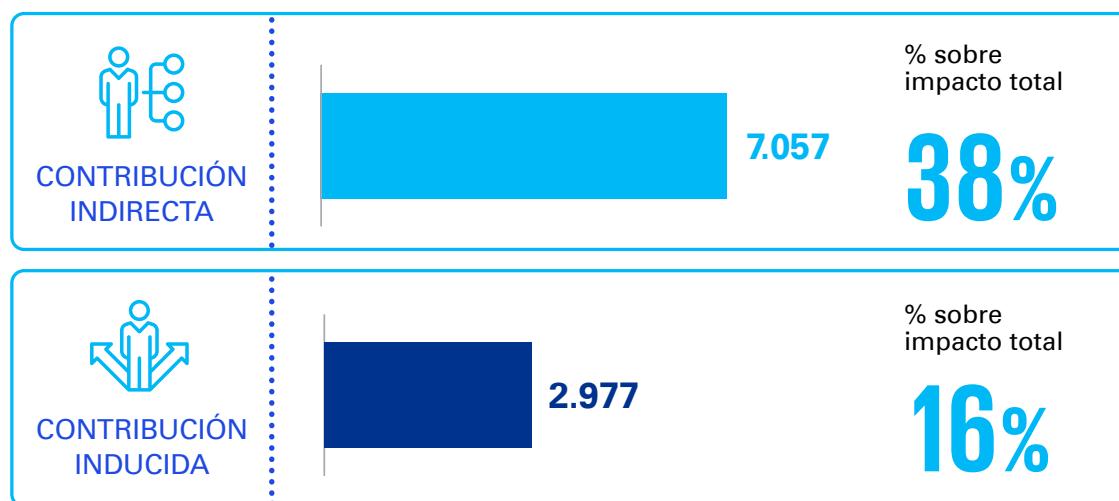
Adicionalmente, se ha calculado el impacto inducido, correspondiente al incremento de producción de los diferentes sectores como consecuencia del gasto privado que los empleados directos e indirectos (asociados a la actividad del fútbol profesional) realizan en la economía española.

Como resultado, se obtiene que la contribución inducida del fútbol profesional supone el 16% de la contribución total, alcanzando los 2.977 M€.



## Conceptos del impacto directo del fútbol profesional

(En millones de euros)



**Fuente:** Fuente: INE; Análisis KPMG.



## 2. Contribución del fútbol profesional a la generación de empleo

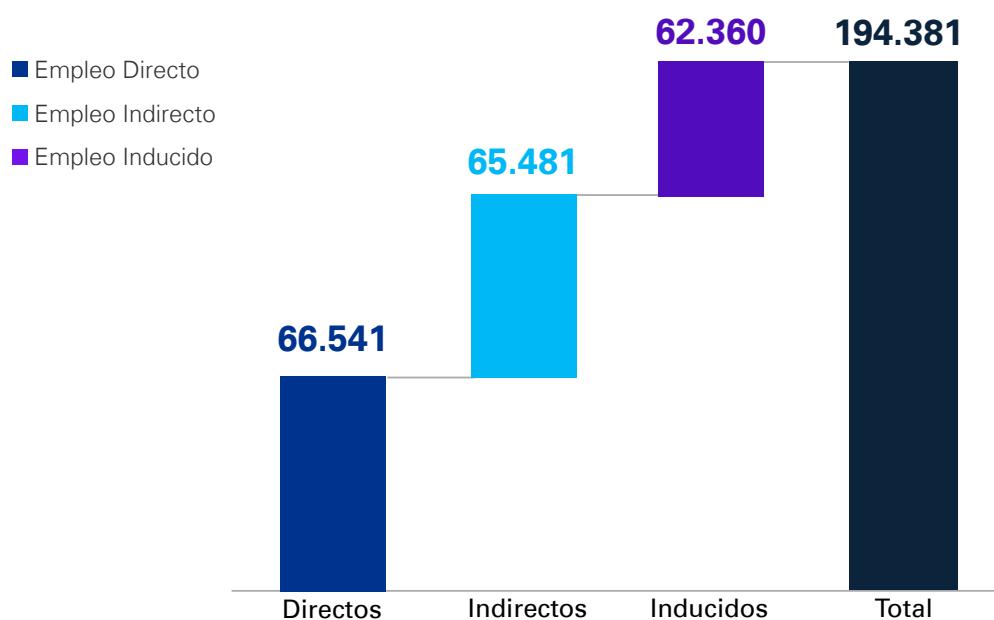
Además de ser un motor económico a nivel nacional, el fútbol profesional desempeña un papel destacado en la generación de empleo en España. El sector genera tanto oportunidades laborales directas en los clubes, así como contribuye en la creación de empleos indirectos en sectores relacionados (turismo, construcción, servicios audiovisuales, entre otros) e inducidos.

Actualmente, el fútbol profesional supone un yacimiento de empleo para la población española generando más de 194.381 empleos a tiempo completo.

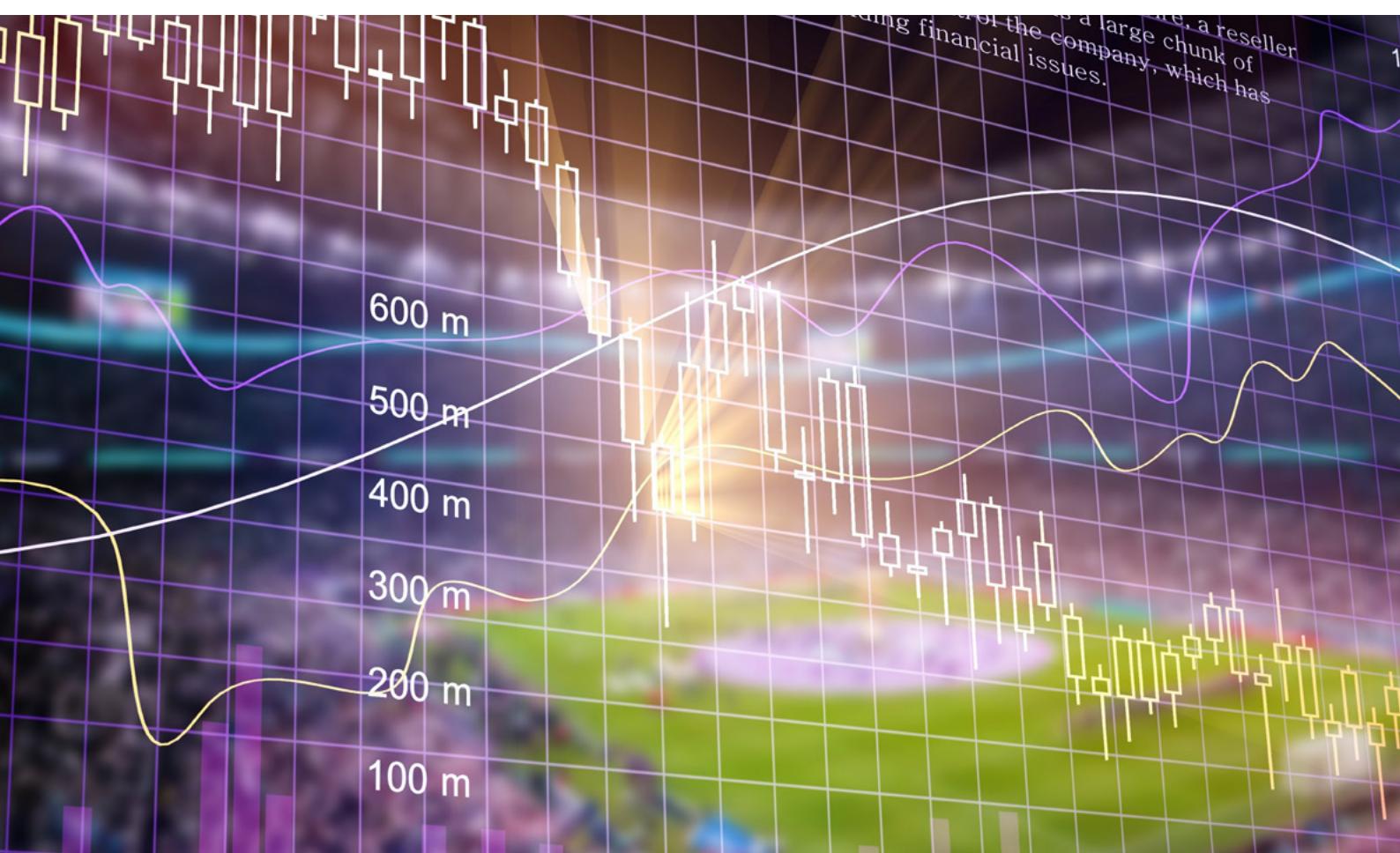
Los empleos generados de forma directa superaron los 66.541 puestos de trabajo, un 34% del total de puestos generados a jornada completa. Además, el fútbol profesional impulsa la creación de empleos en sectores relacionados: más de 65.400 se deben a los efectos indirectos y más de 62.350 a los inducidos, lo que supone un 34% y 32% sobre el total de empleos generados respectivamente.

## Empleos generados por el fútbol profesional en España

(En millones de euros; en la temporada 2021/2022)



Fuente: Análisis KPMG.



# 3. Impacto del fútbol profesional en términos de recaudación de impuestos

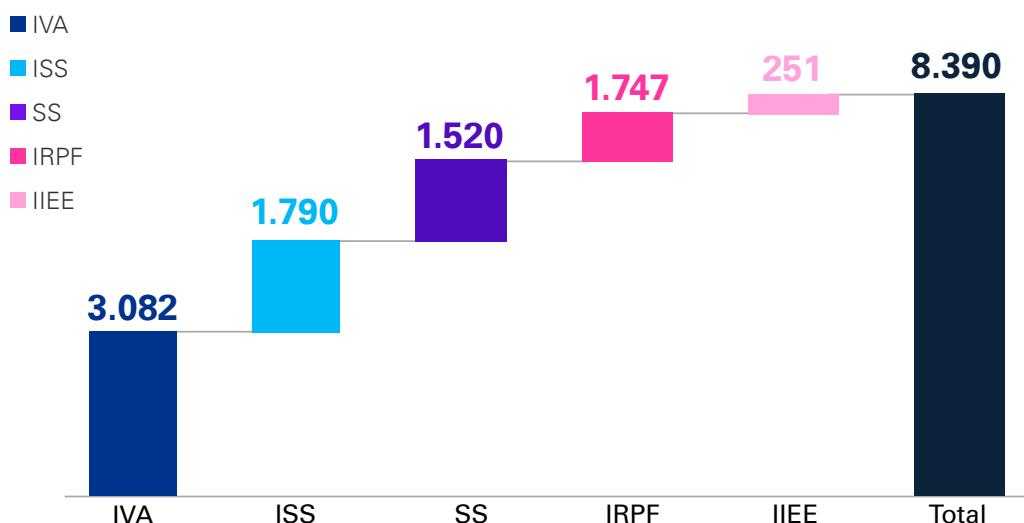


El fútbol profesional también tiene un impacto positivo para las instituciones públicas en materia recaudatoria. Específicamente, en nuestro país supuso en términos de recaudación impositiva para las arcas públicas un total de 8.390 M€ durante la temporada 2021/2022.

El 37% de esta recaudación fue realizada por el Impuesto sobre el Valor Añadido - IVA (3.082 M€), en segundo lugar, el 21% por el Impuesto de Sociedades - ISS (1.790 M€), el 18% de la recaudación (1.520 M€) por la Seguridad Social - SS, el 21% por el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas - IRPF (1.747 M€) y, finalmente, un 3% de la recaudación equivalente a 251 M€ como consecuencia de los Impuestos Especiales – IIIE<sup>1</sup>.

## Impacto del fútbol profesional para la instituciones públicas en términos recaudatorios

(En millones de euros; en la temporada 2021/2022)



**Fuente:** Análisis KPMG.

<sup>1</sup>Nota: 1. Los Impuestos Especiales incluyen el Impuesto sobre la Cerveza, Impuesto sobre el Vino y Bebidas Fermentadas, Impuesto sobre Productos Intermedios, Impuesto sobre el Alcohol y Bebidas Derivadas, Impuesto sobre Hidrocarburos, Impuesto sobre las Labores del Tabaco, Impuesto sobre la Electricidad, Impuesto especial sobre Determinados Medios de Transporte.



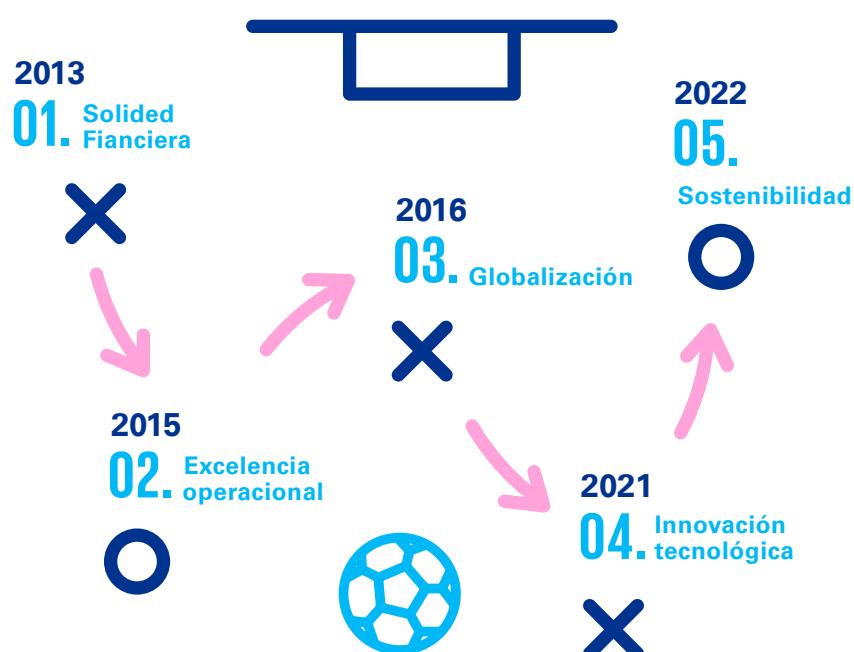
## 4. Impacto en sostenibilidad de LALIGA

Desde hace tiempo, LALIGA ha asumido un compromiso firme con la sostenibilidad, promoviendo prácticas responsables en la industria del fútbol profesional.

## 4.1. El tránsito hacia la Sostenibilidad

LALIGA ha avanzado de una manera progresiva a lo largo del tiempo respondiendo a las necesidades del sector y abordando los aspectos más importantes que aportaran solidez a la organización con el objetivo de garantizar un crecimiento sostenible.

El crecimiento sostenido se ha basado en la solidez económico financiera, la mejora de la excelencia operacional del negocio, acompañada de una amplia penetración internacional y la transformación digital como elemento clave de la adaptación a nuevos mercados, cerrando el ciclo con un programa de impulso a los clubes.



En línea con el último compromiso en términos de sostenibilidad, la organización ha definido un plan de sostenibilidad detallado.

## 4.2. Definición del plan de sostenibilidad

El objetivo del plan de sostenibilidad es integrar los parámetros fundamentales de los elementos de la ESG en toda la cadena de valor, brindando solidez y seguridad a la organización y garantizando su crecimiento.

LALIGA busca posicionar a la organización como punto de referencia del deporte en materia de sostenibilidad y buenas prácticas. Asimismo, este proyecto implica a que los clubes de fútbol profesional se comprometan con el cumplimiento riguroso del plan de sostenibilidad y buenas prácticas establecidas.

Las principales líneas estratégicas se sustentan sobre los siguientes principios:

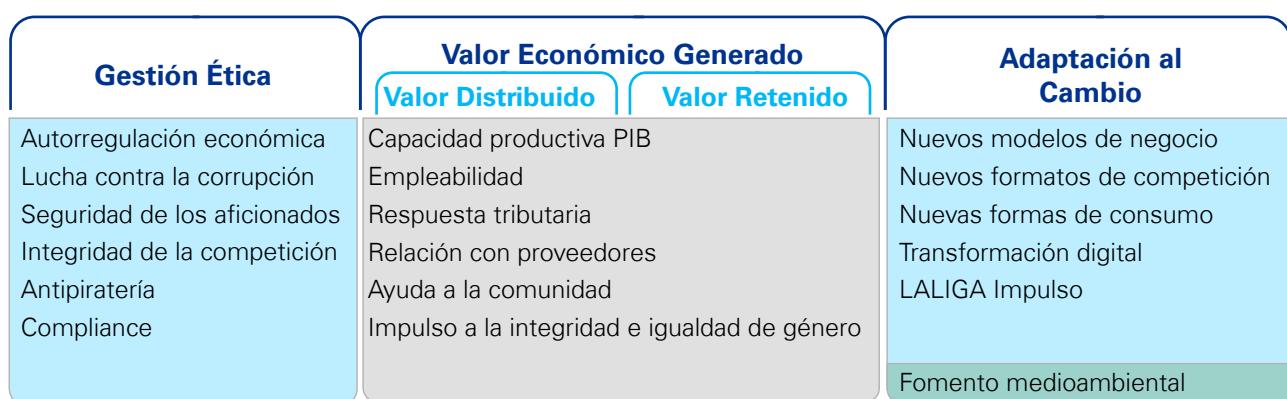
- E DESARROLLAR EVENTOS E INFRAESTRUCTURAS SOSTENIBLES**
- S PROMOVER IGUALDAD, DIVERSIDAD E INTEGRIDAD**
- G IMPULSAR EL CRECIMIENTO ECONÓMICO SOSTENIDO E INCLUSIVO**

El plan de sostenibilidad propone unas prácticas de buen gobierno en línea con elevados estándares de la industria, integrando el cumplimiento como eje de sus principios y valores éticos basados en la transparencia. La protección también se ha convertido en un elemento esencial con la entrada de los programas de integridad y seguridad.

La excelencia operacional junto con la internacionalización y la transformación digital son los ejes estratégico de gestión, y representan el firme propósito de impulsar de nuevo al conjunto de asociados con el ambicioso programa de LALIGA Impulso.

Asimismo, las capacidades económicas han permitido implementar un excelente programa social caracterizado por un notable crecimiento y mejora del capital humano, la expansión internacional de los modelos de gestión, el impulso al fútbol femenino, un amplio programa fundacional y el apoyo a deportistas de élite principalmente.

### Modelo estratégico



■ Buen Gobierno

■ Social

■ Medioambiente



## 4.3. Inversión en sostenibilidad

LALIGA materializa su compromiso activo en materia de sostenibilidad destinando inversiones anuales a líneas estratégicas claves.

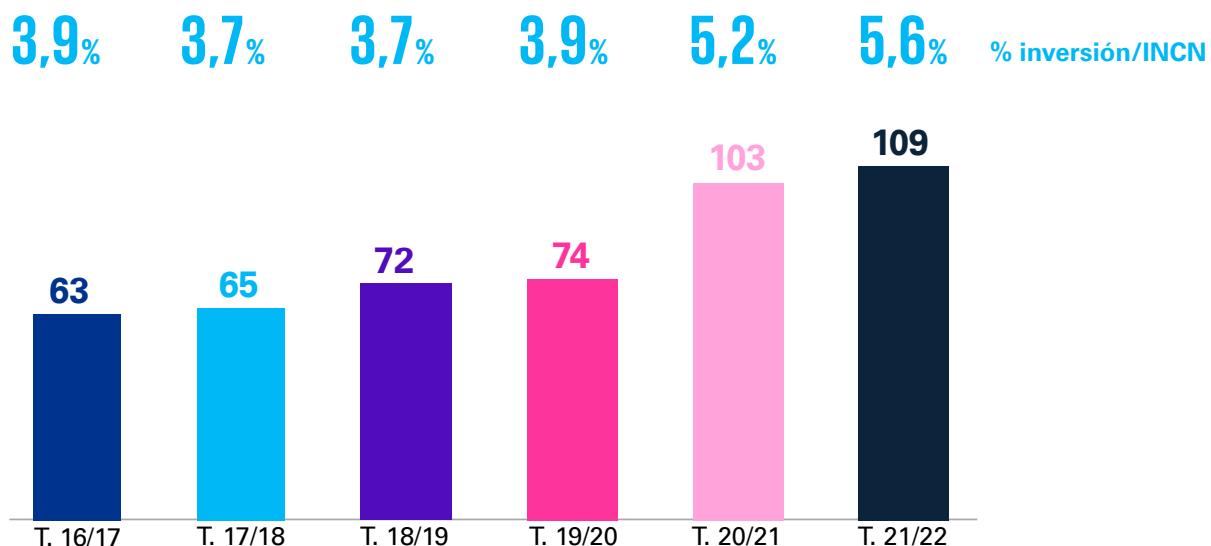
En los últimos años se ha ido incrementando esta inversión, así como el porcentaje que corresponde sobre el importe neto de la cifra de negocios (INCN).

En la temporada 2021/2022, se ha alcanzado la cifra de 109 M€ invertidos en sostenibilidad, equivalente a un 5,6% sobre la cifra de negocios.

En total, en las últimas 6 temporadas, la inversión total acumulado en sostenibilidad realizada por LALIGA asciende a 485 M€.

### Inversión anual en sostenibilidad de LALIGA

En millones de euros, (Temporada 2016/2017 – Temporada 2021/2022)



Fuente: LALIGA.

En la temporada 2021/2022, las principales líneas estratégicas de sostenibilidad a las que se ha destinado la inversión total son las siguientes:

## Inversión total en sostenibilidad de LALIGA en la temporada 2021/2022

(En millones de euros)



Fuente: LALIGA



A continuación, se detalla el objetivo de cada inversión realizada en esta temporada 2021/2022:

## 1. Desarrollo del fútbol y aficionado

### Inversión:

**+40,3 M€**

- Promover la formación y el crecimiento de jóvenes jugadores.
- Fomentar la implementación de programas de formación y apoyar a los clubes en la mejora de sus estructuras de cantera.

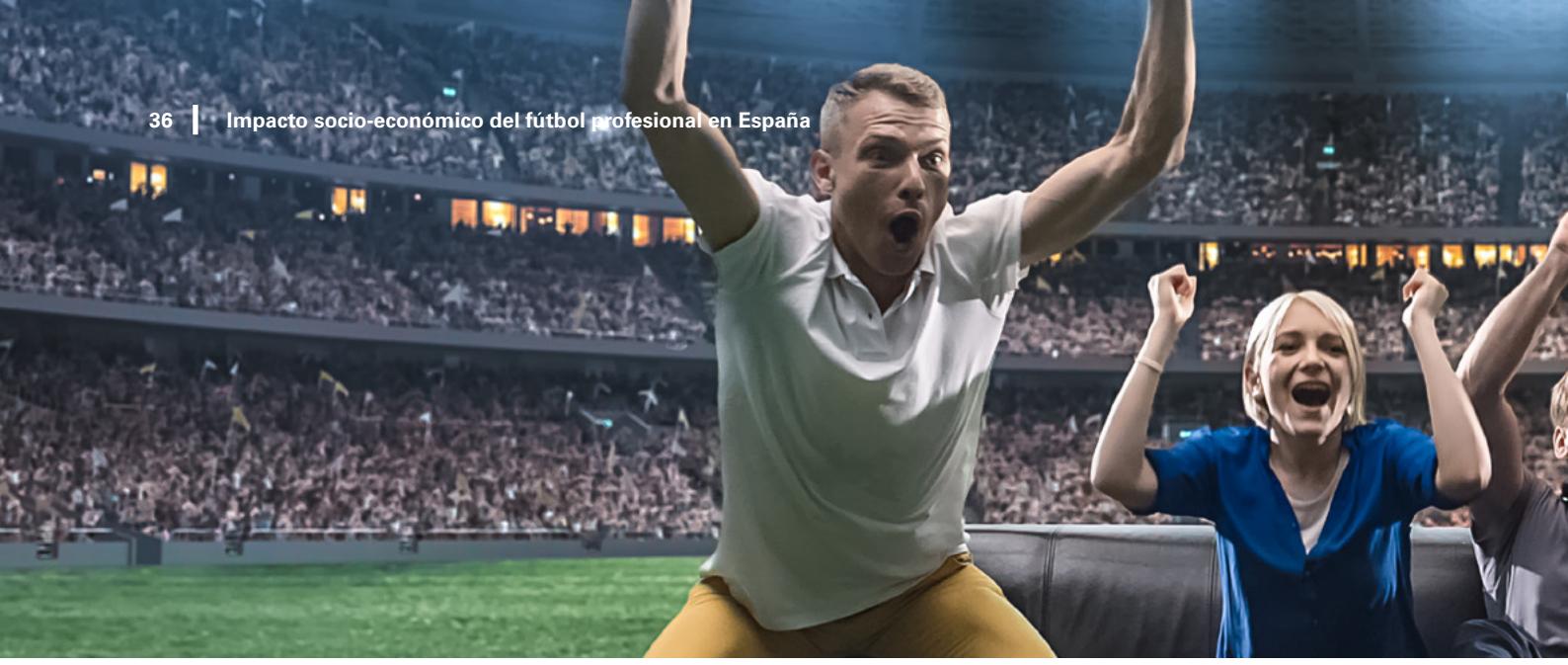
#### EJEMPLOS

##### **LALIGA Academy**

*Programas específicos para el desarrollo de proyectos deportivos en colaboración con la NBA*

##### **Fomento y contribución al fútbol federado de la RFEF**

*Contribución solidaria al desarrollo y fortalecimiento del fútbol aficionado y el fútbol base*



## 2. Promoción, Impulso, Difusión e Internalización del deporte

### Inversión:

**+23,8 M€**

- Potenciar la visibilidad y el atractivo de las competiciones.
- Implementar estrategias de comunicación efectivas para difundir los valores del deporte y la internalización del fútbol.

### EJEMPLOS

*A través del CSD<sup>1</sup> se cubre la protección social y se amplia los recursos económicos a los deportistas de Alto Nivel*

### **Team España Élite**

*Proyecto para preparar y financiar a deportistas de cara a olimpiadas y paralímpicas*

## 3. Cobertura social y contribución a la actividad Deportistas de Alto Nivel

### Inversión:

**+15,9 M€**

- Garantizar el bienestar y la protección de los deportistas en aspectos como la salud, la seguridad social y el desarrollo profesional.

<sup>1</sup>Nota: 1. Consejo Superior de Deportes - CSD: Organismo autónomo que ejerce directamente las competencias de la administración general del estado en el ámbito del deporte.



## 4. Fomento del asociacionismo deportivo

Inversión:

+11,3 M€

- Fortalecer y promover el asociacionismo deportivo, tanto a nivel nacional como internacional.
- Proporcionar asesoramiento y recursos a clubes y asociaciones para un crecimiento sostenible.

EJEMPLOS

*Estas ayudas garantizan a las asociaciones que puedan dinamizar acciones en beneficio de jugadores profesionales*

## 5. Protección social del fútbol aficionado

Inversión:

+7,9 M€

- Implementan programas destinados a mejorar las condiciones sociales y económicas de los clubes de fútbol aficionado para garantizar su sostenibilidad y desarrollo a largo plazo.

EJEMPLOS

*Estas ayudas garantizan la contribución a la protección social en el fútbol aficionado y fútbol femenino*

## 6. Diversidad, Igualdad e Integridad

### Inversión:

**+5,0 M€**

- Impulsar el fútbol femenino y fomentar el papel de la mujer en el ámbito deportivo e internacional.
- Compromiso con el desarrollo social: educación, formación, inclusión social y gestión estratégica.

### Impulso al asociacionismo del fútbol femenino



## 7. Seguridad, Integridad y Antipiratería

### Inversión:

**+2,4 M€**

- Fomentar las buenas prácticas en el deporte y luchar contra la corrupción, violencia, xenofobia y racismo.
- Trabajar en la prevención, monitorización y difusión de situaciones contrarias a los modelos de deportividad.

### EJEMPLOS

#### **LALIGA Content Protection**

*Programa basado en trabajar en las innovaciones tecnológicas, el respaldo legal y las alianzas internacionales con el objetivo de detectar formas de fraude y corrupción.*



## 8. Protección y Desarrollo del menor

**Inversión:**

**+1,4 M€**

- Garantizar el bienestar y la protección de los deportistas menores de edad, implementando programas que promuevan el desarrollo integral tanto en el ámbito deportivo como personal.

**Impacto de La Fundación LALIGA:**



## 9. Gobernanza y Gestión del capital humano

**Inversión:**

**+0,7 M€**

- Consolidar una cultura de cumplimiento en la organización e impulsar la óptima capacitación del personal.
- Implementar las mejores prácticas de responsabilidad, ética y transparencia entre el capital humano.

**EJEMPLOS**

### **Corporate Academy**

*Plataforma de formación interna en la que se puede acceder a contenidos formativos para fomentar el crecimiento personal y profesional de toda la Organización*



## 5. LALIGA Impulso (CVC)

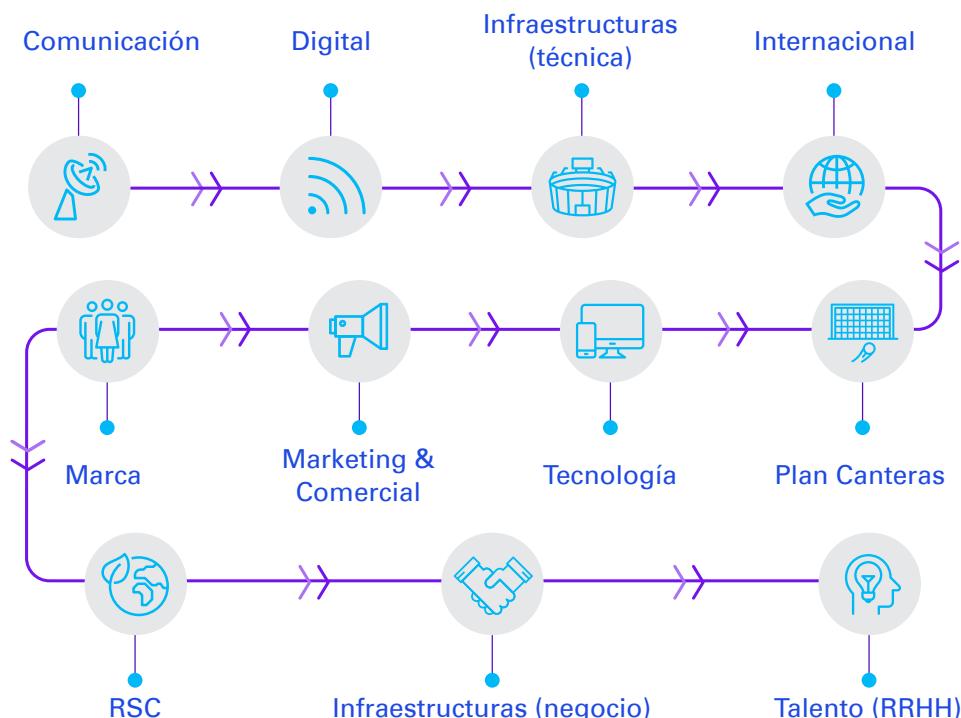
LALIGA Impulso surge como una iniciativa estratégica impulsada por LALIGA y el fondo de inversión CVC, con el fin de impulsar el desarrollo y el fortalecimiento de los equipos de fútbol profesionales a nivel individual, y en consecuencia un crecimiento y enriquecimiento del nivel de competición en su conjunto mediante la globalización y digitalización de los clubes.

Este proyecto dotará a los clubes de Primera y Segunda División de casi 2.000 M€ de fondos a repartir entre ellos enfocados tanto a su club como a su entorno:

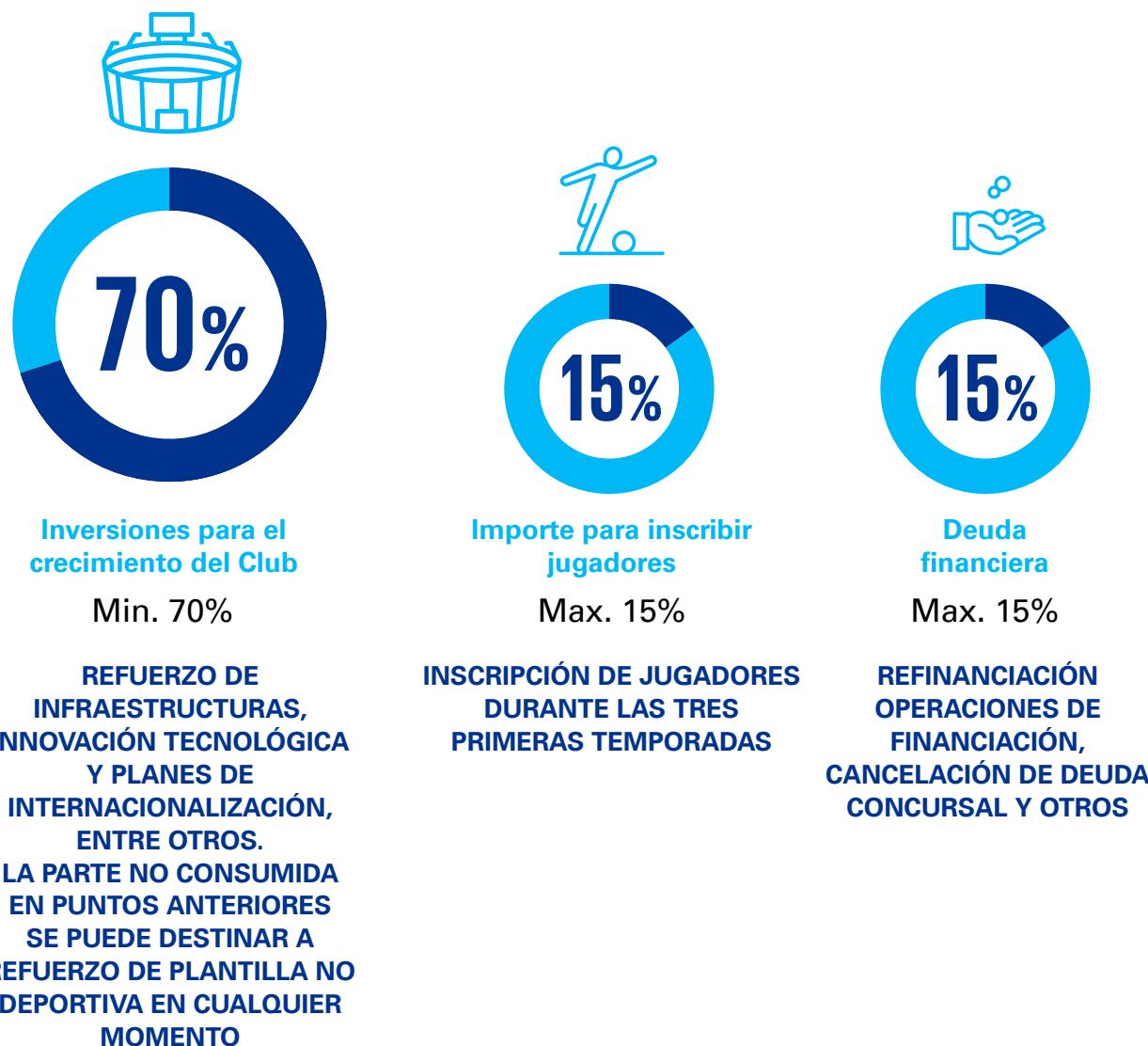


De este modo, los clubes de LALIGA que accedan a las inversiones gracias a este acuerdo estratégico, podrán emprender proyectos globales con el propósito de favorecer un crecimiento sostenible durante las siguientes décadas.

Para ello, LALIGA ha definido una serie de objetivos para las próximas temporadas para contribuir al desarrollo de los clubes y su crecimiento en los próximos años:



Asimismo, los clubes deben cumplir con unos criterios finalistas a la hora de llevar a cabo la inversión de los fondos recibidos, a continuación el detalle:



Así, los clubes deben entregar un Plan de Desarrollo, donde se incluyan los principales proyectos e iniciativas que los clubes llevan a cabo durante las

temporadas. De esta manera, permite a los clubes tener un plan estratégico y de crecimiento

Los clubes que componen LALIGA Impulso son un total de 42:



El objetivo principal de LALIGA Impulso es convertir a LALIGA en un actor global con contenido de entretenimiento destacado, una sólida presencia digital y capacidades avanzadas para recopilar y analizar datos, para favorecer una interacción directa y planificada con los fans, y la estrategia comercial.

De esta manera, se busca acelerar el desarrollo de los clubes a través de la inversión, el crecimiento, la infraestructura y la profesionalización durante un período de 20 años.

De acuerdo con LALIGA, los potenciales beneficios de dicho acuerdo son:

## Beneficios para los Clubes



- Incorporación de un socio industrial.
- Disponibilidad de fondos para impulsar el desarrollo.
- Pertenencia a una liga reforzada y modernizada

## Beneficios para LALIGA



- Apoyo financiero a la organización para desarrollar el potencial de la competición
- Alineamiento de los intereses de todos los partícipes
- Recursos económicos para acometer proyectos complementarios

Como proyecto de inversión productiva, LALIGA Impulso producirá dos impactos de distinta naturaleza:

**(I). Impacto del gasto en inversión propiamente dicho,** tanto de

la inversión directa o “primaria”, proveniente de los fondos CVC, como aquella promovida por el “efecto arrastre”, que resulta de la atracción y activación de nuevas inversiones por parte de los clubes en esos mismos proyectos.

En concreto, el efecto directo de esta nueva inversión es de 1.925 millones (inversión primaria) más 804 millones (efecto arrastre).

A su vez, aplicando la misma metodología, estos 2.729,8 millones de efecto directo, generarán 2.647,6 millones de efecto indirecto y 913,9 millones de efecto inducido. En total 6.291 millones de impacto total de la nueva inversión sobre la producción.



**+ 6.291,3 M€**  
de efecto total de la inversión sobre la producción

**2.729,8 M€**  
de efecto directo de la inversión “primaria” y “efecto arrastre”

**2.647,6 M€**  
de efecto indirecto de la inversión “primaria” y el “efecto arrastre”

**913,9 M€**  
de efecto inducido de la inversión “primaria” y el “efecto arrastre”

**(II). Impacto del rendimiento productivo de la inversión,** que se corresponde con los efectos que despliega la inversión en momentos posteriores a la misma, una vez son implementados por los clubes. En concreto:

- a) La construcción y renovación de los estadios repercutirá positivamente sobre su capacidad total y su atractivo, permitiendo mejorar las ratios de ocupación y generando nuevos ingresos adicionales por ‘día de partido’ para los clubes y los sectores de su entorno (por ej.: hostelería, transporte, entre otros).
- b) La transformación digital e internalización de los clubes mejorará la atracción, retención de un mayor número de aficionados, generando nuevas fuentes de ingreso en comercialización, marketing y publicidad.
- c) La inversión en nuevas las ciudades deportivas permitirá optimizar la formación de futbolistas y mejorar su rendimiento, permitiendo a los clubes ser más sostenibles y competitivos a nivel deportivo y económico, aumentando el valor de la plantilla y generando nuevas oportunidades de ingreso por sus traspasos.

Sobre la base de estas palancas y basado en distintos casos de éxito de proyectos de inversión análogos realizados por tres clubes en los últimos años, se estiman los siguientes rendimientos potenciales.

**+ 63,7 M€ / año**



#### MEJORA PRODUCTIVA PARA LOS CLUBES POR DÍA DE PARTIDO.

Mayor asistencia y **gasto** medio de los aficionados (por ej.: programas de fidelización y participación, etc.).

**+ 229,6 M€ / año**



#### INCREMENTO DE LOS INGRESOS POR PATROCINIO Y PUBLICIDAD DE LOS CLUBES

Más gasto en publicidad y patrocinio por el aumento de la penetración.

**+ 18,1 M€ / año**



#### INCREMENTO PRODUCTIVO EN SECTORES RELACIONADOS.

Crecimiento del **gasto** de los aficionados en hostelería, transporte y alojamiento.

**+ 66,4 M€ / año\***



#### INCREMENTO POTENCIAL DEL VALOR DE LAS PLANTILLAS O DEL SALDO NETO POR TRASPASOS DE LOS CLUBES

Mejora de futbolistas de alto nivel y consiguiente ahorro en fichajes.

\* Estimación basada en el valor de mercado de los canteranos inscritos en las primeras plantillas de los clubes adheridos e informes de inversión de formación de jugadores de la FIFA.

Una parte de estos rendimientos productivos constituye un gasto adicional de 81,8 millones de euros (gasto de los aficionados en torno al día de partido en los clubes y en sectores relacionados), produciendo, a su vez, nuevos efectos, indirectos e inducidos en la economía. En total y bajo el mismo enfoque, se estima un efecto potencial total adicional sobre la producción de 175,2 millones al año.

Todos los efectos sobre la producción como consecuencia de la inversión “primaria”, el “efecto arrastre” y los rendimientos productivos de la inversión derivan en un incremento del empleo.

En concreto, se espera que se generen un total de 49.714 puestos de trabajo como consecuencia de la inversión “primaria” y del “efecto arrastre” y 1.924 empleos al año como consecuencia de los rendimientos productivos de la inversión:

En cuanto al impacto potencial de LALIGA Impulso en términos de fiscalidad, se espera un impacto de 1.274 millones de euros como consecuencia de la inversión “primaria” y del “efecto arrastre” y 46,2 millones de euros adicionales al año derivados de los rendimientos productivos de la inversión:

En términos de contribución al PIB, la nueva producción derivada de la inversión “primaria” y del “efecto arrastre” es equivalente a un 0,48% del PIB nacional y los rendimientos productivos de la inversión al 0,01% del PIB nacional.

# Sobre el informe:



- El estudio de “*Impacto Socio-Económico del Fútbol Profesional en España*” contempla los efectos directos, indirectos e inducidos producidos como consecuencia de la actividad del fútbol profesional en España, incluyendo la Primera y Segunda División (LALIGA EA SPORTS y LALIGA HYpermotion, respectivamente). Quedan excluidos del estudio los impactos generados por la actividad de ligas profesionales de categorías inferiores, fútbol base y selecciones nacionales.
- El estudio impacto se ha realizado cubriendo tres grandes áreas: (1) Contribución a la actividad económica, en términos de facturación generada por los diferentes agentes involucrados en la actividad del fútbol profesional, tanto de manera directa como indirecta/inducida, (2) Generación de empleos a tiempo completo y (3) Recaudación de impuestos asociada a dicha actividad, incluyendo: IVA sobre el consumo de productos y servicios ofertados por el fútbol profesional, así como impuestos especiales, IRPF y cotizaciones sociales de empleos involucrados e Impuestos de Sociedades de la totalidad de empresas involucradas, tanto vinculadas a los clubes como externas a los mismos).



# Nota importante

**El presente documento Impacto Socio-Económico del Fútbol Profesional en España responde a los términos acordados en la propuesta de colaboración de fecha 25 de marzo de 2023 entre KPMG y la Liga de Fútbol Profesional.**

**Nuestro trabajo de campo finalizó el 28 de julio de 2023, pudiendo haber ocurrido hechos significativos con posterioridad a esta última fecha que no estarían recogidos en este informe.**

**Nuestras principales fuentes de información en la preparación de este informe han sido organismos públicos, asociaciones nacionales e internacionales y entrevistas con expertos y agentes del sector, a nivel nacional e internacional. A pesar de que se ha contrastado y comprobado en la medida de lo posible la veracidad y consistencia de la información presentada por las fuentes consultadas – detalladas en su mayoría en el informe- no nos hacemos responsables de dicha información puesto que la comprobación de estos datos no ha sido el objetivo de nuestro trabajo.**

**Cuando hacemos referencia a 'Análisis KPMG', indicamos únicamente que, allí donde se especifique, se han realizado ciertas tareas analíticas en los datos fuente para llegar a la información presentada pero no aceptamos ninguna responsabilidad sobre los datos fuente.**

**Cuando hacemos referencia a diversas fuentes queremos decir que KPMG no ha realizado análisis alguno y que se ha limitado a transcribir información de distintas procedencias a efectos de entendimiento, pero no implica en ningún caso que KPMG certifique la veracidad o exactitud de esta información o datos.**

**Este informe ha sido exclusivamente realizado por encargo de la Liga de Fútbol Profesional. Durante la elaboración del informe, KPMG ha actuado de manera independiente siguiendo la metodología de trabajo descrita en cada uno de los apartados incluidos en el mismo. KPMG expresamente declina cualquier responsabilidad ante terceras partes que pudieran tener acceso a dicho informe.**



© 2023 KPMG Asesores S.L., sociedad española de responsabilidad limitada y firma miembro de la organización global de KPMG de firmas miembro independientes afiliadas a KPMG International Limited, sociedad inglesa limitada por garantía. Todos los derechos reservados.

KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International Limited, sociedad inglesa limitada por garantía.

La información aquí contenida es de carácter general y no va dirigida a facilitar los datos o circunstancias concretas de personas o entidades. Si bien procuramos que la información que ofrecemos sea exacta y actual, no podemos garantizar que siga siéndolo en el futuro o en el momento en que se tenga acceso a la misma. Por tal motivo, cualquier iniciativa que pueda tomarse utilizando tal información como referencia, debe ir precedida de una exhaustiva verificación de su realidad y exactitud, así como del pertinente asesoramiento profesional.