

*Impacto económico,  
fiscal y social del  
fútbol profesional en  
España*  
*Diciembre 2018*



*Estudio elaborado para*



# *Índice*

## *Resumen Ejecutivo*

- 1. Introducción*
- 2. Impacto en la actividad económica y el empleo*
- 3. Impacto en la recaudación fiscal*
- 4. Impacto social*

The background of the slide is a photograph of a green lawn with a white stripe. The stripe is a thick, white, fibrous material, possibly a type of grass or a decorative element, that runs across the lawn. The lawn is a vibrant green color. In the upper right corner, there is a light green rectangular box with a thin black border. Inside this box, the text "Resumen ejecutivo" is written in a bold, red, italicized serif font.

## *Resumen ejecutivo*

La industria del fútbol profesional generó una actividad económica de 15.688 M€ en España...

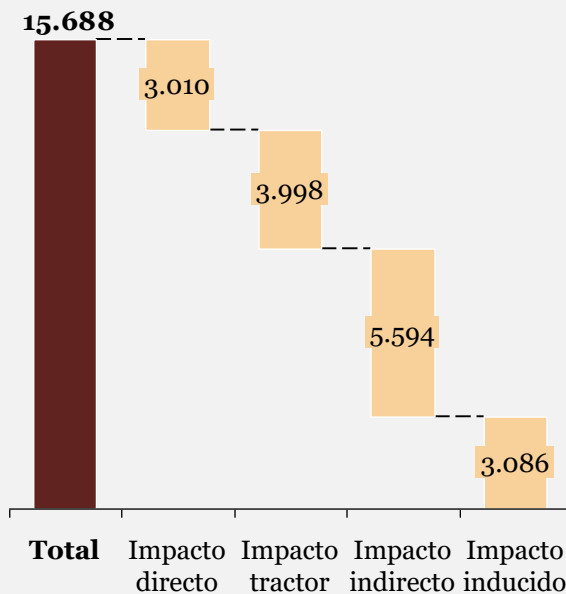
... y creó alrededor de 185.000 puestos de trabajo en la temporada 2016-2017.

## Impacto en producción y empleo



La industria del fútbol profesional genera un impacto en la actividad económica equivalente al **1,37% del PIB**

Contribución a la producción por tipo de impacto (M€)

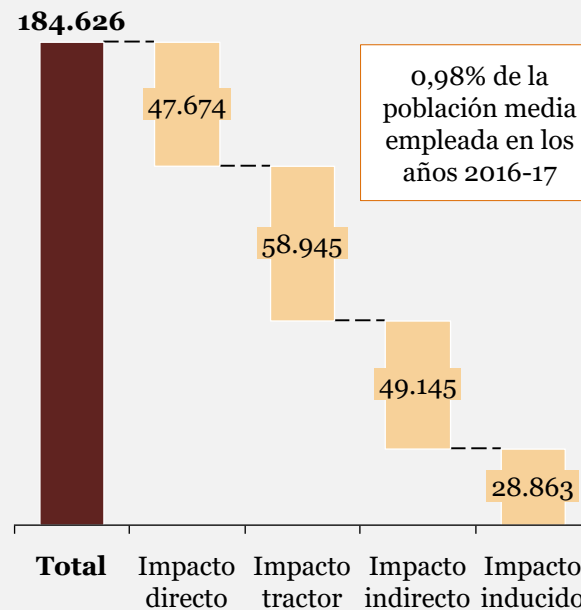


Por cada € de ingresos de LaLiga, se generaron **4,2 € adicionales** en el resto de la economía



La industria del fútbol profesional emplea a cerca de **185.000 personas**

Contribución al empleo por tipo de impacto



Por cada empleo directo generado por LaLiga, se crearon alrededor de **4 empleos** en España



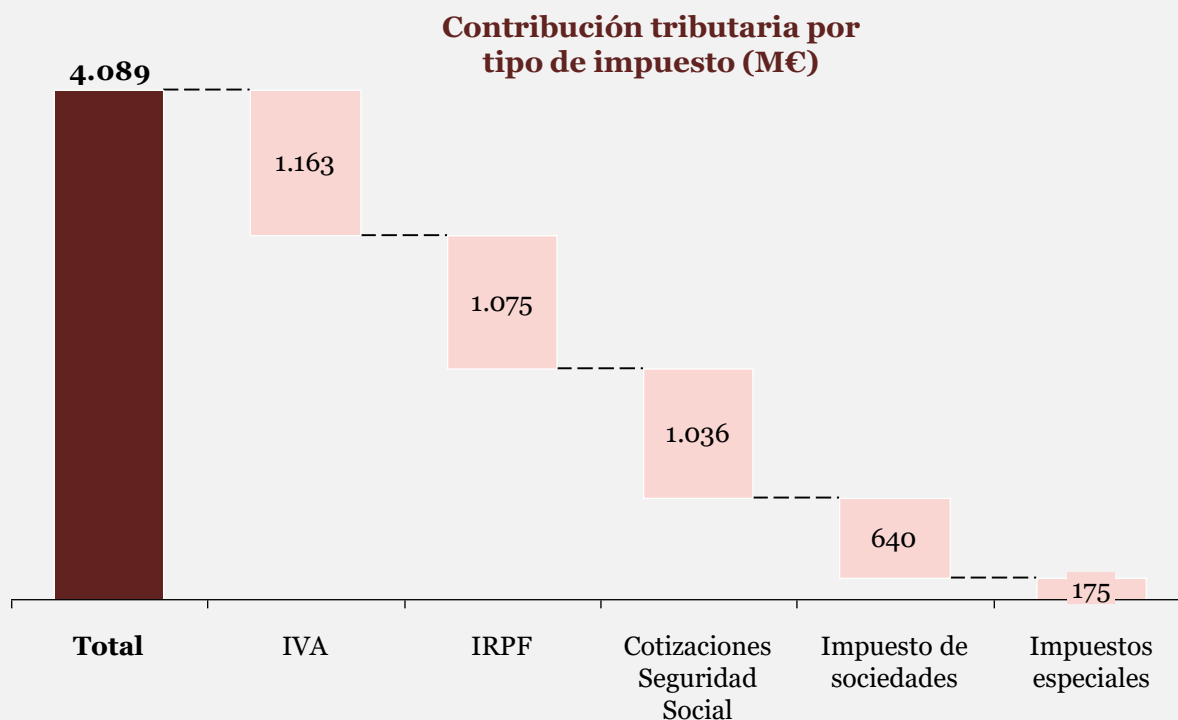
*La actividad económica generada por la industria del fútbol profesional permitió recaudar 1.163 M€ de IVA...*

*...y 1.036 M€ de Cotizaciones a la Seguridad Social y 1.075 M€ de IRPF gracias al aumento de la masa salarial.*

## ***Impacto en la recaudación fiscal***



El fútbol profesional contribuyó a la **recaudación de alrededor de 4.100 millones de euros** en impuestos en España



La recaudación es equivalente a **2,7 veces el gasto destinado a Política Exterior** en los Presupuestos Generales del Estado de 2017

*El fútbol profesional promueve valores en la sociedad española tales como...*

*...responsabilidad, evolución, integridad, compañerismo, respeto por los demás, deportividad y superación.*

## **Impactos sociales**



**LaLiga invierte en RSC 2 veces más que las otras grandes ligas de fútbol profesional**

De cada **100 euros** que ingresa LaLiga, **invierte 1,72 en proyectos de Responsabilidad Corporativa**. Es decir **2 veces** más que el ratio de inversión medio del **resto de ligas** y casi **15 veces** más considerando **las prácticas del mundo empresarial**.



**Es el deporte que mayor potencial tiene para alcanzar y atraer a un gran número de personas de niños y jóvenes**

A través de proyectos como **#StreetLeague** o **Liga Genuine**, LaLiga lucha contra el **racismo, la homofobia, la discriminación contra las minorías étnicas**, así como la **falta de diversidad**.



**Bienestar subjetivo valorado en 3.630 M€**

En total, **2,96 millones de españoles** practican el fútbol de manera intensiva, lo que hace que experimenten una mejora de su **bienestar subjetivo**, valorada en aproximadamente **3.630 millones de euros**.



**Es uno de los principales motores para atraer a aficionados de todo el mundo y acercarlos al arte, la cultura, y la gastronomía**

Mediante el programa **LaLiga Cities** que **permite al aficionado conocer mejor el estilo de vida de la ciudad**.

# *1. Introducción*



# *El impacto socioeconómico de la industria del fútbol profesional en España*

La Liga Nacional de Fútbol Profesional -*LaLiga*- atrae a millones de espectadores y aficionados al año, generando un importante volumen de negocio y miles de puestos de trabajo alrededor de sus competiciones y eventos deportivos.

Estos beneficios del fútbol trascienden a los propios clubes y aficionados. *LaLiga* genera una actividad económica adicional en múltiples sectores, como los medios de comunicación, el turismo, la hostelería, el transporte o los videojuegos, que de otra forma no existiría.

Además de su importancia económica, la influencia social del fútbol profesional lo convierte en un vehículo idóneo para la transmisión de valores, el refuerzo de los vínculos comunitarios y el sentimiento de pertenencia, y la promoción del deporte y las actividades lúdicas saludables.

El fútbol español es además, por su relevancia internacional, un elemento clave en la promoción exterior de España, siendo sus equipos de fútbol referentes mundiales que contribuyen de forma positiva al desarrollo y mantenimiento de la Marca España.

**En definitiva, el fútbol profesional en España genera un impacto socioeconómico que, por su magnitud y relevancia, vale la pena cuantificar y poner en valor para su promoción y mantenimiento.**





## ***El objetivo del informe es cuantificar y analizar el impacto económico, fiscal y social que la industria del fútbol profesional generó en España durante la temporada 2016/2017***



### **Tipos de impacto**

Se han analizado los impactos económicos directos, indirectos e inducidos generados en términos de producción, PIB, empleo y recaudación fiscal, así como el impacto en la sociedad en su dimensión comunitaria, social, motivacional y física.



### **Alcance societario**

El estudio se ha realizado para *LaLiga*, incluyendo los 42 clubes de fútbol asociados a la misma, y las principales actividades económicas adicionales que genera el fútbol profesional (hostelería, transporte, TV, prensa, etc.).



### **Alcance geográfico y temporal**

Los cálculos se han realizado para la temporada 2016/2017 en España (de julio de 2016 a junio de 2017).



### **Fuentes de información**

La estimación de los impactos se ha basado en información facilitada por *LaLiga*, información pública y los resultados de una encuesta encargada por PwC.





## ***2. Impacto económico***

## Los impactos económicos y fiscales estimados incluyen aquellos generados directamente por LaLiga...

### Metodología de estimación del impacto directo



#### Producción/VAB

Los **impactos directos** han sido calculados mediante el “método del ingreso” a partir de las cuentas de pérdidas y ganancias facilitadas por *LaLiga*. Para el impacto en producción, hemos utilizado los volúmenes de facturación.

Para el impacto en VAB, hemos agregado las partidas de:

**Sueldos y salarios**

**Beneficios de los negocios**

**Tributos**



#### Empleo

**Empleos directos** generados por la *LaLiga*.



#### Recaudación de impuestos

Los impactos fiscales directos se corresponden con los **contribución tributaria de la LaLiga**, que incluye la totalidad de pagos de impuestos realizados las Administraciones Públicas españolas, incluyendo tanto los impuestos soportados, como los recaudados, siguiendo un criterio de caja.

**IRPF**

**IVA**

**Impuesto de sociedades**

**Cargas sociales soportadas por empleado y empleador**

**Impuestos especiales**

# ...así como los efectos indirectos, inducidos y tractores asociados al fútbol profesional en España

## Metodología de estimación de los impactos indirectos, inducidos y tractores



### Metodología del impacto indirecto e inducido

El impacto indirecto e inducido se ha estimado utilizando **la Metodología Input-Output**, una técnica estándar e internacionalmente aceptada basada en las tablas input-output de la contabilidad nacional.

### Metodología del efecto tractor

Los impactos tractores han sido estimados utilizando información facilitada por la *LaLiga*, información pública disponible y una encuesta realizada por PwC sobre el consumo de productos relacionados con el fútbol en España.

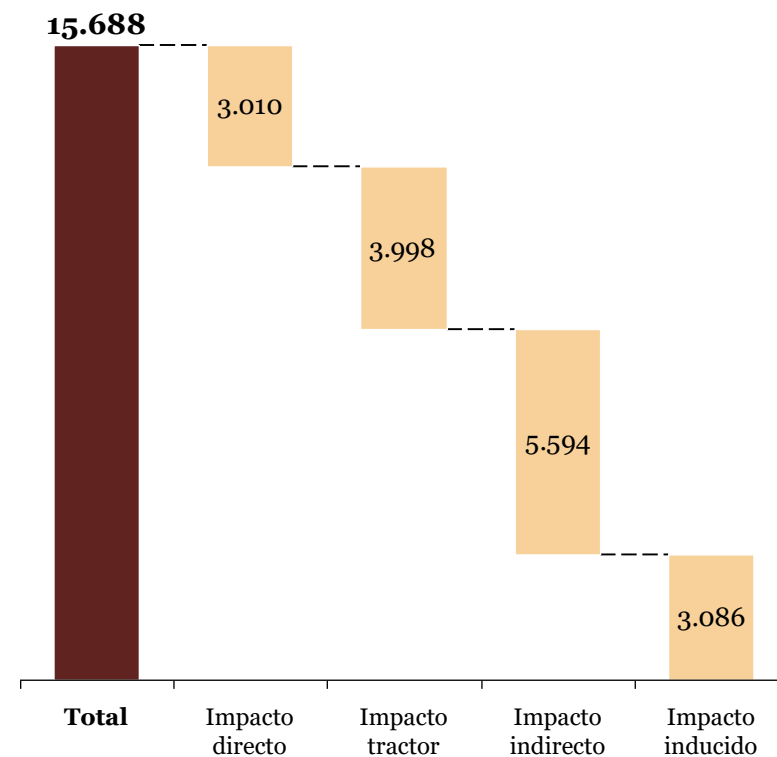
## Los ingresos totales generados por la industria del fútbol profesional en España en la temporada 2016/17 superaron los 15.688 M€, lo que representa un 1,37% sobre el PIB

La **contribución total a la producción** del fútbol profesional se situó en los **15.688 M€** en la temporada 2016/17...



... cifra que equivale al **1,37% del PIB** español durante el mismo periodo<sup>2</sup>

Contribución a la producción nacional por tipo de impacto (M€)



(1) Calculado como el cociente entre el resto de impactos y el impacto directo.

(2) PIB correspondiente a los dos últimos trimestres de 2016 y los dos primeros de 2017.

Fuente: Análisis PwC a partir de información facilitada por LaLiga, la encuesta realizada por PwC sobre el consumo de productos relacionados con el fútbol en España e INE.

## Esta magnitud es comparable a la actividad generada por importantes sectores de la economía nacional

En concreto, el impacto total en producción de la industria del fútbol profesional en España es equivalente....

...al 24% de la producción de vehículos de motor, remolques y semirremolques en 2016



...al 89% del impacto en producción de los servicios financieros, excepto seguros y pensiones, en España en 2016



...al 48% de la actividad económica del sector de las telecomunicaciones en 2016



...a 1,4 veces el volumen de ingresos del transporte aéreo en España en 2016



Del volumen total de ingresos generados por el fútbol profesional en España, **el valor añadido bruto representó un 58% del mismo, alcanzando los 9.158 M€.**



Fuente: Análisis PwC, e Instituto Nacional de Estadística

Nota: Estas comparaciones se tratan de equivalencias que son mostradas únicamente a efectos comparativos como referencia del orden de magnitud de los impactos calculados.

**La aportación total de la industria fútbol profesional al empleo fue de 185.000 puestos de trabajo en la temporada 2016/17, lo que supone casi 1 de cada 100 personas ocupadas en España**

La **contribución total del fútbol profesional en términos de empleo**, que incluye el impacto directo, tractor, indirecto e inducido, fue de **184.626 personas ...**

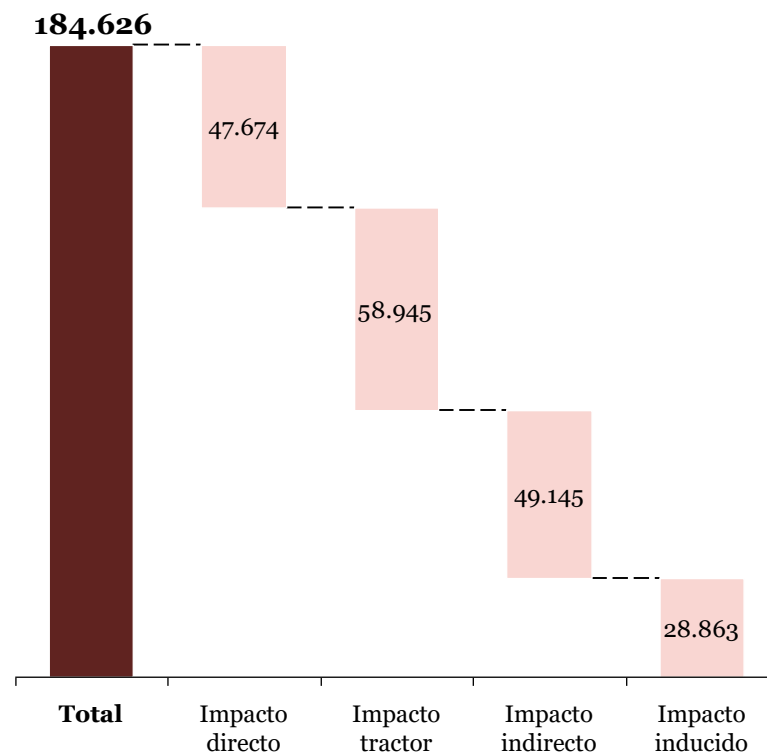
Por **cada empleo directo** generado por la LaLiga ...

**1 empleo**

... se crearon alrededor de **4 empleos en España<sup>1</sup>**

... cifra equivalente al **0,98% de las personas ocupadas en España en media 2016/2017.**

### Contribución al empleo por tipo de impacto



(1) Calculado como el cociente entre el impacto total y el impacto directo.

Fuente: Análisis PwC a partir de información facilitada por LaLiga, la encuesta realizada por PwC sobre el consumo de productos relacionados con el fútbol en España e INE.

## Esta cifra de puestos de trabajo generado supone un volumen muy relevante de empleo en relación con otros sectores y actividades de la economía española

En concreto, el impacto total del fútbol profesional en el empleo en España es equivalente....

...a 1,2 veces las personas empleadas en la industria textil, confección e industria del cuero y calzado en 2016



...al 66% de las personas empleadas en la Comunidad Foral de Navarra durante 2017



...al 41% de las personas empleadas en la industria de alimentación, fabricación de bebidas e industria del tabaco en 2016



...a 2,4 veces las personas empleadas en la metalurgia, fabricación de productos de hierro, acero y ferroaleaciones



Fuente: Análisis PwC e Instituto Nacional de Estadística

Nota: Estas comparaciones se tratan de equivalencias que son mostradas únicamente a efectos comparativos como referencia del orden de magnitud de los impactos calculados.



## ***LaLiga genera a su alrededor una serie de “efectos tractores” sobre la actividad económica de otros sectores que de otra forma no existirían***

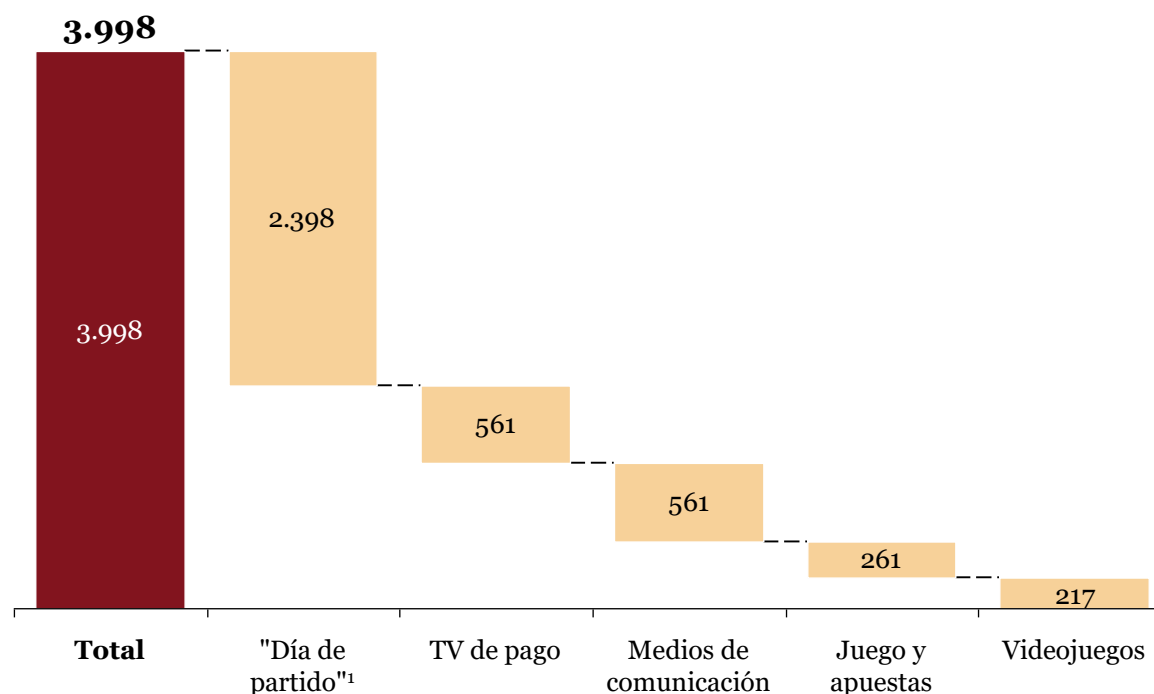


## El “impacto tractor” generado por LaLiga en otros sectores de la economía española alcanzó los casi 4.000 millones de euros durante la temporada 2016/2017

LaLiga generó unos **ingresos adicionales en otros sectores (“impactos tractores”)** de **3.998 M€**, de los cuales alrededor de un **52% supuso una ganancia efectiva de valor añadido**.

Entre los impactos generados por el fútbol en otras actividades de la economía, destaca la **contribución de la hostelería, transporte y alojamiento relacionado con los eventos deportivos en los estadios** (que hemos agregado en el concepto “**Día de Partido**”), y que alcanzó los **2.398 M€**.

Desglose del impacto tractor en producción generado por LaLiga (millones de euros)



(2) Incluye el impacto generado por el gasto realizado por los aficionados en merchandising, restauración, transporte y parking, alojamiento, bares y turismo nacional.  
Fuente: Análisis PwC a partir de información facilitada por la LaLiga, la encuesta realizada por PwC sobre el consumo de productos relacionados con el fútbol en España e INE.

## ***Día de partido***

*La asistencia a los eventos deportivos de LaLiga genera una actividad económica en sectores como la restauración, el transporte o alojamiento*

Los estadios de fútbol y el visionado de partidos genera importantes ingresos a los sectores de la restauración, el transporte, el alojamiento, la venta de merchandising y el ocio nocturno. Prueba de ello es el impacto que los estadios generan en los barrios en los que están situados, y el efecto negativo que supone su traslado a otra zona.

El consumo generado el “día de partido” es el principal de los efectos tractores generados por el fútbol profesional, e incluye la logística de desplazamiento de los espectadores al estadio (viajes, transporte urbano, aparcamiento, alojamiento) y el consumo en merchandising, restauración y ocio en general relacionado con el evento.

### ***Gasto de asistencia al estadio***

Gastos realizados por los asistentes a los partidos de LaLiga en *merchandising*, restauración, transporte y alojamiento.



### ***Gasto en bares***

Gasto realizado en los bares por los asistentes que acuden a ver los partidos de LaLiga.



### ***Gasto turístico adicional***

Gasto en turismo de los espectadores nacionales cuando van a ver un partido de fútbol fuera de su residencia habitual



## Día de partido: asistencia al estadio

El consumo alrededor del estadio y el gasto realizado por los aficionados en transporte y alojamiento para asistir a los partidos de LaLiga alcanzó los 1.072 M€ y generó alrededor de 16.336 empleos



El gasto medio por persona alrededor del estadio en restauración y *merchandising* fue de **29 €**.



En transporte para acudir y volver de los estadios y en el *parking* cada persona se gastó una media de **19 €**.



Además, en el caso de las personas que tuvieron que pernoctar fuera de su residencia habitual para ver algún partido de LaLiga, el gasto medio en alojamiento fue de **122 €**

Los estadios de fútbol españoles recibieron alrededor de **10,5 millones de espectadores en la temporada 2016/17** en partidos de LaLiga.<sup>1</sup>

Estos espectadores realizaron un **gasto total de 1.072 M€ en restauración, ocio, alojamiento y transportes** motivados por el partido.

*El valor añadido generado por estos ingresos fue de 600,5 M€*

(1) De acuerdo con información disponible en el portal Transfermarkt.

Fuente: Análisis PwC a partir de la encuesta realizada sobre el consumo de productos relacionados con el fútbol en España e INE.

## Impactos tractores

**Día de partido: visionado en bares**

*Además del impacto generado por los asistentes a los estadios, el visionado de partidos de LaLiga ayudó a que los bares españoles ingresaran alrededor de 1.226 M€ y generasen 19.415 empleos*

Los partidos de fútbol de *LaLiga* no atraen únicamente a asistentes a los estadios, sino que su visionado y retransmisión también atrae a numerosos asistentes que acuden a los bares a verlos, generando un impacto muy significativo sobre la economía.

Por término medio, cada español acude entre **2 y 3 veces al año a ver un partido de fútbol a un bar** en España. Además, el **gasto medio** realizado en los bares por los aficionados que acuden a ver los partidos de fútbol es de **9,9 €**.



El gasto en los bares realizado por los espectadores de partidos de LaLiga ascendió a 1.226 M€, de los cuales alrededor un 53% supuso una generación efectiva de riqueza nacional.

Fuente: Análisis PwC a partir de la encuesta realizada sobre el consumo de productos relacionados con el fútbol en España, información facilitada por LaLiga e INE.

## ***Día de partido: gasto turístico adicional***

*La visita a los estadios de fútbol de aficionados nacionales dejó un consumo turístico adicional en España de 100 M€ y 1.585 empleos.*



Hemos medido el **impacto económico de las visitas a museos, monumentos y otras atracciones turísticas** de los aficionados nacionales cuando acuden los eventos deportivos de LaLiga fuera de su residencia habitual.

El **gasto realizado en España** por estos conceptos por los asistentes a los partidos de LaLiga asciende a **100 M€**, lo que supone un impacto en valor añadido de 53 M€.

En términos de **empleo**, el impacto generado por el gasto turístico derivado de LaLiga en España es de **1.585 empleos**.

**El fútbol profesional generó un impacto adicional sobre el turismo nacional de 100 M€ en términos de ingresos, y 1.585 empleos. A esta cifra habría que añadirle el impacto sobre el turismo extranjero, que queda fuera del alcance de este estudio, y que supondría una cifra considerablemente superior.**

## Televisión de pago

*4 de cada 10 abonados a la TV de pago dejarían de contratar el paquete completo si no contara con contenidos de fútbol*

Las plataformas de TV de pago en España cuentan con **6,6 millones de abonados** y facturan alrededor de **1.881,2 M€**.<sup>1</sup> De acuerdo a los resultados de nuestra encuesta, alrededor de **un 58% de los usuarios tienen contenidos de fútbol incluidos en su paquete de TV**, y un **41% de ellos no lo contrataría de no tenerlos**.

Teniendo en cuenta los porcentajes anteriores y el tiempo medio de consumo de contenidos relacionados con el fútbol en la TV de pago, un 18% sobre el total, **los ingresos generados por este concepto son de alrededor de 561 M€** (297 M€ en valor añadido) **creando 8.882 puestos de trabajo**, sin incluir los ingresos por telefonía e internet integrados, servicios a los que siempre van ligados los paquetes de TV.



# 58%

De los abonados a TV de pago tienen incluido el fútbol entre los contenidos

# 41%

No contratarían la TV de pago si no incluyera contenidos de fútbol

(1) El número de abonados se corresponde con el último trimestre de 2017, y los ingresos por cuotas de abonados hacen referencia a 2017. Datos publicados por la CNMC. Fuente: Análisis PwC a partir de la encuesta realizada sobre el consumo de productos relacionados con el fútbol en España, CNMC e INE.

## Medios de comunicación

*El impacto de LaLiga en los medios de comunicación supone unos ingresos de 561 M€ y la creación de 2.900 puestos de trabajo*

El impacto de *LaLiga* en los **medios de comunicación** incluye tanto los **ingresos por venta de prensa escrita**, tanto deportiva como generalista, como **los ingresos publicitarios** a través de los diferentes medios (prensa, internet, radio y canales de televisión) **derivados de los contenidos de fútbol profesional**.



Un **64,6%** de los lectores de prensa generalista lee la sección de deportes y un **22,1%** no la compraría si no tuviese la sección de deportes. El gasto en prensa relacionado con el fútbol fue de **100 M€**, y generó unos ingresos publicitarios de **55,5 M€**.



En torno a un **6%** del tiempo de visionado de televisión se destina a contenidos relacionados con el fútbol. Esto generó unos ingresos derivados de la publicidad en las televisiones en abierto de **109 M€**.



Los encuestados afirman que destinan un **18%** del tiempo que oyen la radio a escuchar programas relacionados de fútbol profesional, lo que se traduce en unos ingresos publicitarios de alrededor de **82 M€**.



Respecto al uso de internet en los diferentes dispositivos (PC, móvil, tablet, etc.), los usuarios consumen un **14%** de contenidos relacionados con el fútbol profesional sobre el total, generando unos ingresos por publicidad en este medio de **214 M€**.

Los ingresos generados en los medios de comunicación derivados de los contenidos de fútbol profesional fueron de **561 M€**, que generaron **210 M€** en valor añadido bruto.

Fuente: Análisis PwC a partir de la encuesta realizada sobre el consumo de productos relacionados con el fútbol en España, Estudio InfoAdex 2018, Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) e INE.



## Juegos de azar y apuestas

*Las apuestas relacionadas con el fútbol profesional en España contribuyeron con unos ingresos de 261 M€ y más de 4.000 empleos creados*

Las apuestas deportivas relacionadas con el fútbol en España movieron más de 3.000 M€ en la temporada 2016/2017.

Este volumen jugado dejó un **margen de juego** (importe jugado menos importe de premios repartidos) **de alrededor de 261 M€**.

De ese importe, aproximadamente la mitad corresponde a La Quiniela y otras apuestas gestionadas por la Sociedad Estatal de Loterías y Apuestas del Estado (SELAE).

Este margen de juego supuso una **contribución en términos de valor añadido de 138 M€** y una generación de **alrededor de 4.118 puestos de trabajo**.

---

*El margen de juego generado por el fútbol fue de alrededor de 261 M€, que contribuyeron a la creación de 4.118 empleos*

---



Fuente: Análisis PwC a partir de datos de SELAE y Dirección General de Ordenamiento del Juego (DGOJ).

## Videjuegos

*Las ventas de videjuegos y apps de temáticas relacionadas con el fútbol profesional fueron de alrededor de 217 M€ y generaron 5.700 empleos*

De acuerdo con la última lista de **videjuegos más vendidos en España** publicada por la Asociación Española de Videjuegos (AEVI), el **videjuego más vendido en nuestro país** en todas las plataformas ha sido un **videjuego sobre fútbol**.<sup>1</sup>

Además, en la lista del **top 10** de los videjuegos más vendidos en nuestro país nos encontramos con **4 videjuegos de temática futbolística**.



Según los resultados obtenidos en la encuesta, y teniendo en cuenta el gasto medio realizado por cada persona en videjuegos, las **ventas de videjuegos y apps de fútbol** alcanzaron los **217 M€**.

Este volumen de ventas se tradujo en un valor añadido de 140 M€ y la creación de alrededor de **5.700 puestos de trabajo**.

(1) Lista del top 10 de videjuegos más vendidos en España en septiembre de 2018 y publicada por AEVI de acuerdo a los datos de Games Sales Data (GSD). Fuente: Análisis PwC a partir de la encuesta realizada sobre el consumo de productos relacionados con el fútbol en España e INE.



## *4. Impacto en recaudación fiscal*

## El impacto fiscal representa el volumen de los ingresos públicos generados por la industria del fútbol profesional en España

*Impacto en la recaudación fiscal generado por LaLiga*



**Impacto directo**



**Impactos indirectos**



**Impactos tractores**



**Impactos inducidos**

Se ha estimado la contribución generada por los **impuestos y tributos** más relevantes relacionados con el fútbol profesional y con mayor importancia en términos de ingresos generados a las Administraciones Públicas.

De forma análoga a los impactos en PIB y empleo, el **impacto fiscal total** es el resultado de sumar la recaudación generada en estos impuestos y tributos de forma **directa, indirecta, tractora e inducida**.



### Impuestos y tributos analizados

**01** Impuesto de sociedades

**02** IVA

**03** IRPF

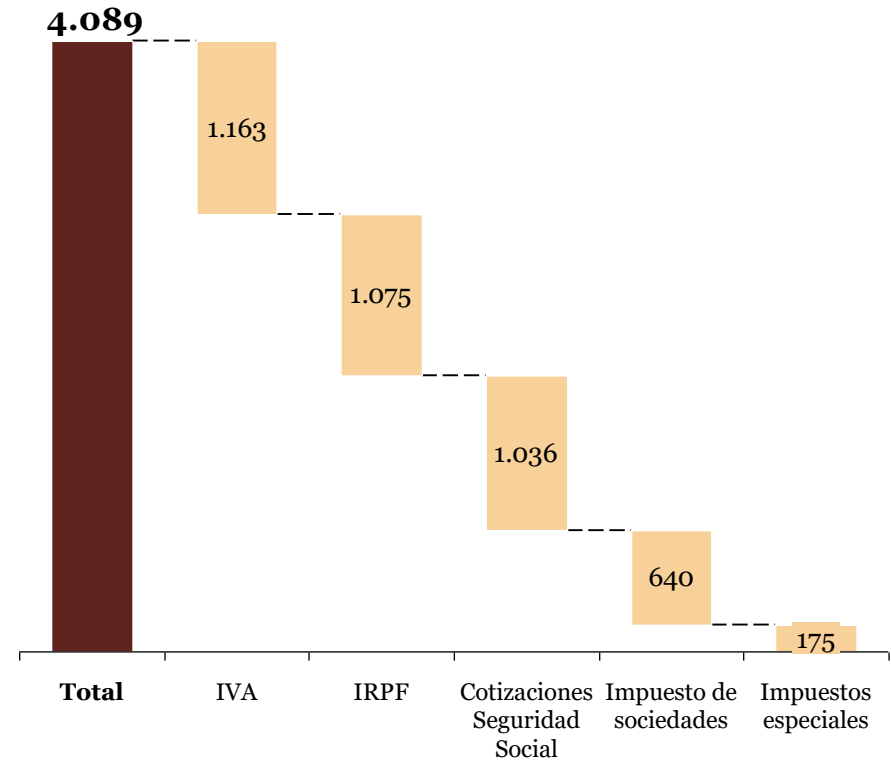
**04** Cotizaciones a la Seguridad Social

**05** Impuestos especiales

## La industria del fútbol profesional contribuyó con 4.089 millones de euros a la Hacienda Pública española durante la temporada 2016/17

- El **Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)** vio incrementada su recaudación como consecuencia del fútbol profesional en **1.163 M€**. Dicho incremento se debe, fundamentalmente, al consumo de los asistentes (bares, restauración, transporte, etc.) y al aumento en consumo de los hogares derivado de una mayor actividad económica.
- A su vez, la mayor actividad económica generada por el fútbol profesional generó un aumento de la masa salarial, lo que aumentó la recaudación en **Cotizaciones a la Seguridad Social (1.036 M€)** e **IRPF (1.075 M€)**.
- El incremento en la actividad económica también generó un aumento en los beneficios de las empresas, lo que aumentó la recaudación por el **Impuesto de Sociedades** en **640 M€**.
- Adicionalmente, se generaron **175 M€ en recaudación de impuestos especiales**.

Contribución tributaria de LaLiga y actividades adyacentes por tipo de impuesto (M€)



## Impactos en la recaudación fiscal

## La cifra de recaudación es comparable a partidas de gastos e ingresos públicos significativos, poniendo de manifiesto la importancia de la aportación fiscal del fútbol profesional en España

En concreto, el impacto total del fútbol profesional económicas es equivalente...

...a 2,7 veces el gasto destinado a Política Exterior en los Presupuestos Generales del Estado de 2017



...al 32% de los ingresos tributarios totales de la Comunidad Valenciana durante 2017



...a 4,7 veces el gasto para Comercio, Turismo y pymes en los Presupuestos Generales del Estado de 2017



...al 74% del gasto destinado a Fomento del Empleo en los Presupuestos Generales del Estado de 2017



Fuente: Análisis PwC y Ministerio de Hacienda y Función Pública

Nota: Estas comparaciones se tratan de equivalencias que son mostradas únicamente a efectos comparativos como referencia del orden de magnitud de los impactos calculados.



## *4. Impacto social*

## La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de LaLiga se materializa tanto de forma directa como a través de su Fundación, fomentando un ecosistema responsable en el entorno del fútbol

Las compañías invierten cada vez más recursos en generar un impacto positivo en el entorno y, para ello, han reforzado su **compromiso con la RSC** para devolver a la **sociedad** parte de los **beneficios que esta le aporta**.

Por ello, LaLiga ha desarrollado su propio enfoque de RSC denominado “**Fair Play Social**”, que consiste en la **integración de la Responsabilidad Social Corporativa** en el modelo de gestión empresarial impulsado por la **normativa de Fair Play Financiero, liderada por LaLiga**.

Este enfoque se ha materializado en el primer **Plan Director de RSC** de LaLiga en el cual, a través de las **7 dimensiones de la RSC según la ISO 26000**, se van a llevar a cabo diversas **acciones** tanto a nivel **interno como externo**.



Marco de actuación de LaLiga en RSC según la ISO 26000





Iniciativas de LaLiga en RSC

# La inversión de LaLiga en materia de RSC es significativamente más alta que otras instituciones deportivas y empresas españolas

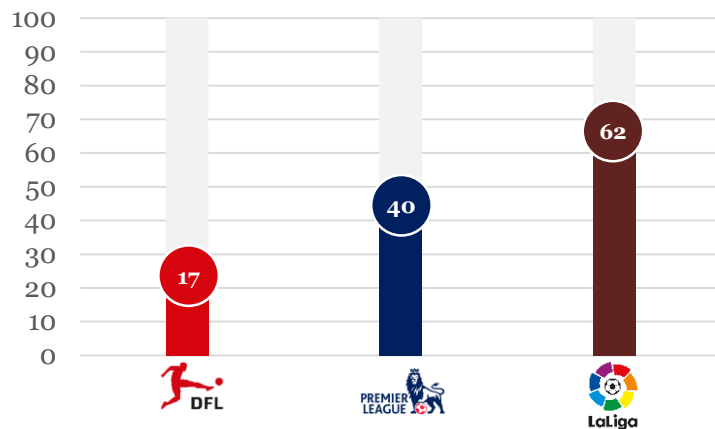
LaLiga dedica a los proyectos de RSC cantidades económicas significativamente superiores a las de otras ligas nacionales e internacionales del fútbol.

LaLiga destinó, en la temporada 2016-2017, **62,8 millones de euros** en proyectos de RSC<sup>(1)</sup>, casi **4 veces** lo que destina la Bundesliga, más de **1,5 veces** lo que dedica la Premier League.

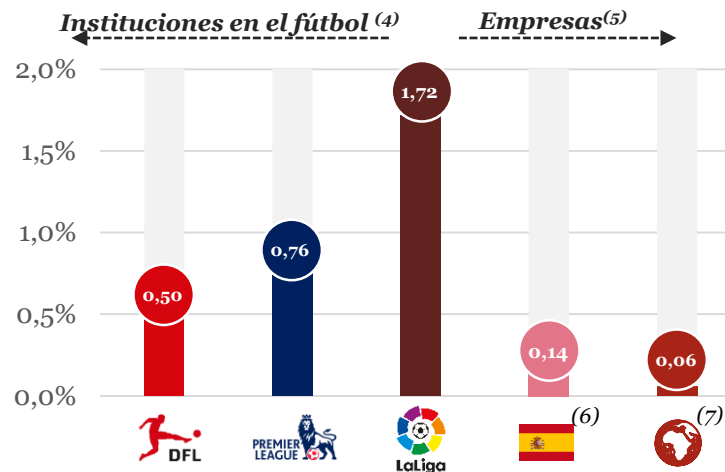
En términos relativos a los ingresos, resulta aún más significativo el esfuerzo que realiza LaLiga con respecto a otras instituciones mundiales en el fútbol, y al mundo empresarial.

De cada 100 euros que ingresa LaLiga, **invierte 1,72 en proyectos de RSC**. Es decir más de **2 veces** el ratio de inversión medio de las principales ligas europeas de fútbol <sup>(3)</sup> y más de **15 veces** más considerando las prácticas del mundo empresarial.

Inversiones en materia de RSC en M€ (FY 16/17)<sup>(2)</sup>



Ratio de inversiones en materia de RSC por ingresos (FY 16/17)



(1) Fuente: Informe económico-financiero del Fútbol Profesional 2017.

(2) Fuente: LaLiga 2017.

(3) Se han considerado las siguientes instituciones mundiales en el fútbol: Premier League y Bundesliga.

(4) Análisis PwC a partir de los datos de Premier League Annual Review of Football Finance 2018, The 2018 Report Bundesliga.

(5) Análisis PwC a partir de los datos del informe Creating a baseline for Corporate CSR Spend on Global Education. Business Backs Education. 2015.

(6) Se incluyen las empresas con sede en España consideradas en el Fortune 500 Companies 2013.

(7) Se incluyen las empresas consideradas en el Fortune 500 Companies 2013.

Iniciativas de LaLiga en RSC

## LaLiga ha incrementado su gasto en RSC un 4% en la última temporada, destacando en materia de buen gobierno corporativo

LaLiga destinó, en la temporada 2017-2018, **65,2 millones de euros en proyectos de RSC<sup>(1)</sup>**. Las acciones llevadas a cabo se han visto materializadas por diferentes iniciativas o programas, en las que destacan de manera significativa las siguientes:

### Desarrollo de la Comunidad

Ayudar y apoyar al resto de los deportes y de los deportistas a través de sus federaciones bajo los valores de **compañerismo, trabajo en equipo, confianza, esfuerzo, liderazgo, transparencia, fiabilidad, integridad, compromiso y respeto**.

El objetivo es que las federaciones se desarrollen generando un **crecimiento profesional, económico y humano**, mejorando las condiciones del deporte y de los deportistas.

### Plan de acción frente a la piratería

LaLiga lucha contra el acceso ilegal a los contenidos de fútbol, para no poner en **peligro la sostenibilidad de los equipos, de la competición y del deporte**.

Las denuncias llevadas a cabo han propiciado que los denunciados **dejaran de percibir 12,76 M€<sup>(1)</sup>**, gracias al cese de su actividad delictiva.

### Buen gobierno

En el ranking más prestigioso sobre el **desempeño en RSC** de las distintas ligas de fútbol del mundo, *Responsiball<sup>(2)</sup>*, LaLiga se ha situado en **segundo lugar**, tras la liga danesa, en **materia de buen gobierno**.



### Derechos humanos

LaLiga impulsa iniciativas para ejercer de foco de atracción y atención permanente, sobre todo en el entorno de la juventud, y que **promueva el desarrollo de valores**.

También se fomentan **acciones de inclusión social** y se potencia los trabajos en el ámbito de la educación a través del deporte, mejorando la **convivencia, bienestar y formación de la juventud**, tanto en países latinoamericanos como en la campos de refugiados (Tesalónica o Jordania).

### Medio Ambiente

LaLiga fomenta las actividades y programas de los clubes y fundaciones que busquen **amortiguar el impacto** de la actividad del fútbol sobre el **medioambiente**.

### Prácticas laborales

LaLiga traslada los **valores de no violencia, educación y respeto entre los aficionados y lucha contra acoso escolar**.



(1) Fuente: LaLiga, 2017.

(2) Fuente: Schwery Consulting, RESPONSIBALL Ranking 2017: The Seventh Annual Social Responsibility Ranking of International Football Leagues.

El impacto social del fútbol profesional en España

**Todos estos esfuerzos, junto con la naturaleza del fútbol en sí, generan una serie de impactos sociales positivos para la sociedad...**





El concepto de medición del impacto va más allá de la medición del esfuerzo anteriormente destacado. Además, también abarca la medición del impacto social que producen al final sobre sus principales grupos de interés.

En efecto, LaLiga y el fútbol provocan una serie de impactos socioeconómicos **capaces de generar un beneficio para la sociedad.**

Existen unos marcos de medición del impacto social internacionales reconocidos. En todos ellos se definen los conceptos de recursos, actividades, resultados e impactos sociales.

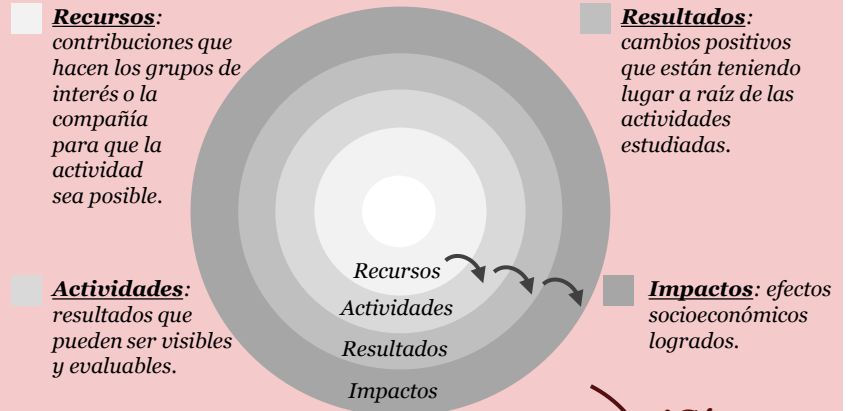
**¿Cómo medir dicho impacto social para LaLiga? ¿Y la práctica del fútbol en general?**

A partir de este punto, nos centraremos en el impacto final generado por las actividades de LaLiga y por la práctica del fútbol sobre las siguientes **dimensiones del bienestar:**

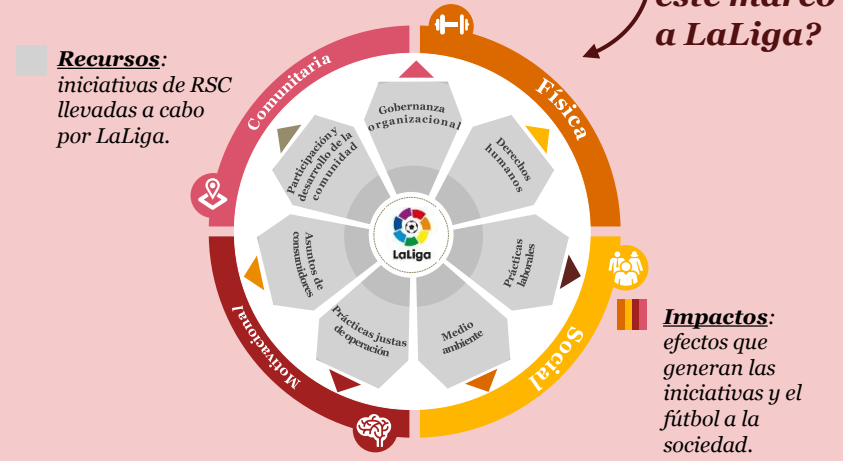
-  La mejora generalizada de las condiciones físicas.
-  La mejora de la relación y socialización entre individuos.
-  El incremento de la motivación para lograr sus objetivos.
-  El orgullo de pertenencia a la comunidad.



**Marco general de medición del impacto social**



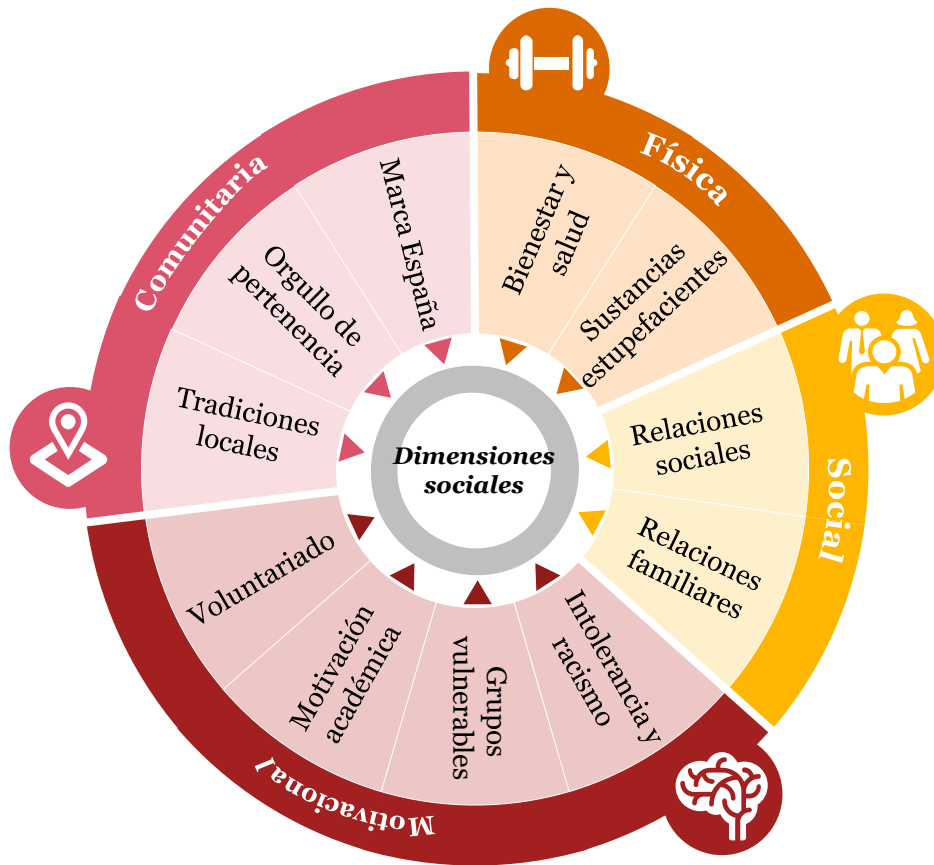
**Marco de medición del impacto social adaptado a LaLiga**



**¿Cómo se traduce este marco a LaLiga?**

## ...que hemos agrupado en 4 dimensiones y analizado sus impactos asociados

Relación entre las dimensiones del bienestar y los impactos asociados a cada uno de ellos



Por ello, se ha diseñado un marco de medición del impacto social a medida para LaLiga. En este sentido, se ha asociado a las cuatro **dimensiones del bienestar** una serie de impactos:

- **Dimensión física:** aquella que permite disfrutar de **buena salud y suficiente energía**. El no consumo de **sustancias estupefacientes** y la **realización del deporte** de manera regular, ayuda a conseguirlo.
- **Dimensión social:** aquella que permite **conseguir socializarse** a través de las **relaciones sociales y familiares**.
- **Dimensión motivacional:** aquella que centra sus esfuerzos en potenciar la **dedicación del tiempo** a realizar lo que cada persona desee y a **aprender algo nuevo** diariamente. La **motivación académica**, la aceptación de las personas sin **discriminación racial**, así como su **exclusión social** ayudándoles en su integración a través del **voluntariado**, son los indicadores que permiten medir estos esfuerzos.
- **Dimensión comunitaria:** aquella que consigue dar **satisfacción por formar parte de tu lugar de origen** por medio del **orgullo de pertenencia y las tradiciones locales**.

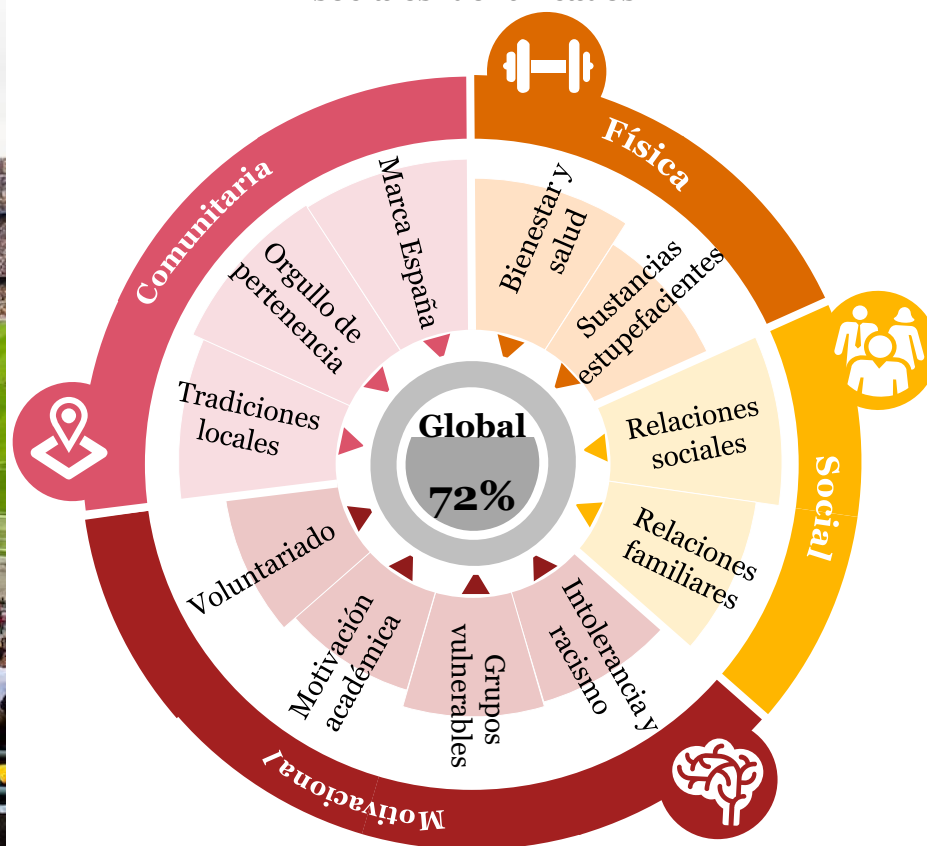
## Más del 70% de los encuestados consideran que el fútbol influye de manera positiva en los impactos sociales seleccionados

Para **conocer la influencia que tiene LaLiga** a través del fútbol profesional sobre la sociedad española en los aspectos sociales que pretende motivar, se ha realizado un **encuesta a más de 800 personas** con el fin de conocer su opinión.

Los resultados de esta encuesta destacan cómo el fútbol profesional tiene un **papel fundamental** a la hora de **construir vínculos con la comunidad** a la que los encuestados pertenecen y **sus relaciones sociales**. Esto se ve reflejado en que el 72% de los encuestados consideran que el fútbol influye de **manera positiva en la sociedad**, entre los diferentes impactos indicados anteriormente.



Resultado de la encuesta realiza por cada uno de los impactos sociales identificados



## El deporte, permite mejorar la salud y el bienestar de aquellos que lo practican, siendo el fútbol el más practicado en España

El ejercicio físico no solo **proporciona varios beneficios** para las personas que lo practican a nivel físico, sino **también a nivel mental y emocional**. Es decir, además de los beneficios tradicionalmente identificados como, por ejemplo, la reducción del gasto sanitario, gracias a una menor incidencia de enfermedades tanto físicas como mentales o la reducción del absentismo laboral, algunos estudios <sup>(1)(2)</sup> llegan a cuantificar y valorar la **mejora del bienestar subjetivo** asociado a la práctica del deporte, gracias a un mejor **equilibrio entre el estado físico y mental** del individuo.



### Dimensión física



**Casi el 60%** de los encuestados valoran que el fútbol profesional en España influye de manera positiva<sup>(3)</sup> en el **no consumo de sustancias estupefacientes** y **más del 70%** valora de manera positiva la influencia en el **bienestar y la salud** de las personas.

(1) Fuente: A review of the Social Impacts of Culture and Sport (CASE, 2015).

(2) Fuente: Sheffield Hallam University (2016).

(3) Se han tenido en cuenta los resultados con puntuaciones de 5 a 10.

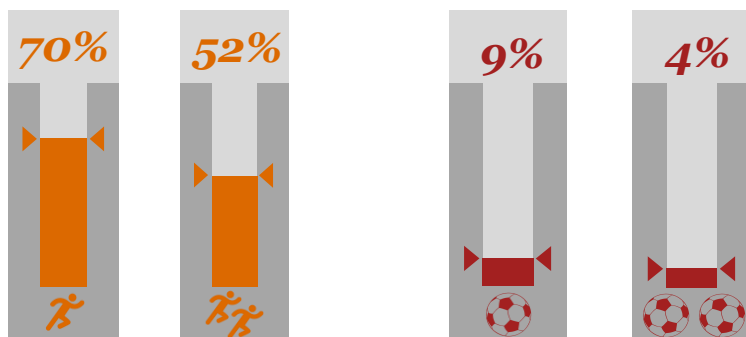
## La práctica de fútbol genera una mejora del bienestar subjetivo, valorada en más de 3.600 millones de euros al año en España

Según el Consejo Superior de Deportes, el fútbol es el deporte de equipo más practicado con un 7,2%<sup>(1)</sup> de la población de España y además un 6%<sup>(1)</sup> lo practica al menos una vez a la semana.

Dichas magnitudes se encuentran alineadas con los resultados de la encuesta realizada, donde identificamos que...

El 70%<sup>(2)</sup> de los encuestados dedican tiempo a practicar **deporte**, de los cuales un 52%<sup>(2)</sup> lo practican de **manera intensa**<sup>(3)</sup>

El 9%<sup>(2)</sup> de los encuestados dedican tiempo a la práctica de **fútbol**, de los cuales un 4%<sup>(2)</sup> lo practican de **manera intensa**<sup>(3)</sup>



...lo que hace que experimenten una mejora de su bienestar subjetivo<sup>(4)</sup>, valorada en aproximadamente

2,96 M

En total, 2,96 millones de españoles practican el fútbol de manera intensa...

3.630 M€



... más de 40 veces el presupuesto destinado al Deporte en España<sup>(5)</sup>



... casi igual que el presupuesto destinado a Sanidad en España<sup>(5)</sup>

(1) Fuente: Anuario de estadísticas deportivas 2017 del Consejo Superior de Deportes.

(2) Análisis PwC en base a la encuesta solicitada.

(3) Según la OMS, una persona activa es aquella que realiza al menos 150 minutos por semana de ejercicio moderado, o bien 75 minutos por semana de ejercicio vigoroso y se considera práctica intensa.

(4) Fuente: Análisis PwC a partir de Sheffield Hallam University (2016).

(5) Fuente: Presupuestos Generales del Estado 2017. Ministerio de Hacienda.

## El fútbol fomenta las relaciones sociales y familiares

El deporte, al ser un fenómeno cultural, posee la habilidad de traspasar fronteras geográficas, idiomáticas y sociales, logrando así **cohesión comunitaria**, a través de la integración del deporte y su función promocional de interacciones y valores<sup>(1)</sup>.

Existe una vinculación entre la práctica deportiva de los menores y la de sus padres, donde se observa que, entre aquellos que hacen deporte, el **34,2% manifiesta que al menos uno de sus padres practica o ha practicado esta actividad**.

Además, se indica que el **41,6%** de los padres manifiestan que **realizan con sus hijos alguna práctica deportiva**, el **42,2%** que suelen **acompañarlos a sus entrenamientos** y el **35,2% a sus competiciones**<sup>(2)</sup>.

Es por ello que LaLiga ha puesto en marcha diferentes iniciativas para fomentar las relaciones tanto sociales como familiares:



A través de **LaLiga Experience**, seguidores internacionales pueden disfrutar de LaLiga con las **peñas locales de los equipos** en los sitios más emblemáticos de la ciudad **fomentando las relaciones sociales**.



A través del Programa “**Escuela de Padres**”, dirigida a los padres de los niños que practican el fútbol, que permita guiar en el Inicio de la **Prevención de la Violencia en el Deporte** fomentando las **relaciones familiares**.



### Dimensión social



El **79%** de los encuestados valoran que el fútbol profesional en España influye de manera positiva<sup>(3)</sup> en las **relaciones sociales** y **casi el 70%** valora de manera positiva la influencia en las **relaciones familiares**.

(1) Fuente: Deportes al diván. Rubinstein, R. (2010).

(2) Fuente: Anuario de estadísticas deportivas 2017. Consejo Superior de Deportes.

(3) Se han tenido en cuenta los resultados con puntuaciones de 5 a 10.



## El deporte fomenta también la inclusión social de los grupos vulnerables, destacando en España varias iniciativas de LaLiga en esa materia

El deporte es considerado un instrumento para la inclusión social en las políticas, acciones y programas de la Unión Europea y los Estados miembros, y es por ello que han decidido potenciarlo. Esto es debido a que el deporte debe contribuir a la **creación de empleo, al crecimiento económico y a la revitalización**, en particular en las zonas desfavorecidas. Las actividades deportivas sin ánimo de lucro que contribuyen a la **cohesión social y a la inclusión social de los grupos vulnerables** pueden considerarse servicios sociales de interés general<sup>(1)</sup>.

La Comisión Europea cree que el poder del fútbol puede utilizarse para abordar cuestiones como el **racismo, la homofobia, la discriminación contra las minorías étnicas** y la discriminación institucional, así como la **falta de diversidad**.

El fútbol es el deporte que mayor potencial tiene para **alcanzar y atraer a un gran número de personas de niños y jóvenes**. Debido a este llamamiento a la juventud, ha recibido el apoyo de la sociedad como vehículo para llevar a cabo el **fomento de la inclusión social**<sup>(2)</sup>.

Es por ello que LaLiga, a través de su Fundación, ha llevado a cabo diversos proyectos:

#StreetLeague

*El proyecto, co-financiado por la Comisión Europea y desarrollado por diferentes fundaciones de ligas europeas, tiene como objetivo promover la **inclusión social de jóvenes** entre 11 y 15 años en riesgo de exclusión social.*



LaLiga

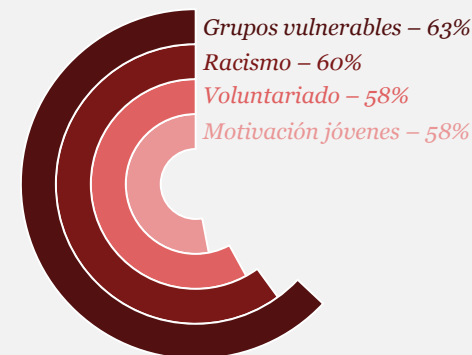
GENUINE

Santander

*LaLiga, a través de su Fundación, ha llevado a cabo la LaLiga Genuine, iniciativa pionera en el mundo, que pretende **normalizar** la práctica del fútbol en el **colectivo DI (discapacidad intelectual)**, **fomentar el compromiso** del fútbol profesional con este **proyecto socialmente responsable** y conseguir que todos los **clubes de LaLiga** cuenten con su equipo Genuine, el cual aportará un **gran valor social**.*



### Dimensión motivacional



El **63%** de los encuestados valoran que el fútbol profesional en España influye de manera positiva<sup>(3)</sup> en la **inclusión social de los grupos vulnerables** y un **60%**, la **lucha contra la intolerancia y el racismo**.

Además, un **58%** valora de manera positiva el **fomento del voluntariado**. Por otro lado, valoran positivamente la **motivación y aspiración académica de los jóvenes** un **53%**.

(1) Fuente: Libro Blanco sobre el deporte. Comisión Europea (2007).

(2) Fuente: Understanding Football as a Vehicle for Enhancing Social Inclusion: Using an Intervention Mapping Framework (2015).

(3) Se han tenido en cuenta los resultados con puntuaciones de 5 a 10.

## LaLiga es una de las marcas líderes, aportando prestigio a la imagen internacional de España

El fútbol provoca una **integración de la sociedad**, ya sea por sucesos en el aspecto deportivo o en los distintos círculos que lo envuelven, de manera directa o indirecta. Esta integración proviene de la **condición de pertenencia** y de la cualidad funcional del aficionado<sup>(1)</sup>. El fútbol es uno de los principales motores para atraer a aficionados de todo el mundo a España y **acercarlos al arte, la cultura, y la gastronomía** que alberga, permitiendo tener un **sentimiento mayor de pertenencia a la ciudad**.

El fútbol profesional ayuda a reforzar la “marca España” como consecuencia de que gran parte del **reconocimiento y la reputación** de una marca está influenciado por los **éxitos de deportistas nacionales en competiciones internacionales**. Además, el fútbol funciona como **generador de identidades**, permitiendo aflorar sentimientos de pertenencia a un grupo determinado<sup>(2)</sup>.

Por otro lado, es necesario poner en valor **la importancia de las marcas** para las empresas y la economía española, así como **concienciar de la importancia de la internacionalización** a través de la marca como principal **activo de competitividad**, y que permita poner en valor el **prestigio la imagen internacional** de España.

Por todo ello, LaLiga está trabajando en todo ello a través de:



Foro de  
Marcas Renombradas  
Españolas

LaLiga es una de las **marcas líderes** que potencia la marca España, en concreto, **en 187 países**. Nominada en 2018 como **Embajadora Honoraria**.



Programa sobre deporte y estilo de vida que muestra la **cultura y la gastronomía española**, de las ciudades españolas donde se juega LaLiga Santander.

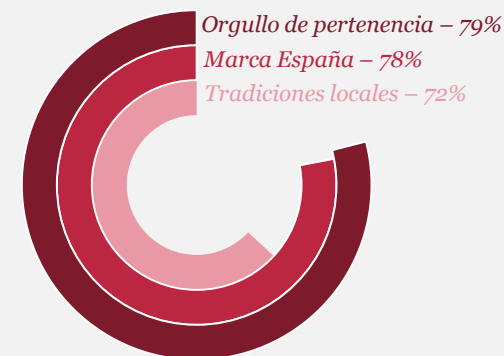


Acuerdo entre España y Portugal que busca sinergias para la **redimensión de entre ambas marcas** y su internacionalización para reforzar su desarrollo y crecimiento.

**“Un 54% de la población considera que la mayor contribución del deporte sobre la marca España se produce gracias al fútbol, por delante del tenis y del baloncesto<sup>(2)</sup>.”**



### Dimensión comunitaria



El **79%** de los encuestados valoran que el fútbol profesional en España influye de manera positiva<sup>(3)</sup> en el **orgullo de pertenencia**, el **78%** valora de manera positiva la influencia en la **marca España** y un **72%** en las **tradiciones locales**.

(1) Fuente: El fútbol como practica de identificación colectiva (Carrión, 2006).

(2) Fuente: Impacto socio-económico del fútbol profesional en España (KMPG, 2015).

(3) Se han tenido en cuenta los resultados con puntuaciones de 5 a 10.

## El fútbol base en España impacta de la misma forma en los aspectos sociales que LaLiga quiere transmitir con el fútbol profesional



En España, existen más de **un millón de afiliados<sup>(2)</sup>** al fútbol base distribuidos en:



(1) Se han tenido en cuenta los resultados con puntuaciones de 5 a 10.

(2) Fuente: Informe sobre la Influencia Deportiva, Económica y Social del Fútbol Base. Federación Asturiana de fútbol.



El presente documento ha sido preparado a efectos de orientación general sobre materias de interés y no constituye asesoramiento profesional alguno. No deben llevarse a cabo actuaciones en base a la información contenida en este documento, sin obtener el específico asesoramiento profesional. No se efectúa manifestación ni se presta garantía alguna (de carácter expreso o tácito) respecto de la exactitud o integridad de la información contenida en el mismo y, en la medida legalmente permitida. PricewaterhouseCoopers Asesores de Negocios, S.L., sus socios, empleados o colaboradores no aceptan ni asumen obligación, responsabilidad o deber de diligencia alguna respecto de las consecuencias de la actuación u omisión por su parte o de terceros, en base a la información contenida en este documento o respecto de cualquier decisión fundada en la misma.

© 2018 PricewaterhouseCoopers Asesores de Negocios, S.L. Todos los derechos reservados. "PwC" se refiere a PricewaterhouseCoopers Asesores de Negocios, S.L., firma miembro de PricewaterhouseCoopers International Limited; cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente.