

Finance

Nº #079 • JULIO 2023

BY **AG** DEPORTES

→ **Inversión ambiciosa**

Arabia revoluciona el fútbol con la visión 2030

Cuáles son los motivos detrás de la inversión masiva de Arabia Saudí y la nacionalización de cuatro clubes de la liga

→ **Llegó la Liga EA Sports**

Atractivo acuerdo con la compañía que desarrolla el videojuego de fútbol más exitoso

Empresa especializada en el desarrollo de videojuegos, abandona el mundo virtual para sumergirse en la realidad

Boca Juniors cerró un negocio redondo

ES LA SEGUNDA MARCA QUE FIRMA CON ESTA COMISIÓN DIRECTIVA PÁG 20

...
En qué INVIERTEN
 Los deportistas de élite Trascienden fuera de las canchas a modo de exitosos Empresarios

IDV UNA POTENCIA EN CRECIMIENTO

SE POSICIONA COMO EL SEXTO CLUB CON MAYORES INGRESOS ECONÓMICOS EN SUDAMÉRICA

ARABIA PRO LEAGUE VS MLS

¿QUIÉN SE LLEVARÁ LA VICTORIA POR ESTRELLAS_ ARABIA SAUDITA O ESTADOS UNIDOS?

EL BRITÁNICO MÁS CARO DE LA HISTORIA

EL FICHAJE DEL MEDIOCAMPISTA INGLÉS DECLANRICE SUPERÓ AL DE GREALISH CON EL MANCHESTER CITY

STAFF

CEO:

Dr. Ab. Paulo Morocho

Dirección General:

Ing. Rubén Tello, MSc.

Dirección Editorial:

Ing. Francisco Rodríguez

En esta edición**Colaboradores:**

Neiser Aguayo
Pablo De Aguinaco

Columnistas:

Agustín Seraniti
Alvaro Cueto
David Vivas
Diego Farell
Emilio Huertas
Guillermo Flores
Irene Nogueroles
Karina Espinoza
Luis Guillermo Chauca
Marcela Contreras
Neiser Aguayo
Pablo de Aguinaco

Departamento Comercial:

Ing. Paola Aerts

Edición Gráfica:

Shirley Orejuela Coronel

Publicidad:

publicidad@agdeportes.com

Suscripciones:

suscripciones@agdeportes.com

AG DEPORTES es una marca comercial publicada por la ASOCIACIÓN GLOBAL DE DEPORTES.

Opiniones y comentarios no representan la opinión de AG Deportes ni de su editor responsable por lo que no acepta ninguna responsabilidad en base a lo publicado.

.....

EDITORIAL

En la presente edición número 79, nos encontramos ante un giro trascendental, no solo un simple cambio nominal de “Revista AG Deportes” a “Finance By AG Deportes”, sino una metamorfosis de nuestra esencia editorial.

Desde los albores de este medio de comunicación, fuimos impulsados por una filosofía inquebrantable: la adaptabilidad. En el mundo volátil de la información, la estasis es el preludio del olvido. La complacencia, en el día a día, puede tornarse un obstáculo insuperable para la innovación. Sin embargo, en AG Deportes, juramos nunca sucumbir a la monotonía. Y, aquí estamos, renovándonos una vez más, no por insatisfacción con lo logrado, sino por el insaciable deseo de superarnos.

El foco de esta renovada publicación radica en la intrincada danza de los números y finanzas que, aunque a menudo se percibe como un terreno áspero en la industria del entretenimiento deportivo, lo vemos como una nueva frontera. Y estamos decididamente preparados para conquistarla.

Esta evolución nos recuerda a la expectativa que genera el tener en mano un pasaje a un destino desconocido. En las oficinas de AG Deportes, el aire está saturado de entusiasmo y anticipación. Cada día, surgen ideas frescas, y ya se están gestando entrevistas con corresponsales especializados en esta nueva dirección temática. Prometo, fieles lectores, un futuro editorial repleto de revelaciones y perspicacias.

Agradecido estoy, por permitirnos ser sus compañeros de travesía en este emocionante nuevo capítulo.

DR. AB. PAULO MOROCHO, CEO

MARCAS

Fútbol MAN

Consultora de Fútbol L&M

Soccer Industry

Crypto World Alerts

NFT Review Market

Cripto Sport Gaming

Migrante Ecuatoriano

My Crypto Lawyer

ASOCIADOS

CONTENIDO



04

HÉCTOR BELLERÍN

ÍDOLO DEL BETIS Y DEFENSOR DE CAUSAS SOCIALES REGRESA TRIUNFALMENTE AL CLUB. UN TALENTO EN EL CAMPO, UNA VOZ AUTÉNTICA FUERA DE ÉL



20

BOCA JUNIORS: UNA OPERACIÓN EXITOSA

DESPUÉS DE MUCHO TIEMPO VUELVE A TENER UN NUEVO GLOBAL SPONSOR Y ES LA SEGUNDA MARCA QUE FIRMA CON ESTA COMISIÓN DIRECTIVA



32

LA IMPORTANCIA DEL SOCIAL MEDIA

EL IMPACTO EN LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE CUALQUIER MARCA DEPORTIVA REDUNDA EN BENEFICIOS INTANGIBLES

AG DEPORTES



PAG 06

Arabia revoluciona el fútbol

El Fondo Soberano de Arabia Saudí, conocido como PIF, ha adquirido el 75% de los cuatro clubes más destacados de la liga



DR. AB. PAULO MOROCHO
EUA



ING. RUBÉN TELLO, MSC.
ESPAÑA



ING. PAOLA AERTS
PAISES BAJOS



ING. SHIRLEY OREJUELA
ECUADOR



EMILIO HUERTAS
ESPAÑA



NEISER AGUAYO
ESPAÑA



IRENE NOGUEROLES
ESPAÑA



PABLO DE AGUINACO
ESPAÑA



AGUSTÍN SERANITI
ARGENTINA



DIEGO FARELL
MÉXICO



MARCELA CONTRERAS
MÉXICO



GUILLERMO FLORES
MÉXICO



DAVID VIVAS
ECUADOR



GUILLERMO CHAUCA BR.
ECUADOR

14

Inversión y Resultados

¿Cuánto generó la final entre América vs Pachuca Femenil?

UN BENEFICIO ECONÓMICO DE PARTE DE LA FIFA

PAG 10

UNA POTENCIA EN CRECIMIENTO
INDEPENDIENTE DEL VALLE, UNA DE LAS INSTITUCIONES FUTBOLÍSTICAS MÁS DESTACADAS DE ECUADOR

09

LALIGA EA SPORTS
ELECTRONIC ARTS ABANDONA EL MUNDO VIRTUAL PARA SUMERGIRSE EN LA REALIDAD

12

IMPUESTO A LAS TAQUILLAS
ECUADOR DECRETÓ UN IMPUESTO PARA GRAVAR IVA A LAS ENTRADAS A ESPECTÁCULOS PÚBLICOS

13



16

SAUDI PRO LEAGUE VS MLS
EN ESTA COMPETENCIA POR ATRAER ESTRELLAS DEL FÚTBOL, ¿QUIÉN SE LLEVARÁ LA VICTORIA?

23

LAS APUESTAS DEPORTIVAS
UNA DE LAS MAYORES FUENTES DE INGRESOS EN LA INDUSTRIA DEL DEPORTE

24

REAL MADRID
ACUERDOS CON VARIAS MULTINACIONALES PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL NUEVO ESTADIO

27



PERFILES

HÉCTOR BELLERÍN: MÁS QUE UN FUTBOLISTA

FUTBOLISTA COMPROMETIDO, ÍDOLO DEL BETIS, DEFENSOR DE CAUSAS SOCIALES, REGRESA TRIUNFALMENTE AL CLUB. UN TALENTO EN EL CAMPO, UNA VOZ AUTÉNTICA FUERA DE ÉL. SU FICHAJE EMOCIONA A LA AFICIÓN Y SU ACTIVISMO INSPIRA A LA SOCIEDAD. UN EJEMPLO A SEGUIR DENTRO Y FUERA DEL FÚTBOL.

Héctor Bellerín, el talentoso lateral derecho de origen catalán, ha sido objeto de atención en el mundo del fútbol no solo por sus habilidades en el terreno de juego, sino también por su personalidad auténtica y su compromiso social. Recientemente, su fichaje por el Real Betis ha sido recibido con entusiasmo y emoción, marcando un regreso a su equipo de corazón. Sin embargo, detrás de su éxito futbolístico y su regreso a casa, se encuentra un hombre que va más allá de los estereotipos de los deportistas de élite.

Desde su regreso al Betis, Bellerín ha demostrado que no es un futbolista convencional. A sus 28 años, ha acumulado una experiencia en el fútbol de élite que le ha permitido madurar tanto dentro como fuera del campo. Aunque ha pasado por clubes como el Barcelona y el Sporting de Lisboa, ha mantenido un amor inquebrantable por el Real Betis, el club que considera su verdadera casa.

Su compromiso con el Betis va más allá de lo deportivo. Durante su anterior etapa en el club, Bellerín dejó patente su devoción y cariño hacia la afición verdiblanca. Tras lograr la Copa del Rey en un emocionante encuentro ante el Valencia, Bellerín no pudo contener la emoción y se derrumbó en el campo, abrazado por sus compañeros y familiares. Sus palabras en la despedida revelaron una conexión profunda con el equipo y sus seguidores, y prometió que haría todo lo posible para volver.

Y así lo hizo. Tras su paso por otros clubes, finalmente regresó al Real Betis con un contrato que abarca hasta el 30 de junio de 2027. Su deseo de regresar a casa, dejar atrás la ostentación y la burbuja del fútbol moderno, y volver a conectar con los aficionados demuestra que Bellerín es diferente. Se considera a sí mismo un futbolista de izquierdas, con una fuerte conciencia social, y cree que los futbolistas deberían ser quienes paguen más impuestos, compartiendo así su éxito con la sociedad y contribuyendo al

bienestar colectivo. La personalidad de Héctor Bellerín va más allá del campo de juego. Se muestra como un hombre que no teme cuestionar el sistema y reflexionar sobre temas políticos, sociales y medioambientales. Su preocupación por el medio ambiente y su compromiso con el veganismo y la sostenibilidad son evidentes en su estilo de vida y sus decisiones diarias.

Bellerín ha hablado abiertamente sobre la deshumanización del fútbol moderno, donde los jugadores están alejados de la realidad y la sociedad. Su deseo de humanizar el deporte y acercarse a los aficionados es loable y muestra su autenticidad como persona y como futbolista.

En el terreno de juego, Bellerín es un lateral talentoso y versátil. Su velocidad y habilidades defensivas lo convierten en un jugador indispensable en cualquier equipo. Su capacidad para adaptarse a diferentes esquemas tácticos y su actitud positiva en el campo lo convierten en un líder natural.

Su regreso al Betis ha sido recibido con entusiasmo tanto por los aficionados como por el club. Con su presencia, el equipo contará con un jugador comprometido, dispuesto a darlo todo por los colores verdiblanco y a luchar por cada balón como si fuera el último.

En conclusión, Héctor Bellerín es más que un futbolista. Su personalidad, autenticidad y compromiso social lo hacen destacar en un mundo donde a menudo se valora más la fama y la fortuna que los valores humanos. Su regreso al Real Betis es un capítulo más en su apasionante trayectoria, donde espera dejar una huella positiva tanto dentro como fuera del terreno de juego. En un deporte que a veces parece estar alejado de la realidad, Bellerín es un recordatorio de que los futbolistas también pueden ser voces comprometidas con la sociedad y contribuir a un mundo mejor.

Pablo De Aguinaco

PRIMEROS PASOS

HÉCTOR BELLERÍN COMENZÓ EN EL FC BARCELONA: UN PROMETEDOR INICIO

SU VELOCIDAD PUNTA

HA ALCANZADO UNA VELOCIDAD DE 34,7 KM/H EN EL CAMPO, LO QUE LE CONVIERTE EN MUY DIFÍCIL DE SUPERAR

LA PASIÓN DE BELLERÍN

ES UN APASIONADO DE LA MODA Y LA SOSTENIBILIDAD, PROMOVRIENDO UN ESTILO DE VIDA ECO-FRIENDLY

Arabia revoluciona el fútbol

EL

Fondo Soberano de Arabia Saudí, conocido como PIF, ha adquirido el 75% de los cuatro clubes más destacados de la liga, tomando así el control. La junta

directiva de cada uno de estos clubes estará compuesta por siete miembros, de los cuales cinco serán elegidos por el PIF, mientras que los otros dos puestos serán designados por una ONG que controla el 25% de los clubes.

Existen diferentes motivos detrás de la inversión masiva de Arabia Saudí en el fútbol. Por un lado, está relacionada con la visión 2030 del príncipe heredero, Mohamed bin Salman, cuyo objetivo principal es diversificar la economía del país. El fútbol se ha convertido en una herramienta clave para lograr este propósito, generando ingresos y atrayendo la atención internacional.

Arabia Saudí, además de su incursión en el fútbol, está preparando su desembarco en el mundo del tenis. El Fondo de Inversión de Arabia Saudí (PIF) ha entablado conversaciones con la ATP con el objetivo de realizar inversiones en este deporte, siguiendo la línea de lo que ha hecho en otras disciplinas deportivas.

incursionado en el fútbol al adquirir el Newcastle United el año pasado por una cifra cercana a los 330 millones de euros. También ha incursionado en el golf, con la creación del circuito LIV que ha atraído a algunos de los mejores golfistas del mundo con premios multimillonarios.

El presidente de la ATP, Andrea Gaudenzi, ha confirmado en una entrevista con el Financial Times que ha mantenido "conversaciones positivas" con el PIF para explorar oportunidades de desarrollo de infraestructuras, eventos y nuevas tecnologías relacionadas con el tenis.

Gaudenzi ha destacado la importancia de que los nuevos inversores respeten la historia y los valores del deporte. Subraya que el tenis no es un videojuego ni una película, y es fundamental preservar la integridad y las reglas de este deporte.

Esta no es la primera vez que el tenis se vincula con Arabia Saudí. Se ha especulado con la posibilidad de que las próximas Next Gen Finals, que reúnen a los mejores jugadores sub-21 del mundo, se celebren en Yeda, después de varios años en Milán.

En el pasado, algunos tenistas como Nick Kyrgios rechazaron disputar la Copa Davis para participar en una exhibición en Arabia Saudí, a cambio de una importante suma de dinero. Por otro lado, Andy Murray, tres veces ganador de Grand Slam y ex número uno del mundo, rechazó la posibilidad de jugar en el país saudí, afirmando rotundamente: "No, no jugaré en Arabia Saudí".

En este sentido, la inversión saudí en el deporte no ha estado exenta de críticas. Organizaciones defensoras de los derechos humanos han expresado su preocupación, argumentando que el régimen saudí utiliza el deporte como una estrategia de lavado de imagen y distracción ante las violaciones de derechos humanos en el país y su implicación en la guerra de Yemen. Aunque la diversificación económica es una meta legítima, la inversión en el fútbol se percibe como parte de una estrategia de "soft power" y "sports washing", buscando mejorar la imagen del país en el extranjero.



El PIF, conocido por sus siglas en inglés, ya ha

...
ARABIA SAUDÍ
 QUIERE
 ORGANIZAR UN
 MUNDIAL



Existen diferentes motivos detrás de la inversión masiva de Arabia Saudí en el fútbol. Por un lado, está relacionada con la visión 2030 del príncipe heredero, Mohamed bin Salman, cuyo objetivo principal es diversificar la economía del país.

El impacto de esta inversión en el fútbol aún está por verse. Arabia Saudí espera atraer grandes fichajes extranjeros, elevar el nivel de competencia en su liga y mejorar su posición en el escenario futbolístico mundial. Esto podría resultar en un aumento del interés internacional por el fútbol saudí y un impulso para el desarrollo de jóvenes talentos locales.

Al mismo tiempo, la inversión de Arabia Saudí genera interrogantes sobre la sostenibilidad y la influencia del dinero en el deporte. El fútbol siempre ha sido un escenario donde los equipos compiten en igualdad de condiciones, pero la entrada masiva de capital externo puede desequilibrar la competencia y generar descontento entre otros clubes y ligas.

Arabia Saudí ha dado un paso audaz al invertir en su liga de fútbol, buscando proyectar una imagen moderna y atractiva al mundo. Sin embargo, también se enfrenta a críticas y desafíos éticos. El resultado final dependerá de cómo se gestione esta inversión y de si se logra equilibrar el crecimiento deportivo con la responsabilidad social y los valores éticos que el fútbol representa.

El tiempo dirá si la visión de Arabia Saudí de convertirse en una potencia futbolística se materializa y si logra trascender las críticas y preocupaciones planteadas por las organizaciones defensoras de los derechos humanos. Es fundamental que Arabia Saudí demuestre un compromiso real con los valores deportivos, la transparencia y el respeto a los derechos humanos.

Además, esta inversión podría tener un impacto significativo en el panorama futbolístico global. La llegada de grandes

fichajes extranjeros a la liga saudí podría generar un aumento en la calidad del juego y atraer la atención de los aficionados de todo el mundo. Esto, a su vez, podría llevar a un mayor desarrollo del fútbol en el país y fomentar la participación de la juventud saudí en este deporte.



Sin embargo, es necesario abordar las preocupaciones éticas y asegurar que la inversión en el fútbol no se utilice como una cortina de humo para encubrir otros problemas. Es crucial que se promueva la transparencia en la gestión de los clubes, se respeten los derechos de los jugadores y se establezcan regulaciones sólidas para evitar prácticas injustas o antideportivas.

Pablo De Aguinaco

Arabia Saudí

está llevando a cabo una ambiciosa inversión en el fútbol con el objetivo de convertir su liga en una de las diez más poderosas del mundo. La estrategia incluye la nacionalización de cuatro clubes de la liga saudí y la inversión en otros cuatro clubes para atraer fichajes de renombre internacional.

IDV UNA POTENCIA EN CRECIMIENTO

RENDIMIENTO

El Club Independiente del Valle, una de las instituciones futbolísticas más destacadas de Ecuador, ha alcanzado un hito significativo en el ámbito financiero al posicionarse como el sexto club con mayores ingresos económicos en Sudamérica.

En siete años, IDV recibió 33.740.504 millones de dólares. Poderosos equipos del continente como Flamengo, Palmeiras, River Plate, Boca Juniors y el también brasileño Atlético Paranaense lo superan en el listado de premios.

EN LOS ÚLTIMOS SIETE AÑOS, INDEPENDIENTE DEL VALLE GANÓ TRES TÍTULOS INTERNACIONALES (SUDAMERICANA 2019 Y 2022, LA RECOPA 2023).



Festejo de IDV por haber ganado la primera etapa de la LigaPro, sellando su boleto a la final de junio 2023

Los éxitos deportivos de los Rayados se traducen en ingresos económicos. 2016, 2019 y 2022 fueron los años de mayores ingresos, con los triunfos en la Sudamericana y la final de la Copa Libertadores, IDV ganó 9.915.504 millones, 6.575.000 y 6.650.000, respectivamente.

Diversificación de fuentes de ingreso. Una de las claves del éxito económico, ha sido la habilidad para diversificar sus fuentes de ingresos como: patrocinios, derechos de televisión, taquillas, merchandising y transferencias de jugadores.

Egresos y gestión financiera responsable. Independiente del Valle también ha sido reconocido por su gestión financiera responsable de: salarios de jugadores y cuerpo técnico, gastos operativos, administrativos y desarrollo juvenil.

Inversión con responsabilidad. Adquisición de clubes como el Numancia en España y el Atlético Huila en Colombia con claros ejemplos de su manejo y su expansión visionaria con miras a cosechar éxitos en otras latitudes del mundo. Durante la pandemia en 2020, lograron construir un estadio funcional y establecieron el colegio Reinvented IDV para los 200 futbolistas que residen en su complejo deportivo. La

última inversión del equipo es la residencia para mujeres. Dragonas apunta a seguir el mismo camino que el equipo masculino: convertirse en el formador de nuevos talentos.

Independiente del Valle sueña en grande. En el último ranking de la FIFA, el equipo ocupa el puesto 12 de mejores equipos del mundo. Los premios, títulos y buena formación de su talento humano se suma la posibilidad de vender talento y generar más dinero. El caso más sonado es el de Kendry Páez, con apenas 16 años al Chelsea. Además, tiene el 35% de los derechos de Moisés Caicedo, un talento que no será vendido por menos de 100 millones de dólares en el mercado europeo.

Perspectivas futuras. En una entrevista realizada por un medio de comunicación ecuatoriano en 2019, se le preguntó a Santiago Morales, qué otras prioridades tendría IDV respondiendo "tener un instituto superior o universidad para que los chicos que se gradúan, continúen sus estudios". Con ingresos récord y una gestión financiera responsable, el club se posiciona como un referente en el fútbol ecuatoriano y proyecta un futuro prometedor en el escenario futbolístico continental.

Luis Guillermo Chauca

LA FIFA

POLÉMICA

REALIZÓ PAGOS A LOS LOS CLUBES

LOS EQUIPOS QUE CONTRIBUYERON CON JUGADORES PARA EL MUNDIAL DE QATAR 2022, RECIBIERON UN BENEFICIO ECONÓMICO DE PARTE DE LA FIFA.

La FIFA forma parte de un memorándum junto con la Asociación Europea de Clubes, el cual se extendió hasta 2030 en la Asamblea General de la (ECA), en Budapest, Hungría, en marzo de 2023. "El programa de beneficios para los clubes de la FIFA es un claro ejemplo de como la Copa Mundial de la FIFA tiene un impacto positivo en el fútbol de clubes en todo el mundo", dijo el presidente de la FIFA, Gianni Infantino.

Un total de 209 millones de dólares se repartieron a 440 clubes de todo el mundo, con un

76%, la UEFA fue la confederación con mayor apoyo económico, al obtener 158.9 millones. La segunda confederación con mayor ingreso fue la de ASIA, obtuvieron 23.8 millones de dólares, lo cual es el 11.4%, después fue la CONCACAF con 15.4 millones de dólares con un 7.4%, seguido de la CONMEBOL con 5.8 millones de dólares, que significa 2.8%, seguido de ÁFRICA al percibir alrededor de 4.6 millones de dólares (2.2%), por último fue Oceanía con 95, 816 dólares, solamente con un 0.4%.

837 futbolistas obtuvieron una cantidad diaria de 10.950 dólares, sin importar la cantidad de minutos jugados durante todo el mundial. La cantidad total por jugador se divide, y de igual manera se distribuye a los equipos con los que el jugador se registró en los dos años previos del Mundial de Qatar 2022. Hubo un incremento en comparación del mundial de Rusia de 2018, en ese entonces a cada jugador se le repartieron usd 8,530 dólares. Además en esta ocasión la confederación de Oceanía estuvo presente.

Dentro de las federaciones, Inglaterra fue la de mayor benefició, ya que recibieron 37.7 millones de dólares, lo cual equivale al 23.73% de toda la UEFA, en el segundo lugar fue España con 24.2 millones de dólares, seguido de Alemania con 21 millones de dólares. En la CONCACAF, Estados Unidos lideró la lista con 5.7 millones de dólares, seguido de México con un total de 4.7 millones de dólares.

Argentina, el equipo campeón del mundo, fue el que mayor apoyo tuvo, ya que recibieron un total usd 11, 308,038. Cada jugador obtuvo 394,215 dólares. Francia, subcampeona del mundo consiguió un total usd 10, 643, 882. De igual manera los jugadores percibieron 394,215 dólares.

Todos los equipos de las seis confederaciones

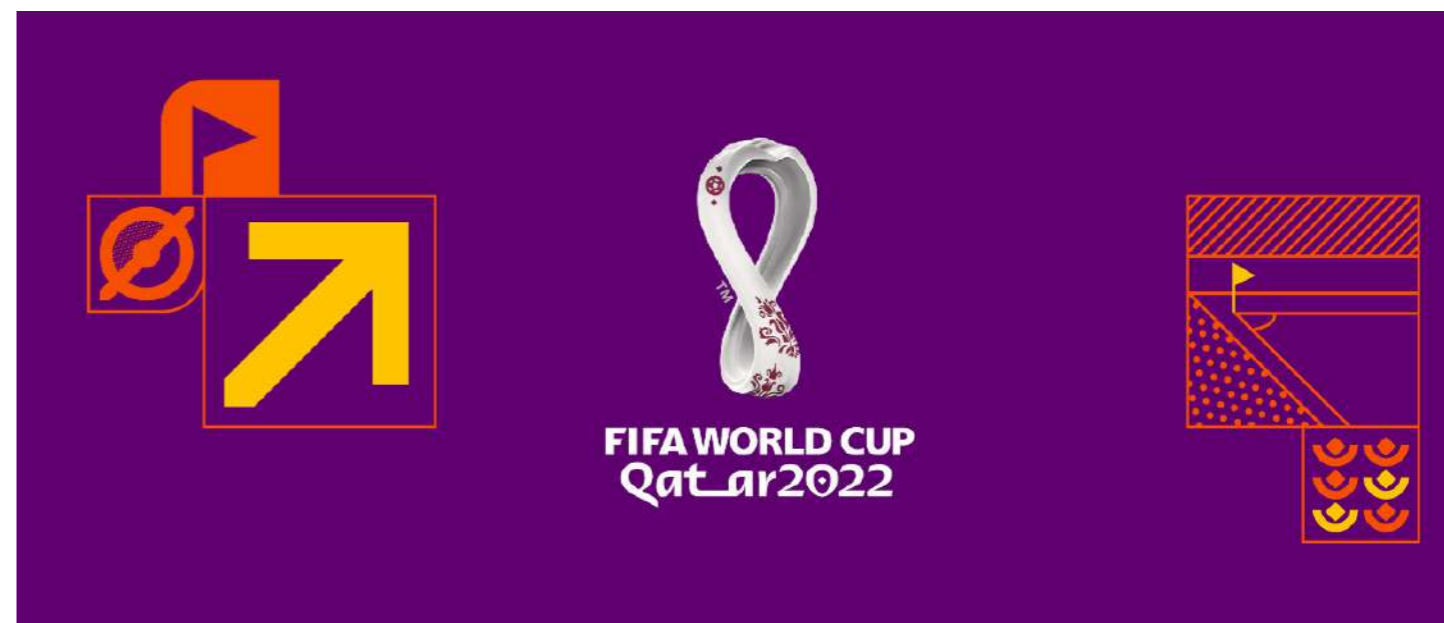
que tuvieron los mayores ingresos respectivamente:

- AFC; Al Sadd SC con 2.817.911 usd
- CAF; Wydad Casablanca con 1.405.305 usd
- CONCACAF; CF Monterrey con 1,168,958 usd
- CONMEBOL; CA River Plate con 1,204,547 usd
- OFC; Wellington Phoenix con 95,816 dólares
- UEFA; Manchester City con 4,596,445 usd

Gianni Infantino, mencionó, "Espero que este informe ayude a visualizar el profundo impacto que este programa tienen los clubes en el fútbol, en línea con nuestra misión de desarrollar aún más el fútbol en todo el mundo, haciéndolo verdaderamente global".

Con la renovación de este acuerdo para las siguientes ediciones de 2026, mundial en Canadá, Estados Unidos y México y la Copa Mundial de 2030, habrá presupuesto de 355 millones de dólares.

Guillermo Flores





LaLiga EA Sports ya es una realidad

Electronic Arts, empresa especializada en el desarrollo de videojuegos, abandona el mundo virtual para sumergirse en la realidad de la mano de La Liga. El organismo presidido por Javier Tebas ha logrado un acuerdo con la marca estadounidense que desbanca al Banco Santander como patrocinador principal del fútbol profesional español.

De esta manera, La Liga logra un patrocinio vigoroso de cara a las próximas cinco temporadas que le asegurará un aumento de las audiencias, objetivo principal de Javier Tebas, gracias a la conexión de los aficionados con videojuegos, como el casi extinto FIFA. Tal y como comentaba el director comercial de LaLiga, Jorge de la Vega, uno de los objetivos es "llegar a audiencias más jóvenes". Por ello, resulta especialmente atractivo el acuerdo con EA Sports, ya que cabe recordar que esta compañía posee y desarrolla el videojuego de fútbol más exitoso y conocido del mundo, con aproximadamente 200 millones de jugadores habituales.

Sin embargo, Electronic Arts no ha sido la única compañía interesada en patrocinar al máximo organismo del fútbol español. Empresas

relacionadas con las criptomonedas también han mostrado su interés por complementar el nombre de la competición. A pesar de ello, LaLiga decidió alcanzar un acuerdo con EA de cara a ese objetivo ya mencionado anteriormente; las audiencias. Esto es algo que no sorprende a día de hoy, pues tan solo hay que recordar como Javier Tebas ha tratado de convertir a la Liga Española en la más internacional del mundo, abriendo sus fronteras y cambiando los horarios habituales de los grandes partidos de la competición para que puedan ser televisados en países asiáticos, algo que ha sido internamente criticado en la Península, pero que ha generado grandes beneficios a La Liga.

A partir de este mes de julio, la Primera División del fútbol español pasará a conocerse como "LaLiga EA Sports", la Segunda División pasará a ser "LaLiga Hypermotion" y la "LaLiga Promises" se convertirá en "LALIGA FC Futures". Todos estos cambios traerán consigo un aumento de los ingresos. La Liga recibirá alrededor de 30 millones de euros gracias a este nuevo patrocinio, 10 más de lo percibido en los acuerdos anteriores. Además, se prevé que sea la competición que más aumente sus ingresos de cara a la temporada 2023/2024, con 3.400 millones de euros sumando derechos televisivos, patrocinios o ingresos por taquillas, un 3% más que la temporada pasada, según el informe Annual Review of Football Finance.

Álvaro Cueto

LigaPro tendrá Impuesto a las taquillas

El Gobierno Nacional de Ecuador decretó un impuesto para gravar con un IVA del 12% las entradas a espectáculos públicos y con un 15% a los operadores de pronósticos deportivos

La Corte Constitucional de Ecuador - por disolución de la Asamblea - aprobó, previa revisión, la aplicación de la nueva Ley Orgánica para el Fortalecimiento de la Economía Familiar a partir del 1 de julio del 2023. La reforma tributaria consiste en el cobro del 12% de Valor al Impuesto Agregado (IVA) en las taquillas correspondientes a espectáculos públicos. De esta manera; en los cines, conciertos y partidos de fútbol se deberá pagar un valor adicional en las entradas. Además, los operadores de pronósticos deportivos también deberán pagar un 15% de IVA sobre la base imponible de acuerdo con el valor de los premios.

La medida tributaria está en vigencia a pesar de la formal oposición manifestada en un comunicado por parte de la Federación Ecuatoriana de Fútbol en conjunto con la Liga Profesional. Los titulares de ambas instituciones aducen que la medida afectará a la sostenibilidad de los clubes y al desarrollo del fútbol en el país. El director del Servicio de Rentas Internas (SRI), Francisco Briones; justifica el cobro asumiendo que los espectáculos públicos son entretenimiento y no un servicio de primera necesidad. Además, el funcionario aclaró que los eventos académicos, artísticos y culturales se mantendrán exentos del IVA.

De esta manera, para la esperada re-

anudación de la LigaPro de Ecuador existirán nuevos valores en la venta de entradas. El público en general tendrá que pagar un 12% adicional para acceder a las programaciones por desarrollarse en los distintos estadios del país a partir de la segunda etapa. La fase 2 del torneo nacional iniciará durante la primera semana de agosto y la vigente Reforma Tributaria significaría un duro golpe para la economía de todos los involucrados en el fútbol ecuatoriano. Si en la actualidad los aficionados en Ecuador no colman estadios con su presencia; un impuesto adicional reducirá más la ya mermada asistencia.

El precio de las entradas para los partidos de la LigaPro de Ecuador oscila entre los USD 6 y USD 20 entre las localidades más frecuentes (general, tribuna, palco). Es decir que, con la aplicación de vigente Reforma Tributaria, existirá un significativo aumento de USD 0.72 a USD 2.40 aproximada-

mente. Sin tomar en cuenta que los clubes, al ejercer la localía y programación, ajustan el costo de las entradas por la trascendencia del partido y la coyuntura o instancia del campeonato.

La Ley Orgánica también abarca el cobro del 15% en concepto de IVA a las actividades dedicadas a los pronósticos deportivos; casas de apuestas nacionales y apostadores en plataformas extranjeras específicamente. Según la medida tributaria, las operadoras de pronósticos nacionales deberán pagar el 15% sobre la base imponible -ingresos totales sobre premios pagados-. Mientras que los usuarios de operadoras de pronósticos internacionales tendrán que responsabilizarse del mismo porcentaje impuesto al momento de realizar su apuesta

David Vivas





Liga BBVA MX Femenil

Inversión y

Resultados

La gran final del Clausura 2023 de la LIGA BBVA MX Femenil, América vs Pachuca, plasmó el crecimiento económico y de aficiones, de la liga y los clubes a partir de la inversión en proyectos sólidos.

América y el vuelo al campeonato. El Club América Femenil es uno de los seis equipos de la liga que mayor inversión económica tiene al año, destinando entre 16 y 25 millones de pesos mexicanos. A partir del 2022,

la Directora Deportiva del club, Claudia Carrión, comenzó a renovar la plantilla americanista con grandes jugadoras de la misma liga, como Katty Martínez, convirtiéndola en una mejores pagadas en la liga con un salario de alrededor de 150 mil pesos mensuales, con mexicanoestadounidenses de gran calidad como Nicki Hernández y, extranjeras de talla mundial como Andrea Pereira y Aurèlie Kaci.

Aunado a esto, en el 2023, América generó un acuerdo internacional en conjunto con el OL Reign de la National Women's Soccer League y el Olympique Lyonnais de la Division 1 Féminine, con la finalidad de impul-

sar el fútbol femenino.

Una apuesta integral de las Tuzas. A pesar de no lograr aún el campeonato, Pachuca es también uno de los seis equipos de mayor inversión de la liga mexicana, en sus filas tiene a futbolistas como la pentapichichi Jennifer Hermoso, fichada en el 2022 tras dejar al Barcelona, en donde ganaba 120.000 euros al año; o el caso de una de las máximas referentes y única pichichi mexicana, Charlyn Corral, a quien repatrió en 2021 y percibe un salario entre los 60 mil y 120 mil pesos.

También han invertido de manera significativa en sus jugadoras menores, tanto de la Sub-18

como del primer equipo. De acuerdo con El Economista, la institución destina entre 25 mil y 30 mil pesos al mes por jugadora, en los cuales se incluyen gastos de vivienda, alimentación y formación académica.

¿Cuánto generó la final entre estos clubes? Al ser una final inédita, con dos equipos protagonistas desde el inicio de la liga, conformados por extraordinarias futbolistas, generó grandes expectativas, logrando que se anunciaran un total de nueve marcas: Caliente, GNP, AT&T, BBVA, Tecate, VISA, Saba, Corona y Codere.

Las expectativas se cumplieron y la final del torneo Clausura 2023, entre América y Pachuca, generó más de 34.2 millones de pesos, siendo la de mayor impacto económico en la historia de la liga.

La respuesta de la afición. El crecimiento de la LIGA BBVA MX Femenil se ve reflejado en el interés de la afición, a partir de la asistencia en los estadios y del rating en las transmisiones.

La final de vuelta del Clausura 2023, celebrada en el Estadio Azteca, rompió el récord de asistencia de la liga al lograr un aforo de 58,156 personas, para dicho encuentro, la entrada fue al dos por uno, con un precio de 50 pesos, de acuerdo con el club los boletos se agotaron, sin embargo, la entrada se vio mermada por la reventa.

Haciendo un comparativo respecto a la primera final, llevada a cabo en 2017, en el Estadio Akron, entre Chivas y Pachuca, esta albergó un total de 32,466 asistentes y los accesos fueron distintos: 50 pesos al público en general, 25 pesos para los abonados y entrada gratuita para las mujeres.

Por otro lado, de acuerdo con HR ratings, el rating total del encuentro fue de 3.6 millones de personas que tuvieron tres opciones para sintonizarlo: el 63% lo hizo a través del Nueve de TV abierta, el 31% en TUDN y el 3% por la plataforma VIX.

Marcela Contreras



Katty Martínez: resultados dentro y fuera de la cancha

Katty Martínez Abad debutó y se consolidó en la Liga BBVA MX Femenil, jugando para Tigres, se convirtió en la máxima goleadora del equipo al llegar a 95 anotaciones, logró un título de goleador y fue cuatro veces campeona de la liga.

Al terminar su contrato con Tigres, se especuló sobre una posible negociación entre el club y el América, en la que la futbolista era parte de un intercambio con Sebastián Córdova, si bien fueron movimientos distintos, el impacto que tuvo en los medios de comunicación y la afición habla del crecimiento de la liga.

Se unió a las filas del América en el Clausura 2022, convirtiéndose en la jugadora mejor pagada del equipo con alrededor de 120 mil a 150 mil pesos mensuales.

En lo futbolístico, Katty "Killer" Martínez, llegó a los cien goles en su primer torneo con las águilas y, fue campeona con América en éste Clausura 2023, siendo la jugadora de la final, al anotar tanto en la ida como en la vuelta.

La futbolista, además de ser atleta Adidas, también ha realizado campañas y colaboraciones con marcas como Play Station y, en el 2022 se convirtió en embajadora de Kavak con un 70% en acciones y un 30% de capital, siendo la tercera deportista mexicana en sumarse a la empresa, después de Guillermo Ochoa y Sergio Pérez.

9

jugadores de raíces africanas que juegan en la Selección Francesa

- 1..... Kylian Mbappé (PSG)
- 2..... Upamecano (Bayern de Múnich)
- 3..... Tchouameni (Real Madrid)
- 4..... Ousmane Dembelé (FC Barcelona)
- 5..... Koundé (FC Barcelona)
- 6..... Eduardo Camavinga (Real Madrid)
- 7..... Konaté (Liverpool)
- 8..... Youssouf Fofana (Chelsea)
- 9..... Kolo Muani (Eintracht Fráncfort)

Neiser Aguayo



El FC Barcelona y su gran apuesta por el fútbol femenino

Desde su profesionalización en 2015, el equipo culé es pionero en esta área

El FC Barcelona ha logrado destacar notablemente en el ámbito del fútbol femenino, tanto a nivel de resultados deportivos como económicos. Desde que se coronó en 2021 Campeón de Europa, el club se ha convertido en el primer equipo español de la historia en ganar este campeonato, ganando así crecimiento y popularidad. Bajo el liderazgo de Jonatan Giráldez, el Barça ha sido capaz de conseguir títulos importantes además de atraer a marcas y patrocinadores. Gracias a esto, según un informe de Deloitte, el equipo femenino del club catalán ha sido el que más facturación ha generado a nivel global en la temporada 2021-22, alcanzando los 7,7 millones de euros.

Además de sus logros deportivos, el Barça ha establecido numerosos acuerdos con reconocidas marcas internacionales, tales como Nike, Estrella Damm, Gatorade, Stanley, Coca Cola, entre otras. Además, con la incorporación de la marca Bimbo, cuyo logo se exhibe en la manga del equipo femenino, la entidad culé ha recibido una suma de 3,5 millones de euros, que podría aumentar dependiendo de algunas

variables.

Según declaraciones del club, estas inversiones por parte de las marcas anteriormente mencionadas representarán ingresos de hasta 8 millones de euros para el equipo durante la temporada 2022-23. Según el informe anual de cuentas del Barça, se espera que el equipo femenino cierre este período con ganancias aproximadas de, al menos, 150000 euros, lo que demuestra la buena rentabilidad del equipo culé en este área. Estos datos van acompañados de un notable incremento en la exposición mediática de todas sus estrellas, en especial de Alexia Putellas, quien ha sido elegida como la mejor jugadora del mundo por segundo año consecutivo.

Si comparamos diferentes equipos femeninos españoles, los ingresos del Barça superan de forma estratosférica los ingresos de los otros clubes de LaLiga. Por ejemplo, si lo comparamos con el Real Madrid, el equipo culé supera en cinco veces los 1,4 millones de euros

del conjunto merengue en este ámbito. Según el informe mencionado de Deloitte en la directiva del Real Madrid se llegó a un acuerdo para duplicar el presupuesto en el equipo femenino en un intento por acercarse al Barça, pero aún resulta insuficiente. También supera por mucho al Atlético de Madrid, el cuál apenas tiene una facturación de unos 100000 euros de media cada temporada. Por su parte, la entidad culé ha estado invirtiendo más que nunca en esta sección, lo que ha desembocado que en la presente temporada destinara 12 millones de euros a este ámbito, siendo uno de los clubes europeos que mayor presupuesto ha dedicado al fútbol femenino.

Por otra parte, si tenemos en cuenta equipos fuera de España, el Manchester City registra el segundo nivel más alto de ingresos (5,1 millones de euros), seguido por el PSG (3,6 millones de euros), Arsenal (2,2 millones de euros) y Tottenham (2,1 millones de euros).

De esta manera, el Barça continúa

siendo el club referente a seguir de los demás equipos. En 2015 la entidad dio el visto bueno para profesionalizar su sección femenina, convirtiéndose así en el primer club en hacerlo. Desde entonces, ha experimentado un crecimiento en todos los aspectos, tanto económico como deportivo.

Su éxito económico está estrechamente relacionado con su gran impacto social, popularizando el fútbol femenino hasta haber conseguido récords importantes como el haber llenado estadios de gran capacidad en diversas ocasiones. Además, los logros deportivos han influido de forma positiva en esta etapa: han disputado tres finales europeas en los últimos cuatro años, siendo subcampeonas en dos ocasiones y ganando un título en una ocasión. A nivel nacional, han conseguido ganar tres Ligas, tres Copas y dos Supercopas. Estos títulos nacionales e internacionales se suman a su extenso palmarés, que incluye siete Ligas, nueve Copas y dos Supercopas.

Neiser Aguayo

AG DEPORTES

CON LOS SERVICIOS DE:

**ALLMEDGROUP
CORP**

*Ingresar a
EEUU*



**ASESORÍA LEGAL
EMPRESARIAL Y DE MERCADO**

EXPANDE TU NEGOCIO, EMPRESA O PRODUCTO AL
MERCADO DE CONSUMO MÁS GRANDE DEL MUNDO, TEN
PRESENCIA EN LOS ESTADOS UNIDOS.

WWW.ALLMEDGROUP.ORG

SOCCER

ENTER

**FÚTBOL
MAN**

WWW.FUTBOLMAN.COM

FINANCIA TU CARRERA

CRIPATOMONEDA DEL PROFESIONAL | EQUIPO DE FÚTBOL



MANAGERSDEFUTBOL.COM | REPRESENTACIÓN

ASESORÍA DE REPUTACIÓN DEPORTIVA



Negocio Redondo

Boca Juniors sella una operación exitosa

El Club Atlético Boca Juniors, después de mucho tiempo, vuelve a tener un nuevo Global Sponsor. Se trata de Betsson, una empresa de origen sueca... como aquella bandera en un barco que le dio los colores azul y oro al club de La Boca.

Betsson es una importante casa de apuestas online que está incursionando en el mundo del fútbol. Fue Sponsor de la Copa América 2021, por ejemplo. Ahora su nombre estará en la franja dorada de la camiseta xeneize. El contrato es por 18 meses, es decir, hasta de fines de 2024. A Boca le ingresará la gran cifra de US\$7.5 millones.

Es la segunda marca que firma con esta Comisión Directiva presidida por Jorge Amor Ameal. La primera fue la empresa de telecomunicaciones DIRECTV, la cual se posa en la parte trasera de la camiseta, debajo del número, para ser más específico. El contrato se firmó

en marzo de 2023. En principio, es hasta 2025 y con 2,5 millones de dólares por año.

Boca venía de casi un año sin un Sponsor en su pecho, el último fue Qatar Airways. La compañía aérea finalizó su contrato a finales de junio del 2022. El vínculo fue de 4 años y le generó 28 millones de dólares a la institución, distribuidos en 7 millones por temporada.

Volviendo a la actualidad, Betsson debutó de manera oficial con un triunfo 4-0 frente a Monagas, por la Copa Conmebol Libertadores de América, que le dio el primer puesto del Grupo F al xeneize. Por si fuera poco, ya cuentan con un título en su haber. Las Gladiadoras, equipo femenino de fútbol, se quedaron con el título local, tras vencer 1-0 a UAI Urquiza y se convirtieron en las tricampeonas del fútbol argentino.

Riquelme demostró lo enorme que fue como jugador y lo sagaz que es para los negocios

El partido de despedida de Juan Román Riquelme era algo que todos los hinchas de Boca estaban esperando. El 10 colgó los botines en diciembre del 2014, con la camiseta de Argentinos Juniors. Por cuestiones políticas, el máximo ídolo del xeneize no se pudo despedir en el patio de su casa, como él dice. Por suerte, para Román y para los hinchas, la vida da revancha.

Hoy en día, Riquelme es parte de la política del club. Ya nadie le



JESPER SVENSSON, CEO DE BETSSON GROUP, SOBRE BOCA: "ES EL EQUIPO MÁS ESTIMADO DE SUDAMÉRICA. FUE EL HOGAR DE DIEGO MARADONA Y OTROS JUGADORES NOTABLES QUE LLEVARON A BOCA A SER UN EQUIPO ICÓNICO. NOS ASOCIAMOS CON LA MARCA DEPORTIVA MÁS RECONOCIDA DE AMÉRICA LATINA".

pudo negar su partido. El 25 de junio, por fin, tuvo su homenaje, "Un partido para toda la vida" fue el nombre que eligieron. La Bombonera se vistió de fiesta, como en cada fin de semana, para disfrutar de un partido entre las glorias de Boca y la Selección Argentina. En el equipo xeneize se encontraban: Carlos Bianchi, Rodrigo Palacio, Mauricio Serna, Hugo Ibarra, Clemente Rodríguez, Blas Giunta, Oscar Córdoba y Walter Samuel, entre otras glorias. Por el lado de Argentina: Lionel Messi, Ángel Di María, Lionel Scaloni, Leandro Paredes, Pablo Aimar, con la dirección técnica de Alfio "Coco" Basile y José Pékerman. Con todas estas figuras en cancha, Boca presentó a su nuevo sponsor, jugada maestra... de ambas partes. ¿Qué mejor publicidad que esa?

La despedida fue a cancha repleta, por ende, tuvo una enorme recaudación, como era de esperar. Las entradas tenían un costo de US\$30, para la popular; US\$60 las plateas altas; US\$100 plateas medias y bajas; y US\$140 los palcos preferenciales. Esto supone una recaudación de US\$3.000.000, aproximadamente. Todo esto queda para el homenajeado, ya que, el club se hace cargo de todos los gastos que conlleva

organizar un evento, como lo es la seguridad, entre otras cosas.

Riquelme tuvo un gesto de grandeza y de agradecimiento hacia la institución de la cual es hincha. El 10 decidió donar todos los ingresos al club. En principio, se hará cargo de los gastos de la organización del evento y lo que sobre será invertido en el predio que Boca posee en Ezeiza. Puntualmente, será para la construcción de un gimnasio para las divisiones inferiores. Los más jóvenes son una parte importante en la gestión Riquelme y se ve reflejado en el equipo de primera división.

En este mismo predio se quiere construir un hotel para que los jugadores concentren allí. Este proyecto está desde que el club adquirió el lugar, pero por diferentes motivos no se logró hacer. Tanto Ameal como Riquelme quieren llevar a cabo este proyecto, de una vez por todas. Según el presupuesto económico financiero y de inversiones, a esta obra se le destinarán una cifra cercana a US\$2.500.000. Con esta inversión el club logrará bajar los gastos en alojamiento previo a los partidos. Además, contará con lugar para los familiares de los jugadores y un restaurante.



La Copa no es solo una obsesión

Hace más de 15 años que la Copa le es esquivo al xeneize, la séptima tanda en llegar. En esta edición 2023, los dirigidos por Jorge Almirón ya están en Octavos de Final, luego de quedar primeros en su grupo. Todos saben lo que significa la CONMEBOL Libertadores para este club, a nivel deportivo, pero ahora también supone un gran ingreso económico.

La Copa Libertadores reparte un total de US\$207.800.000 en

premios, un 21% más que la anterior edición. Boca recibió 3 millones de dólares por participar de la Fase de Grupos, además, recibió un plus de US\$300.000 por partidos ganados, lo que sumó un total de US\$1.200.000. Seguir avanzando en la competición genera muchos más ingresos, USD 1.250.000 por los Octavos de Final, USD 1.700.000 en Cuartos, USD 2.300.000 en la Semifinal, USD 7.000.000 por ser Subcampeón y el Campeón se lleva un premio de USD 18.000.000.

Ser el campeón de la competición más importante de América, también da la posibilidad de jugar la Recopa. Este torneo reparte USD 2.700.000 entre el primero y el segundo. Triunfar en la Libertadores, también, te da un lugar en el Mundial de Clubes, lo que significa USD 1.000.000 por participar. Real Madrid, el último campeón del mundo, recibió USD 5.000.000 por el título.



- CONMEBOL -
COPA AMERICA
2021

betsson

Las casas de apuestas online cada vez más presentes en el mundo del fútbol

La casa de apuestas online está pisando fuerte en Latinoamérica. Comenzó siendo sponsor de la Copa América Brasil 2021, que quedó en manos de Argentina, siendo el primer gran título de Lionel Messi, con la Selección.

En Argentina, además de Boca Juniors, también es sponsor de Racing Club de Avellaneda. La academia firmó un contrato de un año por US\$ 600.000. La marca se ubica en parte trasera de la camiseta.

Desembarcó en Chile para ser parte de su selección y así acompañarlos en el camino a Qatar 2022, que finalmente no pudieron conseguir la clasificación. Colo Colo, uno de los equipos más grandes del país, también tuvo a Betsson en su gloriosa camiseta, por un año. Además, la empresa sueca, fue el Naming Sponsor del Campeonato del Ascenso, como también lo hizo en la Primera División de Perú.

Agustín Seraniti

NUESTRA APUESTA

SAUDI PRO LEAGUE *VS* MLS

NUESTRA OPINIÓN ACERCA DE ESTE DUELO ENTRE LIGAS



éxito comercial, la atención y el talento son el motivo por el que las ligas de fútbol compiten constantemente alrededor del mundo

Las ligas de fútbol alrededor del mundo compiten constantemente por atención, talento y éxito comercial. En los últimos años, la Liga Saudí Pro y la Major League Soccer (MLS) han surgido como fuerzas contrastantes, cada una con sus propias ambiciones y estrategias para atraer jugadores y aficionados. Adentrémonos en la dinámica de estas dos ligas y exploremos sus características únicas.

La Liga Saudí Pro, respaldada por importantes recursos financieros, ha buscado destacar en el escenario futbolístico global. Con acuerdos lucrativos y salarios tentadores, han logrado convencer a destacadas

estrellas de unirse a sus filas. El fichaje de Cristiano Ronaldo por Al-Nassr y las incorporaciones posteriores de jugadores como N'Golo Kanté y Karim Benzema han captado titulares y elevado el perfil de la liga. El atractivo de recompensas económicas sustanciales ha sido fundamental para atraer a jugadores de renombrados clubes de todo el mundo.

A pesar del poderío financiero exhibido por Arabia Saudita, la MLS sigue decidida a dejar huella. La llegada de Lionel Messi, quien se unió al Inter Miami, generó impacto en el mundo del fútbol. Si bien la presencia de Messi en la MLS sin duda atrae atención y prestigio, la liga aún enfrenta desafíos para convencer a otros jugadores de primer nivel de elegir América del Norte sobre las tentadoras ofertas de Arabia Saudita.

En esta competencia por atraer estrellas del fútbol, ¿quién se llevará la victoria: Arabia Saudita o Estados Unidos? Para AG Deportes: la MLS.

Pablo De Aguinaco



**ESTRELLAS COMO
CRISTIANO RONALDO Y LIONEL
MESSI COMPITEN EN LA
SAUDI PRO LEAGUE Y LA MLS
RESPECTIVAMENTE, CAPTANDO
ATENCIÓN MUNDIAL**



DATOS CURIOSOS

- 01 ALBA REDONDO (LEVANTE UD)
- 02 RACHEAL (MADRID CFF)
- 03 OSHOALA (FC BARCELONA)
- 04 CAROLINE (REAL MADRID)
- 06 MAYRA (LEVANTE UD)
- 07 SHEILA (VILLARREAL CF)
- 08 MARTÍN-PRieto (SEVILLA FC)
- 09 IRINA (FC LEVANTE LAS PLANAS)

25 máximas goladoreanas de la Liga Femenina española en la temporada 22/23

- 05 ESTHER (REAL MADRID)
- 10 TATIANA (LEVANTE UD)

Las apuestas deportivas, una industria en auge en España

Las apuestas deportivas ya no son un pasatiempo, se han convertido en una de las mayores fuentes de ingresos en la industria del deporte. Con el crecimiento de las plataformas online y la legalización en diferentes países, el mundo de las apuestas se hace cada vez más fuerte.

Según revela Forbes, durante el año 2019, el mercado de las apuestas en España movió más de 2.000 millones de dólares entre apuestas legales e ilegales. Y es que los operadores online y las salas de juego han experimentado un crecimiento anual constante del 20% desde 2012, multiplicando sus ingresos por 2,5 en tan solo seis años.

El volumen actual de apuestas deportivas en España asciende a 742 millones de euros. El Anuario del Juego, respaldado por datos de 2017 y elaborado en colaboración entre la Fundación Codere y la Universidad Carlos III, nos muestra que esta forma de entretenimiento ha experimentado un sólido crecimiento durante seis años consecutivos.



Karina Espinoza

- 11 SALMA (FC BARCELONA)
- 12 GRAHAM (FC BARCELONA)
- 13 AMAIUR (REAL SOCIEDAD)
- 14 RASHEEDAT AJIBADE (ATLÉTICO DE MADRID)
- 15 PINA (FC BARCELONA)
- 16 JENSEN (REAL SOCIEDAD)
- 17 AITANA (FC BARCELONA)
- 18 ROLFÖ (FC BARCELONA)
- 19 LUDMILA (ATLÉTICO DE MADRID)
- 20 GABI (MADRID CFF)
- 21 ERIKA (LEVANTE UD)
- 22 BLOM (UDG TENERIFE)
- 23 ANITA (VALENCIA FÉMINAS CF)
- 24 ÁNGELA SOSA (REAL BETIS)
- 25 MARTÍ (ALHAMA CF EL POZO)

Irene Nogueroles



El nuevo Santiago Bernabéu le costará al conjunto blanco entre 800 y 1000 millones de euros

EL AÑO EN QUE GANÓ EN LO DEPORTIVO Y EN LO ECONÓMICO

REAL MADRID



ARABIA SAUDÍ Y EL GOLF: ¿LAVADO DE IMAGEN?

La inversión de Arabia Saudí en el golf genera controversia debido a las preocupaciones de que pueda ser utilizada como una herramienta de lavado de imagen y desvío de atención de las violaciones de derechos humanos en el país. La reciente fusión con el PGA Tour ha planteado interrogantes éticos sobre el equilibrio entre el desarrollo deportivo y la responsabilidad moral.

Pablo De Aguinaco



El Real Madrid llegó a un acuerdo con varias multinacionales, entre ellas Sixth Street y Legends Hospitality para la correcta puesta en marcha del nuevo estadio del conjunto blanco

El conjunto blanco supo cómo sobresalir en lo deportivo, demostrando su autoridad en Europa y en LaLiga

El Real Madrid terminó el año 2022 de forma exitosa tanto en términos deportivos como financieros. El equipo blanco finalizó la pasada temporada agregando a su palmarés la decimocuarta UEFA Champions League, después de vencer al Liverpool FC por 1 a 0 en el Stade de France, en Saint-Denis. Además, obtuvieron el título de liga, logrando así una temporada deportiva impecable.

Pero como hemos dicho antes, en el ámbito económico, el club no se quedó atrás. Durante el ejercicio 2021-2022, el Real Madrid registró beneficios por tercer año consecutivo, alcanzando un saldo neto de 13 millones de euros. Esto se produjo gracias a que sus ingresos aumentaron en un 10%, alcanzando una cifra de 722 millones de euros, además de su resultado bruto de explotación, el cual ascendió a 203 millones de euros.

No obstante, el club aún enfrentó los desafíos derivados de la pandemia del Covid-19 y no logró alcanzar los niveles anteriores a la misma. Además, las cuentas del Real Madrid reflejaron las limitaciones ocasionadas por la remodelación

en curso del Estadio Santiago Bernabéu, la cual continuó según lo planeado durante el año 2022, permitiendo la celebración de partidos en dicho estadio.

La deuda neta, excluyendo el proyecto de remodelación del estadio, se situó en 46 millones de euros, lo que significa que el club redujo su deuda neta en 310 millones de euros durante el ejercicio 2021-2022. Por otro lado, la tesorería del club a 30 de junio de 2022 ascendió a 425 millones de euros, sin tener en cuenta el proyecto de remodelación del nuevo Santiago Bernabéu

Por otra parte, el club merengue aplicó una serie de medidas de contención de inversiones y gastos, destacando el acuerdo con Sixth Street y Legends Hospitality. En dicho acuerdo, el Real Madrid cede el 30% de las ganancias de los eventos que acoja el nuevo Bernabéu durante 20 años a cambio de unos 360 millones de euros. Esto permitió que el club blanco cierre el año en positivo, con un beneficio de 13 millones de euros.

Neiser Aguayo

Invierte en Criptomonedas

ASESORÍA BLOCKCHAIN ETHEREUM & BITCOIN

Contratos inteligentes, Creación de colección de NFTs,
Trading corporativo, DAO (Organizaciones descentralizadas), Token de tu negocio o empresa

BEORUS CORPORATION

 WWW.BEORUS.COM



RENDIMIENTO

5 Equipos europeos que más han gastado en este mercado de fichajes

02 PARIS SAINT-GERMAIN

Después de la salida de Leo Messi, los de la capital francesa han desembolsado una cantidad total de 155 millones de euros para traer a jugadores como Manuel Ugarte (60 millones), Lucas Hernández (45 millones), Hugo Ekitiké (28,5 millones), Kang-in Lee (22 millones) y Xavi Simons (4 millones). Además, al club parisino han llegado jugadores que se han quedado sin equipo esta temporada como pueden ser Marco Asensio o Milan Skriniar.

04 REAL MADRID

Los blancos han fichado a dos mediocentros para renovar su centro del campo. Las dos promesas del panorama futbolístico actual, Jude Bellingham y Arda Guler han llegado al equipo blanco por 103 y 20 millones de euros respectivamente. Además, el conjunto dirigido por Ancelotti también ha apostado por traer a dos de los jugadores revelación de LaLiga: Fran García, procedente del rayo Vallecano por 5 millones de euros y Joselu, que tras una gran temporada en el Espanyol, llega a préstamo por 500000 euros. En total, los merengues han desembolsado un total de 128,5 millones de euros hasta el momento.

Neiser Aguayo

01 ARSENAL

El club inglés se coloca en primera posición en este ranking con una cantidad total desembolsada de 231,60 millones de euros. Los gunners han traído a tres jugadores por el momento. En primer lugar, destaca el fichaje de Declan Rice, el cual llega del West Ham por 116,60 millones de euros. En segundo lugar, el fichaje de Kai Havertz por 75 millones, procedente del Chelsea. Por último, para reforzar la defensa, Jurrien Timber llega del Ajax por 40 millones tras hacer una gran temporada en el equipo neerlandés.

03 TOTTENHAM

Los Spurs han invertido un total de 136,3 millones en fichajes este mercado. El club inglés capitaneado por Harry Kane contará la próxima temporada con los servicios de James Maddison, el cual llega del Leicester por 46,3 millones de euros; Pedro Porro, que llega del Sporting de Lisboa por 40 millones; Dejan Kulusevski, proveniente de la Juventus por 30 millones y con Vicario, que llega del Napoli por 20 millones de euros.

05 LIVERPOOL

Los Reds no han hecho muchos movimientos en este mercado de fichajes. Sin embargo, la cantidad desembolsada en sus dos únicos fichajes hasta el momento le convierte en el quinto club que más ha invertido en la compra de jugadores. Los fichajes de Alexis Mac Allister (42 millones de euros) y de Dominik Szoboszlai (70 millones) llegan con el objetivo de recuperar el nivel perdido en la pasada temporada, después de haberse quedado fuera de los puestos de Champions y de haber perdido jugadores importantes como Mané y Firmino.



ANTES DE JUGAR
La estrategia de ganar

SR sergioramirezrosaldo.com



Buy Now at
amazon.com



SOCIAL MEDIA: LA IMPORTANCIA EN EL NEGOCIO DEPORTIVO

El impacto del social media en la estrategia de comunicación de cualquier marca deportiva redundará en beneficios intangibles como pueden ser la lealtad o el brand awareness, pero también incide de forma capital en beneficios tangibles tan importantes como el incremento de las ventas, la visibilidad o las interacciones con los fans

Las redes sociales están instauradas en nuestra sociedad, y el sector deportivo no es ajeno a ellas. Son muchas las ventajas y funcionalidades que dichas redes sociales ofrecen a una marca deportiva. A continuación, vamos a analizar algunas de ellas desde la perspectiva del sector deportivo:

VISIBILIDAD

Nuestros fans no están solo en los estadios, también los encontramos navegando continuamente por Internet. Y estos fans pasan cada vez más tiempo consumiendo contenidos en las redes sociales. ¿Cómo llegar a ellos? Planteando una estrategia de social media centrada en la visibilidad, ya que las redes sociales actuarán como altavoz para acercar nuestro mensaje al público

INCREMENTO DE VENTAS

Con la llegada del e-commerce, un servicio que ahora incluso está integrado en las propias plataformas sociales, las marcas deportivas tienen la oportunidad

de llevar su producto o servicio a cualquier rincón del mundo de una forma sencilla y segura. En este sentido, las redes sociales desempeñan un papel fundamental, ya que tienen una gran incidencia en la intención de compra de los usuarios.



Una de las técnicas más potentes para incrementar las ventas la encontramos en las campañas de social ads, lo que comúnmente conocemos como publicidad en redes sociales. Dado su potencial, es aprovechado por la mayoría de las marcas que están presentes en los social media, como es el caso de la NFL. La National Football League logró aumentar sus ventas gracias a una campaña de social ads en Facebook, una promoción que resultó muy efectiva entre los aficionados al fútbol americano.

CAPACIDAD DE CONECTAR CON NUESTROS FANS

Internet ha puesto a nuestra disposición la posibilidad de llegar a nuestros seguidores más allá de lo físico: nos da la oportunidad de escucharlos, hablarles e interactuar con ellos de distintas formas. Adaptar nuestro discurso y tono a cada plataforma y, sobre todo, a nuestros seguidores, será clave para que nuestra marca se diferencie del resto.

MARCA PERSONAL

Vivimos en una era en la que el branding personal es clave para cualquier persona que trabaje o quiera trabajar en el mundo del deporte, ya sea como deportista profesional, periodista o cualquier otra especialidad relacionada con el sector. De ahí nace la importancia capital de trabajar nuestra marca personal con el objetivo de ser más conocidos en el sector o en el deporte que practicamos, obtener mayor visibilidad de cara a conseguir patrocinios o nuevas ofertas y acercarnos a nuestros seguidores para que conozcan a la persona que hay detrás del profesional. En definitiva, es una práctica esencial para alcanzar nuestras metas.

El canal de Drafteados es un referente en los social media del sector del baloncesto, en el que, gracias a la calidad de la información que difunden, han logrado construir una comunidad de seguidores muy sólida y fiel.

INMEDIATEZ

Si hay algo intrínseco a las redes sociales (y a las nuevas generaciones) es la inmediatez, el también llamado real time. Queremos estar informados de lo que pasa en el mundo constantemente y de forma inmediata. Esto exige a las marcas deportivas el esfuerzo de estar en constante comunicación con sus seguidores a través de los social media. Para ello, plataformas como Twitter o formatos como stories de Instagram, son adecuados para informar a nuestros fans de forma inmediata y cercana.

CREADORES DE OPINIÓN

Internet les ha dado a todos los usuarios la posibilidad de opinar y, sin duda, las redes sociales son el máximo exponente de esta herramienta. Basta con haber creado un perfil en cualquier plataforma social para poder opinar y crear corrientes de opinión (o tratar de hacerlo, ya que no es sencillo posicionarse como un creador de opinión respetado). Esto se acentúa sobre todo en conocidos youtubers o celebrities, quienes con solo publicar un post sobre cualquier tema sobre el que estén o no realmente informados, son capaces de crear una corriente de opinión, generar conversación, debate y un sinfín de interacciones con dicha publicación. Es uno de los poderes –y también riesgos– de los social media: el poder influenciar a toda una comunidad de seguidores con tan solo un tuit.

Emilio Huertas



En qué invierten los futbolistas de élite

El actual y vanguardista mundo del fútbol produce exuberantes cantidades de dinero. Los deportistas de élite trascienden fuera de las canchas a modo de exitosos empresarios

El mediático entorno que envuelve al deporte más popular del mundo genera numerosas inversiones por parte de los futbolistas de las mejores ligas europeas; lugares en los que el flujo de dinero se sustenta en una industria denominada fútbol. La sociedad del consumo se concentra en las masas para capitalizar por medio de los fanáticos del 'Deporte Rey' y sus involucrados. Durante las últimas décadas; las marcas de prestigio potenciaron la venta de sus productos a través de acuerdos comerciales con los deportistas más famosos del momento.

Sin embargo y en la actualidad; los futbolistas deciden emprender por su propia cuenta en lugar de limitar su nombre a una marca en específico. Los acuerdos comerciales de la industria con los clubes dependen de los intereses individuales de sus jugadores. La llegada de Lionel Messi a Estados Unidos significa una 'jugada maestra' en la gestión de imagen de un deportista. El astro del fútbol mundial marcó un precedente al rechazar la friolera cantidad aproximada de USD 400 millones al año; para terminar aceptando un contrato con el Inter de Miami en la Major League Soccer (MLS) a cambio de USD 60 millones por temporada. Las inversiones del goleador 'albiceleste'; entre derechos de imagen y bienes raíces, significarían un ingreso mayor a lo propuesto desde el Golfo Pérsico. El Campeón del Mundo con Argentina en Qatar 2022 entiende

que su imagen personal es la inversión más rentable.

Hoy por hoy existen un sinnúmero de emprendimientos sustentados por deportistas a la vanguardia de la tecnología. Tal es el caso del mediocentro del Real Madrid Tony Kroos; quien dirige una aplicación digital usada como canal para la capacitación de los entrenadores de categorías infantiles juveniles. La 'Tony Kroos Academy' generará importantes ingresos por patrocinio y tendrá sedes en las ciudades alemanas de Colonia, Rostock y Múnich. De todas maneras; la rentabilidad no es garantía y el ejemplo de Andrés Iniesta lo manifiesta. El español de 39 años se desvinculó recientemente del Vissel Kobe de Japón después de 5 temporadas; pero desde 2010 y durante su estadía en el FC Barcelona decidió, junto a su entorno familiar, invertir en el negocio vinícola. El futbolista manchego patentó la bodega de vinos 'Andrés Iniesta' y registró déficit financiero desde su creación según varios reportes mercantiles. Sin embargo, 'El Cerebro' supo solventar las pérdidas con inversiones en otras actividades económicas: sector inmobiliario, acciones en cotizadas empresas y los ineludibles derechos de imagen; que resultan la inversión más rentable para los futbolistas de élite.

David Vivas



Declan Rice, el británico más caro en la historia

Fichaje que superó al de Grealish con Manchester City, equipo que también buscó sus servicios

Una sorpresa que ya se venía cocinando desde hace ya varios meses atrás es el fichaje de mediocampista inglés, Declan Rice, con el Arsenal; pues sus números con "Los Hammers" lo respaldan como uno de los mejores centrales de la Premier League, con un total de 245 partidos disputados con el uniforme de "The Irons" y ganador de la UEFA Europa Conference League pasada, luego de vencer a la Fiorentina de la Serie A de Italia en el Fortuna Arena de Praga. Retomando el tema del mercado de fichajes, los casi 118 millones de euros pagados por el Manchester City al Aston Villa por Jack Grealish hace un par de campañas lo convertían en el jugador más caro en la historia de la liga. Ya no lo es. La oferta del Arsenal que aceptó el West Ham United, ronda por los 121 millones de libras, más bonus.

Curiosamente, la adquisición del centrocampista con el Arsenal se une a los otros dos fichajes más caros en la historia de la liga inglesa. Con información de DAZN, los otros dos futbolistas son:

Jack Grealish. – El Manchester City rompió el mercado en 2021, el récord lo ostentaba su vecino y rival odiado, el United, con la llegada del futbolista francés, Paul Pogba, Grealish, quien fue anunciado con el '10' de los citizen, llegó del Aston Villa tras una soberbia campaña y con la apuesta de apuntalar a la plantilla campeona de la Premier League.

Paul Pogba. – El Manchester United, en 2016, puso 105 millones de euros a la Juventus de Turín sobre la mesa por hacerse de los servicios del mediocampista galo, siendo un jugador con un toque de pelota prodigioso y un físico perfecto para el fútbol inglés. ¡Soberbio!

Diego Farell

ALGODÓN
PREMIUM

Clothes Baby



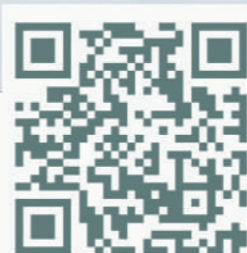
AgeCotton

Lujo silencioso, amor audible

Ropa saludable, sutil y elegante es lo que aporta AgeCotton, para que los padres se preocupen en el amor evidente y fuerte.

www.agecotton.com

📍 Miami | Estados Unidos



Scan For
More
Information



PLATAGE

Compra ahora!
TIENDA ON LINE



La sabiduría
de la
naturaleza
para los
sabios de la
vida.



MEDICAMENTOS PARA ADULTOS MAYORES



CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y
PRODUCCIÓN DE MEDICAMENTOS PLATAGE S.A

www.medicamentosplatage.com