

GRADO EN ECONOMÍA

Curso 2022/2023

ECONOMÍA DEL DEPORTE: ANÁLISIS DEL MERCADO DEL TENIS Y SU IMPACTO ECONÓMICO

Autor

Pablo Gurtubay Oliver

Director

Xabier Gainza Barrencua

Bilbao, a 22 de junio de 2023



RESUMEN

El siguiente Trabajo de Fin de Grado busca estudiar la manera en la que la economía y el deporte se entrelazan, explorando las principales características de su mercado y utilizando herramientas y conceptos económicos en el ámbito del deporte profesional. La importancia de esta rama de la economía reside en la gran influencia que tiene la organización de eventos deportivos para las economías tanto locales como nacionales y su implicación para las decisiones empresariales y políticas públicas. Asimismo, en este proyecto se estudiará el mercado del tenis profesional, haciendo hincapié en las características de su mercado laboral y el balance competitivo del circuito profesional y finalizará con un breve análisis del impacto económico de este deporte, usando el ejemplo del US Open como torneo de referencia.

Palabras clave

Economía del deporte, impacto económico, balance competitivo, eventos deportivos, mercado del tenis, Grand Slams, ATP, desigualdad económica, igualdad de género.

ABSTRACT

The following Final Degree Project seeks to study the way in which economics and sport are intertwined, exploring the main characteristics of its market and using economic tools and concepts in the field of professional sport. The importance of this branch of economics lies in the great influence that the organization of sporting events has on both local and national economies and its implication for business decisions and public policies. Likewise, this project will study the professional tennis market, emphasizing the characteristics of its labor market and the competitive balance of the professional circuit, and will end with a brief analysis of the economic impact of this sport, using the example of the US Open as a reference tournament..

Keywords

Sport economics, economic impact, competitive balance, sport events, tennis market, Grand Slams, ATP, economic inequality, gender equality.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
1.1 Presentación y objetivos	4
1.2 Metodología	5
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1 Deporte y sociedad	7
2.2 La Economía del deporte	8
2.2.1 El mercado del deporte	9
2.2.2 El producto deportivo	11
2.2.3 El mercado de trabajo: balance competitivo	14
2.3 Medición del impacto económico del deporte	17
3. CASO DE ESTUDIO: TENIS	19
3.1 Historia del tenis	19
3.2 Marco Institucional	20
2.2.1 Las reglas de juego	21
3.3 Igualdad de género	23
3.4 Mercado del tenis	25
3.4.1 Mercado de trabajo	28
3.4.2 Patrocinio, medios de comunicación y talento	31
3.4.3 Los circuitos profesionales	33
3.4.4 Balance competitivo	35
4. IMPACTO ECONÓMICO DEL TENIS	38
4.1 Impacto socioeconómico del tenis femenino	38
4.2 Impacto económico directo	40
4.2.1 Industria del tenis y el US Open	41
4.2.2 Empleo y fiscalidad	43
4.2.3 Infraestructura e instalaciones deportivas	44
4.2.4 Análisis de los resultados	45
5. CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	45
5.1 Conclusiones generales	45
5.1 Futuras líneas de investigación	47
BIBLIOGRAFÍA	49
ANEXO: BASES DE DATOS	58

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Presentación y objetivos

El desarrollo de los deportes profesionales y la evolución de sus mercados han sido la esencia de la economía del deporte. Aunque los eventos deportivos y las competiciones hayan existido desde la antigüedad, su atractivo surgió a partir del siglo XIX, con su organización formal y la retransmisión por radio de estos (Mondello y Pedersen, 2003). La globalización de la economía del deporte, así como la gestión deportiva o la sociología del deporte, son áreas de investigación relativamente nuevas. Esta globalización fue el resultado de tres tendencias: la ampliación de las vacaciones anuales a los trabajadores, lo que llevó a un aumento de la participación de la sociedad en las diferentes actividades de ocio; la retransmisión televisiva de los espectáculos deportivos, creando así una industria nueva con gran potencial que daba acceso a eventos internacionales y la aparición de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (Andreff, 2008).

A pesar de que los deportes de equipo dominen en popularidad, el tenis ha experimentado un incremento del 4,5% del número de jugadores, alcanzando en 2021 los 87 millones. Este deporte cuenta con 115.584 clubes y 578.681 pistas oficiales, lo que lo convierte en uno de los deportes más practicados y con mayor número de infraestructuras del mundo (ITF, 2021b). Gracias al impacto de la política y al auge del consumismo de libre mercado, el tenis ha roto con su tradición elitista y se ha convertido en un deporte de masas. El tenis ha dejado de ser un deporte sólo para las clases sociales más altas, a medida que se ha ido comercializando y consecuentemente aumentando su popularidad (Zhai, 2022).

A lo largo de la carrera se han podido estudiar, tanto de manera obligatoria como optativa, asignaturas de diversas disciplinas económicas. Ejemplos de estas son la Economía Pública, Economía Regional o la Economía de la Información. Sin embargo, la enseñanza de esta ciencia social que es la economía del deporte, a pesar de no estar presente en la gran mayoría de planes de estudio del grado en las universidades, es de gran importancia de cara a la gestión y organización de entidades deportivas, así como la distribución eficiente de recursos y la producción.

Este trabajo de investigación no necesariamente busca promover esta disciplina como posible asignatura en un futuro, pero si quiere despertar un interés en los lectores analizando su

importancia e impacto económico. Por lo tanto, se busca examinar en profundidad y comprender las diversas dimensiones financieras y sociales que derivan de la práctica deportiva. ¿Es realmente importante estudiar al deporte como una rama de la economía? ¿Cuánto difieren sus características del resto de mercados?

En este sentido, a lo largo del trabajo de fin de grado se llevará a cabo un análisis de la literatura existente de la economía del deporte y un posterior estudio de la aplicación de esta en el caso del tenis profesional. Dentro del marco teórico se tratarán temas como las características del producto deportivo, sus recursos y flujos financieros, concluyendo el capítulo con la presentación de los diferentes instrumentos de medición del impacto económico deportivo.

Centrándose en el mercado del tenis, se analizará la estructura del mismo, así como la importancia de la competitividad en los resultados económicos. Asimismo, dentro de este capítulo también se pretende dar una visión de la economía del tenis desde una perspectiva institucionalista, presentando un análisis institucional de este deporte y sus consecuentes repercusiones socioeconómicas. Igualmente se estudiará de manera comparativa la importancia e influencia del tenis femenino. Finalmente, a diferencia de los capítulos previos, se realizará un breve estudio más cuantitativo de su impacto económico a modo de presentación y reflexión sobre el tamaño del mercado del tenis profesional en la economía mundial, usando como objeto de estudio el torneo de tenis más prestigioso de los Estados Unidos, el US Open.

1.2 Metodología

Tal y como se ha expresado en el apartado anterior, para la realización de este trabajo se utilizará una combinación de enfoques cualitativos y cuantitativos. Dentro del análisis teórico, se revisará en profundidad la literatura existente de la economía del deporte, de tal forma que sirva como contextualización de la rama económica para su posterior aplicación al caso de los diferentes circuitos y actividades económicas del tenis. Se sintetizarán conceptos relevantes para el estudio del impacto económico de este deporte y las diferentes técnicas de investigación utilizadas hasta el momento.

Tras una exhaustiva búsqueda bibliográfica, se colocará esta investigación en un contexto histórico de tal forma que se logre realizar un análisis con datos actualizados hasta la fecha.

En este trabajo se busca entender al deporte, más concretamente al tenis, como un sector económico significativo. Se observará el balance competitivo, lo que permitirá averiguar la estructura del mercado para revelar la distribución de la cuota de mercado entre los diferentes agentes económicos partícipes. Para ello, se ha usado el Índice de Gini para representar numéricamente la magnitud de dicha distribución y la Curva de Lorenz para representarla gráficamente.

Por una parte, el Índice de Gini es una herramienta de medición de la desigualdad de ingresos de la población, comúnmente utilizada por los economistas para cuantificar la concentración de los ingresos y se expresa de la siguiente manera:

$$IG = \left| 1 - \sum_{k=1}^n (X_k + X_{k-1})(Y_k - Y_{k-1}) \right|$$

Siendo la X la proporción acumulada de la población (en este caso tenistas) e Y la proporción acumulada de ingresos (en este caso ingresos promedio de los diferentes veintiles¹). Por otra parte, la Curva de Lorenz es una representación gráfica del reparto de renta y muestra la relación entre la proporción acumulada de la población y de ingreso (X e Y)².

En el apartado final, para poder realizar un análisis cuantitativo del impacto económico del tenis, más concretamente del torneo del US Open, se observarán los resultados de los estados financieros de la empresa organizadora del evento, con el objetivo de recopilar información acerca de los diferentes gastos e ingresos de explotación que tiene uno de los eventos más importantes del tenis profesional. Complementariamente, se realizará un breve estudio del impacto fiscal de dicho torneo a modo de presentar una mayor fiabilidad al resultado del impacto económico del evento.

¹ Se calculó el Índice de Gini con una muestra de 1056 tenistas masculinos y 1056 tenistas femeninas. Para facilitar los cálculos se dividió a estas muestras en veintiles y se calculó el ingreso promedio de cada uno.

² Así, si a cada proporción de la población le pertenece la misma proporción de ingresos, es decir, $X_i = Y_i$ para todo i , la curva de desigualdad forma una línea de 45°, también conocida como la recta de equidistribución. De esta manera, cuanto más cerca esté la curva de dicha recta, más igualitario se considera la distribución de ingresos analizada. (Lizárraga, 2013)

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Deporte y sociedad

El deporte³ ha demostrado ser un pilar esencial en el desarrollo de las sociedades modernas. En la actualidad, las diferentes modalidades de la actividad física han impulsado la creación de identidades colectivas e individuales llegando tanto a unificar cómo separar a los diferentes colectivos de la población. En este sentido, la práctica deportiva está caracterizada por poseer una gran cantidad de recursos y valores que fomentan las relaciones de cooperación social y conocimientos mutuos (Pérez y Muñoz, 2018).

El deporte tiene un impacto cultural significativo, ya que los diferentes eventos deportivos unen a personas de diferentes clases sociales y origen, creando una sensación de comunidad. Así como el fútbol es una forma de expresión cultural en países como Brasil o España, las diferentes naciones del mundo tienen deportes característicos y representativos. De hecho, los triunfos de los deportistas de un país son considerados como éxitos nacionales⁴. En el mismo orden de ideas, el historiador Eric Hobsbawn (1991) señaló la importancia del deporte en el nacimiento e inculcación de los sentimientos nacionales, así como su influencia en la creación de las naciones modernas.

Este fenómeno cultural siempre ha estado presente en la evolución del ser humano, de una forma u otra, siendo adaptado por las necesidades y llegando a jugar un papel muy importante en la sociedad. Gracias a su creciente relevancia económica y social, a día de hoy el deporte forma parte de la literatura de muchos campos de investigación, como la medicina, psicología e incluso la economía.

Debido a la atracción y espectacularidad que despierta el deporte, el entramado social moderno se ha deportivizado (García Ferrando, 2006). Tal y como argumenta el Dr. Klaus Heinemann (1993), el deporte ha pasado de ser únicamente una actividad de ejercicio físico sujeto a determinadas normas, a desarrollarse como un producto de consumo, volviéndolo un objeto de interés económico y social. De hecho, usando de referencia la encuesta de hábitos deportivos elaborada por la División de Estadísticas y Estudios del Ministerio de Cultura y

³ Curiosamente, la palabra deporte deriva del antiguo *deportarse*, cuyos significados son divertirse o descansar, pudiendo ser considerado este último significado antagónico a la actividad física. A su vez esta palabra proviene del latín *deportare*, refiriéndose a transportar o incluso distraer la mente, y no fue hasta el siglo XX, con la necesidad de traducir del inglés, *sport*, que resucitó la palabra que tanto se utilizará a lo largo de este trabajo, *deporte*. (Corominas, 1987)

⁴ Un claro ejemplo es el de Rafa Nadal, cuyos éxitos despiertan una sensación de nacionalismo en los espectadores.

Deporte (2022), se observa que el 74,8% de la población asistieron a eventos deportivos o accedieron a ellos por medios audiovisuales (el 84% de la población masculina y el 66,1% de la población femenina). Los resultados de esta misma encuesta demuestran que aproximadamente 6 de cada 10 personas de 15 años en adelante practicaron deporte en el último año (57,3% de forma periódica u ocasional), lo que significa un incremento de 3,8 puntos porcentuales respecto a 2015.

Según Capretti (2011), el deporte es un concepto *sui generis*⁵, dotado de una notable capacidad de penetración cultural y se puede analizar tanto desde una dimensión social macro como micro. Por una parte, desde el punto de vista macro, esta autora sostiene que se pueden analizar las prácticas físico-deportivas como sistemas de relaciones y defiende que el deporte ya no es un simple hecho lúdico, sino que también puede interpretarse como un hecho político, jurídico, científico y económico con gran influencia en lo social. Por otra parte, desde una dimensión micro, Capretti (2011) argumenta que la actividad física favorece la gestión de impulsos antagónicos (socialización e individualización) y la construcción de la personalidad e identidad.

2.2 La Economía del deporte

La pretensión de este apartado es ofrecer una introducción a la rama de la economía dedicada al estudio y análisis de la actividad física, comúnmente conocida como economía del deporte. En ausencia de una definición unánime, la economía del deporte puede ser analizada desde muchos puntos de vista. Sin embargo, tras un proceso de investigación, aquella descripción que refleja apropiadamente su esencia es la propuesta por el autor Arias, F. (2009) en su artículo “Analogía entre el sistema económico y el deporte de élite”, que dice así:

“La Economía del Deporte es una rama de la ciencia económica, que estudia la utilización de recursos escasos por parte de los miembros de una sociedad, para la producción, distribución y consumo, de bienes y servicios deportivos, o relacionados con dicha actividad”

El marco teórico de esta rama proporciona un enfoque estructurado con el que se pueden analizar los aspectos económicos del deporte y abarca varias áreas de la economía, como la microeconomía, la macroeconomía, la economía del comportamiento o la teoría de juegos,

⁵ Dicho de una cosa: De un género o especie muy singular y excepcional. (RAE, 2023)

entre muchas otras. Rodríguez (2012) justifica el estudio del análisis económico del deporte debido a la existencia de un proceso productivo (oferta) y unos consumidores del producto deportivo (demanda). En otras palabras, los deportes de equipo e individuales son un proceso económico en el que participan varios agentes dentro de un mercado específico.

En este contexto, el economista Ross Booth (2009), de manera similar, defiende la enseñanza y el valor de la economía del deporte desde dos puntos de vista diferentes, pero no mutuamente excluyentes. Por una parte, puesto que muchos estudiantes demuestran más interés en el deporte que en la economía, la combinación de ambas puede resultar incluso atractiva, pudiendo involucrarles en esta ciencia social. Por otra parte, la segunda escuela de pensamiento según el autor es que, al tratarse de un sector con una gran cantidad de datos disponibles, este puede ofrecer pruebas de mucha utilidad para el análisis y creación de teorías económicas. Siguiendo esta línea, otro defensor de la economía del deporte es el autor Roger G. Noll (2006). Él argumenta que la enseñanza e investigación de la economía del deporte se benefician de la gran oferta de retos teóricos y empíricos en microeconomía aplicada. Muchas de las contribuciones académicas de este campo tratan en profundidad la eficiencia de las políticas públicas, políticas de competencia y las relaciones laborales, entre muchos otros aspectos. Noll (2006) destaca la importancia social que tiene el deporte como razón de estudio y afirma que su amplio interés popular se extiende hasta los economistas académicos. “Los economistas son de los pocos afortunados que pueden combinar los negocios con el placer, haciendo del deporte un elemento de su carrera”(Noll, 2009, p.3).

2.2.1 El mercado del deporte

A diferencia de otras ramas de la economía, la economía del deporte tiene características “peculiares” que la caracterizan. Este término fue introducido por Walter C. Neale en 1964 en su artículo “The peculiar economics of professional sports”, donde analizó la teoría de la empresa en el marco de la competición deportiva. Basándose en ciertas premisas de Rottenberg (1956), el cual es considerado el autor pionero de la economía del deporte, Neale (1964) presentó una paradoja dentro del mercado competitivo del deporte, a la que bautizó como la “Paradoja Louis-Schmeling”.

Para poner en contexto, Joe Louis y Max Schmeling fueron dos boxeadores y protagonistas de los dos mayores combates históricos de los años treinta. Joe Louis, boxeador

afroamericano, sin ninguna derrota a su espalda, era considerado para muchos el mejor boxeador del momento. Su estatus era doblemente heroico dado que representaba la imagen del hombre negro liberado. Max Schmeling, por su parte, fue un boxeador alemán que, a pesar de no ser defensor del partido nazi, fue quien representaba a Alemania . Estos dos atletas se vieron enfrentados uno al otro en dos ocasiones, siendo la segunda la pelea por el título mundial de peso pesado. Debido a la inestabilidad económica, política y social de entonces, estas peleas eran percibidas por el público como una lucha entre la libertad y el fascismo (Drake, 2012). Para la sorpresa de muchos, Schmeling se alzó con la primera victoria, pero fue Louis quien lograría el título oficial ganando el segundo combate al alemán.

Según Neale (1964), la posición de mercado ideal para una empresa es la de monopolio, tanto por los beneficios económicos como por la comodidad. Sin embargo, dado que existen leyes antimonopolio o antitrust⁶, la posición ideal real sería la más cercana al monopolio que estas leyes permiten. En otras palabras, una empresa estará mejor cuanto menos competencia tenga. No obstante, la paradoja surge debido a que en el deporte, la competencia es necesaria para maximizar beneficios. Usando los combates de Louis y Schmeling como analogía, el autor quiso demostrar que, ante una situación de monopolio, Louis no habría tenido contrincante y por lo tanto no habría maximizado los beneficios potenciales. Para poder ofrecer un producto atractivo para el público, ambos boxeadores se necesitaban mutuamente.

A diferencia de cualquier otro tipo de empresa, los equipos o jugadores, dependiendo de la modalidad del deporte y entendiendo a estos como empresas deportivas, no buscan el aumento de la cuota de mercado mediante la expulsión de la competencia. En los deportes, los equipos no pueden tener éxito ni prosperar sin una competencia estable, en la cual se consiga que las diferencias de calidad de juego no sean demasiado grandes entre los miembros de la liga o torneo.

“La naturaleza de la industria es tal que los competidores deben ser aproximadamente del mismo "tamaño" si quieren tener éxito; esto parece ser un atributo único de los deportes de competición profesionales.”

- Simon Rottenberg, 1956, p.242

En un intento de definir a los equipos y las ligas en términos económicos, Neale (1964) llega a la conclusión teórica de que cada deporte profesional es un monopolio natural, o como él

⁶ El artículo de Neale fue escrito en base a la legislación estadounidense en materia de competencia.

las denomina, empresa multiplanta. En el mismo orden de ideas, este autor afirma que existe un paralelismo entre la liga y las asociaciones comerciales, puesto que ambos toman decisiones conjuntas para maximizar beneficios a pesar de estar compuestas de empresas jurídicamente separadas. En derecho, la empresa puede ser considerada como la persona, grupo de personas u organización con derecho a poseer bienes y contratar, mientras que en economía, se considera empresa a la unidad de toma de decisiones cuyo principal objetivo es el beneficio. Sin embargo, en la industria del deporte, las unidades de “toma de decisiones” y de “obtención de beneficios” son distintas. Por una parte la empresa es quien obtiene los beneficios y la liga toma las decisiones en un proceso de venta cooperativa⁷. (Neale, 1964)

En contraposición con Neale (1964), Sloane (1971) considera a la liga y los equipos miembros como un cártel más que como una empresa multiplanta. En su artículo “The economics of professional football”, el autor argumenta que en la gran mayoría de los deportes profesionales, los equipos tienen una notable interdependencia mutua, la cual se ve reflejada en los acuerdos financieros de las ligas. Desde su punto de vista, el hecho de que los equipos produzcan conjuntamente un producto, no es condición suficiente ni necesaria para analizar la industria como si la liga fuese una empresa. De hecho, al analizarla de esta manera, se exagera la interdependencia mutua y se ocultan algunos conflictos que surgen con regularidad, como por ejemplo entre los clubes pequeños y grandes. Al fin y al cabo, los equipos o jugadores pueden llegar a competir en eventos deportivos organizados fuera de la liga, los cuales son considerados una fuente de ingresos muy importante.

2.2.2 El producto deportivo

Una de las muchas características del producto deportivo es la falta de unidad de medida. Según Rottenberg (1956), el producto deportivo es el juego, medido por el número de clientes que asisten y por lo tanto, por los ingresos que generan. En este sentido Neale (1964) señala que las empresas deportivas fabrican un producto indivisible a partir de los procesos separados de dos o más empresas (de derecho) y coincide con que las localidades forman parte de los ingresos principales de los equipos.

⁷ En el mundo del deporte, cada liga o torneo de cada uno de los deportes tiene sus propias normas y restricciones, por lo que la capacidad de “toma de decisiones” difiere.

En el modelo estándar, el valor del output de una empresa es una multiplicación entre un vector de cantidad y un vector de precios. Sin embargo, en los deportes, Cairns et al (1986) señalan que estas mismas medidas de producción no son aplicables. Es necesario una relación entre rendimiento y asistencia para poder valorar adecuadamente la producción deportiva. No obstante, tratar el rendimiento como una parte del producto puede plantear complejidades, sobre todo teniendo en cuenta que de esta manera, los consumidores se convierten en una parte del proceso productivo⁸.

A lo largo de los años, el concepto de producto deportivo ha ido evolucionando, mas nunca ha llegado a perder una de sus muchas cualidades, su complejidad. Siendo el deporte uno de los pilares principales de la industria del ocio, este producto tiene una serie de características propias: es un bien intangible, efímero, subjetivo, se consume casi simultáneamente, perecedero (ya que las localidades no vendidas no se pueden trasladar al futuro mediante la acumulación de existencias (Cairns et al, 1986)), tiene un atractivo universal y es un bien ambivalente en el sentido de que favorece a la economía, tanto como bien de consumo como de bien intermedio. (Pedrosa Sanz y Salvador Insúa, 2003, pp. 64-65)

Tal y como se muestra en el tabla 1, a pesar de que el partido, o espectáculo deportivo sea considerado como el “principal” producto deportivo para la mayoría de académicos, existe una gran variedad de productos deportivos (característicos y conexos) presentes en la vida cotidiana de las personas y dicha tipificación implica la existencia de más de un tipo de bien, postura que difiere de las anteriormente mencionadas. De esta manera se puede analizar y cuantificar con mayor exactitud el impacto en el desarrollo de la economía de mercado en las sociedades modernas.

Tabla 1

TIPIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS DEPORTIVOS, POR GRUPOS			
Oportunidades deportivas	Equipamiento deportivo	Prestación de servicios	Productos complementarios
<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones deportivas • Infraestructura: medios de transporte y carreteras 	<ul style="list-style-type: none"> • Aparatos • Ropa • Accesorios • Alimentación 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje de la disciplina deportiva • Entrenamiento / ejercicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Espectáculos deportivos (entretenimiento) • Información sobre los sucesos deportivos y la

⁸ El “ambiente” que crean los consumidores del bien al asistir al partido puede contribuir positivamente al rendimiento de los jugadores y por lo tanto, aumentan el valor del output deportivo.

aparcamientos instalaciones para suministro y evacuación .../... • Entornos deportivos: casa-club local social puntos de venta de ropa y aparatos deportivos .../... • Organización: servicios administrativos contactos exteriores recursos .../...	• Material informático y otros medios auxiliares	• Promoción de talentos • Asesoramiento sobre programas, iniciación en los aparatos, ... • Asistencia: medicina deportiva .../... • Manifestaciones deportivas: competiciones regatas fiestas .../...	práctica deportiva • Publicidad y patrocinio • Seguros • Loterías y apuestas • Asistencia médica de las lesiones y enfermedades ocasionadas por la práctica deportiva • Productos no comerciales: salud sentimiento de identidad nacional/local deporte como medio de socialización .../...
--	---	--	---

Fuente: Heinemann (1998, pp. 30-31)

Otra curiosidad del producto propio de esta economía es el hecho de que el consumo tiene lugar al mismo tiempo que la última etapa del proceso productivo (no hay producto hasta que se celebra el partido). A su vez, el consumo del producto deportivo genera una serie de flujos financieros y complejas interacciones entre los agentes económicos que interactúan en el mercado del deporte. (Pedrosa Sanz y Salvador Insúa, 2003, pp. 66)

Según Heinemann (1993), el consumo del deporte presenta una serie de expectativas de utilidad. Por una parte, los individuos buscan favorecer su salud, por lo que pagan por este bien con la creencia de poder beneficiarse en el corto y largo plazo. Asimismo, el deporte es para muchos la posibilidad de sentir su cuerpo, por lo que la vivencia del mismo es considerada como otra razón de consumo. Este autor finaliza este listado de razones con la que considera la más significativa, las emociones y sensaciones que el deporte provoca en la población. Las sociedades modernas son altamente consumistas, debido a las experiencias y bienestar que este consumo les genera. En este contexto, en un mundo en el que cada vez las vidas de los individuos están más reguladas, los eventos deportivos, o shows, producen un efecto de incertidumbre e interés en sus consumidores. Cabe recalcar las normas que rigen el mercado de trabajo de los jugadores cuyo objetivo es garantizar dicha incertidumbre y atractivo.

2.2.3 El mercado de trabajo: balance competitivo

Asimismo, tal y como se ha mencionado anteriormente, una empresa deportiva no puede generar ingresos o utilidades aisladamente, sino que necesita un proceso de cooperación de otra empresa para ofrecer el producto (el partido). Para poder garantizar la competencia, autores como Sloane (1971) defienden la necesidad de restricciones en el mercado de trabajo de los deportistas. Sin embargo, Rottenberg (1956), tras analizar la relación del deporte y la economía en su artículo “The baseball player 's labour market”, escrito en 1956 y publicado en el *Journal of Political Economy*”, llegó a otra conclusión.

Él observa que según las reglas establecidas por las ligas, existe una gran libertad entre los equipos para monopolizar los territorios en los que se han establecido, y sin embargo los contratos de los jugadores son de carácter uniforme y altamente restrictivos. Entre las principales características de estos contratos, se encuentra la cláusula de retención. Esta permite a un equipo renovar el contrato de un jugador antes de la finalización del mismo, pudiendo evitar que otro equipo le haga una oferta. Cuando un jugador firma un contrato profesional, el equipo con el que ha formalizado este contrato tiene el derecho exclusivo de utilizar sus servicios, por lo que si otro equipo muestra algún interés por ficharlo, tendrá que negociar con el equipo propietario de dicho jugador.

Esta clara limitación de la libertad del mercado del béisbol profesional estadounidense se considera, para muchos, imprescindible para garantizar la distribución equitativa del talento, la cual es necesaria para mantener la incertidumbre en el resultado y en última instancia, para que los consumidores estén dispuestos a pagar la entrada del partido. Sin embargo, Rottenberg formaba parte de la oposición de este argumento, defendiendo un mercado de trabajo libre. No es de extrañar pensar que, en una liga sin restricciones contractuales, los equipos con mayor poder adquisitivo consigan a los mejores jugadores, causando una distribución desigual del talento, aumentando la predicción de los partidos y por lo tanto disminuyendo la asistencia del público. El autor afirmaba que esta situación se vería frenada por la ley de rendimientos decrecientes y las deseconomías de escala.

Él considera a los jugadores como un factor, cuya curva del producto, dada la cantidad del resto de factores, es cóncava según la literatura económica. Esta representación gráfica defiende la postura liberalista, ya que demuestra que el aumento del factor “jugadores” no es

una estrategia que se deba llevar a cabo de manera ilimitada. Si se hiciese así, el coste de este factor aumentaría en mayor proporción que la producción hasta llegar al punto en el que el equipo comenzaría a registrar pérdidas. Es en este momento en el que el equipo “pobre” estaría en condiciones de hacer ofertas a los jugadores del equipo “rico” en el mercado.

Este economista concluía con el argumento de que si las empresas deportivas actuasen como maximizadores racionales, no habría necesidad de llevar a cabo ningún control para lograr una distribución igualitaria del talento. En consecuencia, tanto la cláusula de retención como el mercado libre podrían lograr el mismo resultado.

En lo referente al mercado de trabajo de los deportistas, la cláusula de retención no es el único tipo de control existente. Cairns et al (1986) sostienen que a pesar de que dichos controles organizacionales difieren de un deporte a otro, generalmente podrían clasificarse en los siguientes tipos:

- Los acuerdos del Draft: mecanismo de restricción de competencia por el cual se controla la entrada de nuevos jugadores en un deporte. A diferencia de las ligas deportivas europeas, las estadounidenses hacen uso de este mecanismo (MLB, NBA, NHL y NFL)⁹. El sistema del draft permite que los jugadores jóvenes sean contratados por los equipos en orden inverso a la posición de dichos equipos en la liga de la temporada anterior. En otras palabras, los equipos con peores resultados de la liga tienen opción a contratar a los mejores jugadores nuevos, de tal forma que se logra evitar la competición desnivelada a favor de los equipos con mayores recursos económicos.
- Los controles de salarios máximos: siendo uno de los controles más ofensivos para las organizaciones, el control salarial busca eliminar el incentivo económico de los fichajes para lograr una distribución igualitaria del talento. A pesar de que este objetivo presenta un nivel de dificultad elevado, varios son los deportes que aplican esta clase de restricción. La liga española de fútbol tiene su propia variante del control de salarios máximos, denominado como el coste de plantilla deportiva, el cual establece un presupuesto de fichajes para cada equipo en base a los procesos económicos del club, su estructura y el pago de su deuda (Calderón, 2022).

⁹ MLB (Major League Baseball). NBA (National Basketball Association). NHL (National Hockey League). NFL (National Football League)

- Restricciones de zona y entrada: en cuanto a la restricción de zona, varios deportes tienen controles sobre el número de jugadores extranjeros que puede fichar cada equipo. Por otra parte, la restricción de zona hace referencia al control de jugadores mediante la separación por territorios. A pesar de que esta restricción haya desaparecido, aún existe un equipo de fútbol que la mantiene de manera voluntaria, el Athletic Club de Bilbao.
- Derecho de retención: tal y como se ha explicado anteriormente, el derecho de retención, el cual para muchos académicos es de carácter esclavista, ha sido abolido de todos los deportes dando lugar al desarrollo de los agentes libres. Sin embargo, aún existen controles similares como el caso del “franchise tag”, por el cual los equipos de la NFL pueden escoger a un único jugador para que se quede en el equipo tras la finalización de su contrato.

Cairns et al (1986) elaboraron una clasificación muy simplificada de los diferentes mecanismos que garantizan la competitividad. Muchas de las restricciones mencionadas son sólo aplicables para deportes de equipo, por lo que se ignora completamente la modalidad individual de los deportes y pasan por alto muchos otros sistemas de control.

En relación con lo indicado anteriormente, cabe destacar la importancia del balance competitivo en la economía del deporte. Varios han sido los estudios que se han centrado en la hipótesis de la incertidumbre del resultado para analizar la demanda del deporte. Trabajos como los de Garcia y Rodriguez (2007) o Horowitz (1997) estudian la evolución del balance competitivo a lo largo de la historia y demuestran de manera empírica que este es un requisito para garantizar la supervivencia de las ligas profesionales. Interesantemente, el estudio de Garcia y Rodriguez (2007) revela cómo a pesar de que es importante mantener una igualdad de talento en los equipos de fútbol, este es un objetivo difícil de lograr, especialmente en las ligas deportivas europeas, debido a sus características competitivas.

No obstante, aquellos trabajos que analizan las variaciones del equilibrio competitivo como resultado de cambios en prácticas empresariales, en lugar de su evolución en el tiempo, son de mayor interés para la economía del deporte (Del Corral, 2009). Ejemplos de estos son el trabajo de Haugen (2008), en el cual comprobó si la modificación del sistema de puntuación cambiaría el equilibrio competitivo de las ligas de fútbol europeas, o el estudio de La Croix y Kawaura (1999), donde analizaron cómo afectó la implantación del régimen del draft al balance competitivo de las ligas japonesas de béisbol.

2.3 Medición del impacto económico del deporte

Cabe destacar que no es sencillo evaluar la incidencia económica del deporte, debido a la complejidad del mercado y la cantidad de flujos financieros que las actividades deportivas generan. Es precisamente por esta razón por la que es necesario precisar qué se intenta medir, con qué instrumentos y cómo se procede a la posterior cuantificación del impacto económico (Pedrosa Sanz y Salvador Insúa, 2003, pp. 66).

Según el tipo de evento, datos disponibles y objetivos a conseguir, se deben usar mecanismos de medición diferentes. En el artículo “Los eventos deportivos como generadores de impacto económico: factores clave y medición”, escrito por Sanchez y Barajas (2012), se exponen los siguientes instrumentos empleados para la medición del impacto en el desarrollo económico:

- Las Cuentas Satélite
- Las Tablas Input-output (TIO)
- El Análisis Coste-Beneficio (ACB)
- El Método de Valoración Contingente (MVC)
- El Modelo de Equilibrio General Computable (EGC)
- El Análisis Sectorial-Regional

Las Cuentas Satélite son un sistema de información estadístico, compuesto por un conjunto de cuentas y tablas, cuyo objetivo es unificar los flujos económicos del sector deportivo (del lado de la oferta y de la demanda). Con dichas cuentas se busca agrupar los flujos monetarios y no monetarios, de tal forma que se permita calcular estadísticas y modelaciones macroeconómicas (Ruiz et al, 2010). Asimismo, con este instrumento se logra obtener información valiosa sobre los beneficiarios, los agentes que financian la actividad en el mercado e influyen positivamente en la evaluación de políticas públicas en el sector.

Las Tablas Input-output (TIO) permiten observar las interrelaciones entre variables monetarias que relacionan al deporte y la economía. Asimismo, al igual que las Cuentas Satélite, este instrumento presenta un enfoque macroeconómico (a nivel nacional y regional) y estima el valor agregado de la producción deportiva (Sanchez y Barajas, 2012). Dichas tablas pueden ser complementadas con otros métodos de medición como el Análisis Coste-Beneficio (ACB) (Hurtado et al, 2007).

Este último permite evaluar los efectos socioeconómicos de los proyectos públicos en términos monetarios, estimando el valor actual neto (VAN) de los costes y beneficios. En otras palabras, mide los impactos cuantitativos y cualitativos generados en dicho proyecto (Sanchez y Barajas, 2012). De hecho, el Análisis Coste-Beneficio es considerado como el instrumento más adecuado para medir el impacto económico de los eventos deportivos. La identificación de los costes y los efectos positivos son parte de la esencia de esta clase de análisis y gracias a estos se logra llevar a cabo la construcción de las siguientes medidas: las tasas internas de rentabilidad, los valores actualizados netos de los saldos de costes y beneficios y los ratios de beneficios sobre costes.

Un ejemplo del uso del ACB es el estudio de Hurtado et al (2007), en el que se evaluó el impacto económico de un evento de tenis femenino de la ITF en Sevilla. En este trabajo se utilizaron de manera complementaria el Análisis Coste-Beneficio y las tablas Input-Output, lo que demuestra que estos instrumentos no son excluyentes entre sí, sino que pueden ser perfectamente combinados

A su vez, el Método de Valoración Contingente (MVC) es quizás el instrumento más sencillo de entender, pero no por ello el más fácil de elaborar. El MVC tiene como objetivo obtener el valor de un bien mediante el uso de una encuesta en la cual se simula un mercado. Se presentan una serie de cambios en los precios y las cantidades de ciertos bienes y servicios, de manera que se pueda observar la cantidad máxima que estaría dispuesto a pagar un consumidor por ese bien o servicio. De manera empírica, este método responde a cuestiones relativas a la asignación de recursos y a pesar de ser simple en su comprensión, implica más que unas sencillas preguntas a los consumidores (Krisström y Riera, 1997).

El Modelo de Equilibrio General Computable (EGC) ayuda a analizar y evaluar el impacto cuantitativo de un cambio de política económica mediante la modelización de los comportamientos de los agentes económicos. El EGC logra identificar a los “ganadores” y “perdedores” de las políticas económicas, así como representar esquemáticamente los flujos de la economía. (Strengthen, 2019)

Finalmente, el Análisis Sectorial-Regional, tal y como explican Sanchez y Barajas (2012) en su estudio, permite realizar análisis de clubes, deportes, eventos deportivos o problemas económicos derivados de la actividad física. En este contexto, dicho instrumento logra visualizar el circuito económico del sector del deporte en el área geográfica y facilita datos detallados sobre el consumo, ingresos, gastos... relacionados con el deporte.

3. CASO DE ESTUDIO: TENIS

3.1 Historia del tenis

Si bien es cierto que el tenis fue originalmente patentado en Inglaterra en el siglo XIX, las prácticas deportivas antecesoras de este deporte tienen su origen en la antigua Grecia y Roma. Deportes como la pila trigonalis o la pila pagánica¹⁰ son considerados para los historiadores como los primeros juegos de pelota en los que había que hacer uso de las manos u otros objetos para impulsarla. Lamentablemente, tras la caída del imperio romano, esta clase de juegos sufrieron una notable decadencia. (Muntañola, 1996)

Las primeras noticias y datos de la reaparición de esta práctica deportiva vienen de España y Francia, donde el tenis tenía un carácter clasista, siendo mayormente practicado por la nobleza y el clero. De hecho, la propia palabra tenis proviene del francés “tenez”, cuyo significado es “tenga usted”, palabras que se utilizaban antes del comienzo del partido como signo de gentileza (Monroy y Sáez, 2010).

El primer partido de tenis se disputó en 1865, entre Juan Bautista ‘Augurio’ Perera, mercader español residente en Inglaterra, y su íntimo amigo y vecino, Tomas Henry Gem, soldado y abogado inglés. No obstante, no fue hasta el año 1874, que se comercializó este deporte. Walter Clopton Wingfield compró la patente de un invento, el cual consistía en una caja que contenía un reglamento, dos raquetas, pelotas y una red. A este juego portátil lo bautizó como “sphairistike”, de origen griego cuyo significado es “habilidad en un juego de pelota”, pero posteriormente pasó a conocerse como “tenis sobre hierba” debido a la dificultad de pronunciación del nombre original. En el verano de ese mismo año, los dos primeros pioneros mencionados, Juan Bautista y Henry Gem, fundaron el “Leamington Lawn Tennis Club”, el primer club deportivo de tenis de hierba. (Berry 2020)

En concordancia con lo anterior, la manera en la que el tenis se ha gestionado y organizado a lo largo de la historia ha experimentado muchos cambios, afectando directamente la forma en la que los jugadores y aficionados interactúan en dicho deporte.

¹⁰ Tanto la pila pagánica como la pila trigonalis eran juegos que consistían en golpear una pelota entre dos jugadores, tres en el caso de la pila trigonalis, de manera que consiguiesen hacer que el contrincante fallase. (Villarreal Rodríguez, 2018)

3.2 Marco Institucional

El economista e historiador Douglas C. North (1991) defendía lo siguiente: “Las instituciones son las restricciones creadas por los seres humanos que estructuran la interacción política, económica y social. Consisten tanto en limitaciones informales (sanciones, tabúes, costumbres, tradiciones y códigos de conducta) como en normas formales (constituciones, leyes, derechos de propiedad)”. Desde su punto de vista, las instituciones son creadas por los humanos con el objetivo de crear orden y reducir la incertidumbre de los intercambios. De hecho, estas son determinantes para lograr la rentabilidad y la viabilidad de la actividad económica. (North, 1991).

Las instituciones forman parte de la estructura de incentivos de una economía y la evolución de esta estructura determina el crecimiento económico. En cuanto al marco institucional se refiere, este es entendido como las reglas de juego que usa la sociedad para actuar social y económicamente. Como se ha mencionado anteriormente, dichas reglas pueden ser formales o informales, siendo las primeras creadas por un poder político y las segundas diseñadas de manera espontánea y gradual. Esta literatura es aplicable tanto al ámbito económico o político, como al deportivo, por lo que la importancia de su contextualización reside en la mejora de la comprensión del cambio institucional en el tenis.

Siguiendo la línea cronológica de la historia del tenis, muchos fueron los clubes que se fundaron y torneos que se jugaron hasta finales del siglo XIX. Debido a su creciente popularidad, en el año 1888 se formó la “Lawn Tennis Association” (LTA), cuyo objetivo era defender y mantener las nuevas normas establecidas para este deporte. La LTA tenía tal poder legislativo que en el año 1911 estableció una norma con la que controlaba las ganancias de los jugadores, prohibiendo a los jugadores amateurs participar en torneos por premios en metálico. Su objetivo era reafirmar la opinión de que el tenis era un juego únicamente para aficionados (Berry 2020). Esta regla formal no se consideraría eficiente tanto económicamente como socialmente, pero tal y como describió North (1990), “las instituciones no son creadas para ser eficientes socialmente, más bien son hechas para servir los objetivos de quienes tienen poder de negociación para idear nuevas normas”.

En 1912 se forma el sucesor del órgano de gobierno principal del tenis, la “International Tennis Federation” (ITF). Este organismo rector tiene como objetivo garantizar el crecimiento y sostenibilidad del deporte, supervisando las normas y reglamentos que rigen su competición (ITF, 2022). Cumpliendo acorde con sus objetivos, en el año 1967 la ITF abolió

la tiránica regla que separaba a los jugadores amateurs de los profesionales, dando paso a una nueva etapa del tenis, la era Open (Muntañola, 1996). Esto demuestra que las instituciones no se crean para dar una respuesta eficiente a un problema, sino que los cambios institucionales se dan cuando los intereses varían.

Esta diferenciación del tenis profesional llevó a la unificación de los campeonatos internacionales más importantes y a la posterior creación de la “Association of Tennis Professionals” (ATP). Esta asociación surgió de la necesidad de profesionalizar el circuito del tenis por parte de los jugadores y directivos de los torneos, de manera que hubiese una mejor comercialización del producto. Asimismo, uno de los cambios institucionales más notables de este deporte fue la creación del ranking por parte de la ATP. Con este sistema de clasificación computarizado se lograría observar de manera justa el nivel de destreza y rendimiento de los diferentes jugadores. (Garrido, 2012)

Cabe destacar la diferencia entre los dos únicos órganos de gobierno con poder ejecutivo, la ITF y la ATP. Para empezar, la ITF actúa de manera independiente a la ATP y decide su propio calendario, condicionando así los torneos de la ATP. No obstante, el carácter periódico de los diferentes torneos facilita la organización del circuito.

2.2.1 Las reglas de juego

Para estudiar al deporte desde la perspectiva de la economía institucional, es preciso analizar cómo las diferentes instituciones, entendiendo a éstas como las “reglas de juego”, condicionan e influyen los resultados de las organizaciones y del mercado deportivo. Dichas reglas consisten en las instituciones formales, siendo estas la estructura de derechos de propiedad, y las instituciones informales como estructura social (North, 2005). A medida que las interacciones sociales van volviéndose más complejas, las reglas informales pierden capacidad para hacer los comportamientos de los agentes previsibles y regulares. Es por esto por lo que surgen las reglas formales, tanto para sustituir a aquellas reglas informales como para complementarlas.

Con la comercialización del deporte, en este caso el tenis profesional, esta industria se convirtió en un negocio, pasó a estar bajo la jurisdicción de la norma de competencia y sus actividades entraron en el ámbito de aplicación de la legislación comunitaria en materia de competencia (Comisión Europea 2007a). Estas normas influyen en el comportamiento estratégico de

los clubes y empresas deportivas en cuanto a su actividad económica se refiere, puesto que establecen una serie de reglas que definen el tipo de comportamientos empresariales permitidos. Por lo tanto, las normas de derecho público representan un elemento de regulación tradicional de vital importancia para el desarrollo de las estrategias económicas de las empresas deportivas. (Budzinski, 2012).

A pesar de que las bases políticas del deporte de la Unión Europea se establecieron en el año 2007 con el Libro Blanco (Comisión Europea 2007b), la Unión Europea no adquirió la competencia específica en materia de deporte hasta el año 2009, con la creación del Tratado de Lisboa, artículo 165 (Unión Europea, 2009). Asimismo, basándose en los resultados del Libro Blanco, en el año 2011 se desarrolló la Dimensión Europea del Deporte (Comisión Europea, 2011), documento en el cual se establecen los tres pilares de las políticas europeas deportivas, la función social del deporte, la dimensión económica y la organización del mismo.

Tal y como observan Bosch et al (2019), al deporte se le reconocen una serie de especificidades que hacen que su tratamiento sea único. Estos autores citan al Libro Blanco para recalcar que el deporte es específico en la medida que le aplica determinadas reglas no generalizables en otros contextos. Con esto se refieren a las normas de competición y los mecanismos que se establecen para preservar la incertidumbre en el resultado de las competiciones. Esta última especificidad se refiere a las estructuras organizativas existentes en la gran mayoría de las competiciones deportivas (estructura piramidal).

El deporte del tenis cuenta con una serie de reglas formales establecidas, elaboradas mediante un proceso colectivo por el organismo rector del tenis, la ITF, y están todas ellas recopiladas en un único documento de acceso libre y gratuito (ITF, 2023). Estas reglas son de obligatorio cumplimiento y su violación puede tener repercusiones económicas y deportivas. El incumplimiento de las reglas puede dar lugar a una serie de sanciones económicas, dependiendo de la gravedad de la acción y también puede tener sanciones deportivas hacia los jugadores como la pérdida de puntos o la descalificación. Esto puede afectar al desarrollo de su carrera deportiva así como dañar su reputación e imagen pública, causando nuevamente repercusiones económicas.

En este deporte, la publicidad es una de las principales fuentes de ingresos de los deportistas. Estos venden temporalmente su derecho al uso (derecho de imagen) para que las empresas usen su figura deportiva como imagen de su propia marca o producto, sujeto siempre a límites temporales y con el consentimiento de ambas partes (Díez, 2018). Pues bien, este

proceso está sujeto a una serie de normas que difieren entre los diferentes países, pero cuya protección es crucial para el desarrollo de la economía. La correcta asignación, definición y protección de estos derechos de propiedad favorece e incentiva el intercambio y fomenta el desarrollo de la industria.

Por otra parte, en el tenis existen una serie de reglas “no escritas”, o reglas informales que caracterizan a este deporte, como por ejemplo: no hablar durante los saques ni durante el tiempo en el que el juego transcurre, no cantar bolas, evitar la violencia, los jugadores se guardan una bola en el bolsillo para dinamizar el juego, no distraer deliberadamente al otro jugador, calentar con el oponente antes del comienzo del partido, pero sobre todo, aquella regla que destaca en este deporte, es el fair play. Esta última norma social juega un papel muy importante en el desarrollo económico del tenis. Su distintivo respeto y elegancia fomenta un ambiente deportivo atractivo para los aficionados al tenis e influye de manera significativa en las decisiones estratégicas de los inversores y las marcas.

En el tenis existen una serie de instituciones, pero este deporte también sirve de analogía para la explicación de las mismas. Este deporte no se puede jugar sin reglas formales e informales, puesto que estas definen al tenis junto con la raqueta y las pelotas. Por esta razón, las instituciones son importantes en las economías. De hecho, para entender el rendimiento de estas, hay que fijarse en la naturaleza de sus instituciones con las que operan puesto que afectan al tipo de actividad empresarial. (Sautet, 2005)

3.3 Igualdad de género

La igualdad de género es un tema de debate delicado y relevante tanto en el tenis como en cualquier otro ámbito deportivo. Adicionalmente, la igualdad de género es fundamental para el crecimiento económico de una sociedad, por lo que la situación de este deporte es objetivamente favorable para el análisis de su impacto económico. Ningún deporte ha llegado aún a una situación de igualdad plena, pero sin lugar a dudas, el tenis es de los deportes que más cerca está de lograr este objetivo.

Durante todo el siglo XX, varias fueron las jugadoras que mostraron su descontento con la diferencia salarial en los diferentes torneos. Entre estas se encontraba Billie Jean King, considerada por muchos como una de las mejores jugadoras de la historia del tenis y pionera del movimiento feminista del deporte.

En la década de los setenta, esta tenista dio los primeros pasos en el camino a la paridad de género y su consecuente igualdad (pasos tan grandes que podrían considerarse saltos). En 1970, King organizó un circuito femenino independiente con el que desarrolló su propio mercado para el tenis femenino. Posteriormente, con el apoyo de otras deportistas, lanzó una campaña política para lograr una igualdad salarial en los principales torneos del mundo y en 1973 formó la “Women’s Tennis Association” (WTA). En septiembre de ese mismo año, King realizó una de los actos con mayor importancia social en la historia del tenis femenino, ganó uno de los partidos más mediáticos hasta la fecha, “La Batalla de los Sexos” . Esta “batalla” consistía en un partido entre Robert Larimore Riggs y Billie Jean King, de tal forma que se demostrara la igualdad de nivel entre sexos y defendiera el honor del juego femenino por el que tanto luchaba King. (Ware, 2011)

A día de hoy, el tenis es una de las actividades físicas con más reconocimiento para la mujer, llegando a premiarlas con la misma cantidad de dinero en torneos importantes como los cuatro Grand Slams. Sin embargo, el tenis está aún marcado por el género, debido a que los juegos de los hombres y las mujeres se rigen por una serie de reglas diferentes. Sin ir más lejos, los ya mencionados Grand Slams, a pesar de tener una misma recompensa económica, son diferentes dependiendo del género. En estos torneos las mujeres juegan en la modalidad del mejor de tres, mientras que los hombres al mejor de cinco¹¹.

Esta diferenciación no está bien vista por deportistas como Stefano Tsitsipas, quien alegó que el hecho de que los jugadores tengan que jugar más no es un ejemplo de igualdad de género. Al fin y al cabo, según la teoría de la igualdad, los hombres y las mujeres deben tener los mismos derechos, oportunidades, recursos y voz (Morrison et al, 2007). Sin embargo, dado que las condiciones del juego no son las mismas, uno puede llegar a concluir que un mismo premio no iría acorde a los objetivos de la igualdad de género en el deporte y podría considerarse sexismo inverso.

Autores como Farrant (2016), defendieron la postura de la mujer en este conflicto con el argumento de que relacionar la recompensa económica con la cantidad de tenis jugado es un error conceptual. Es decir, este autor defiende que el número de sets necesarios para ganar un partido no refleja la cantidad de tenis jugado. Si bien es cierto que de media los hombres

¹¹ En un partido de tenis “al mejor de tres”, el jugador o la jugadora que logre ganar 2 sets logra la victoria. En el caso de “al mejor de cinco”, hay que lograr ganar mínimo tres sets.

juegan partidos más largos, no sería justo basar la recompensa de un jugador por sus esfuerzos en los resultados de los demás (Ferrant, 2016).

Por otra parte, en su trabajo acerca de la igualdad de género en el tenis, Claus y Kroezen (2016) explican que este caso de desigualdad de condiciones es un claro ejemplo de una paradoja institucional. Asimismo, estos autores proponen que la principal justificación racional para esta situación podría ser la compensación de las desventajas biológicas y físicas de las mujeres. La curiosidad de esta distinción entre sexos reside en que a pesar de estar públicamente presente, es un debate que mucha gente desconoce, incluso los propios aficionados al tenis. Según estos autores, se trata de un proceso de silenciamiento de una paradoja institucional. Defendían, grosso modo, que estas discusiones fragmentan la pista, en el sentido de que cada sexo defiende su postura. Sin embargo, este debate público en torno a la igualdad se acaba dispersando por dos razones: los hombres llevan sus opiniones a espacios privados, por miedo al daño reputacional, y las relaciones en los diferentes torneos aumentan la solidaridad entre géneros. (Claus y Kroezen, 2016)

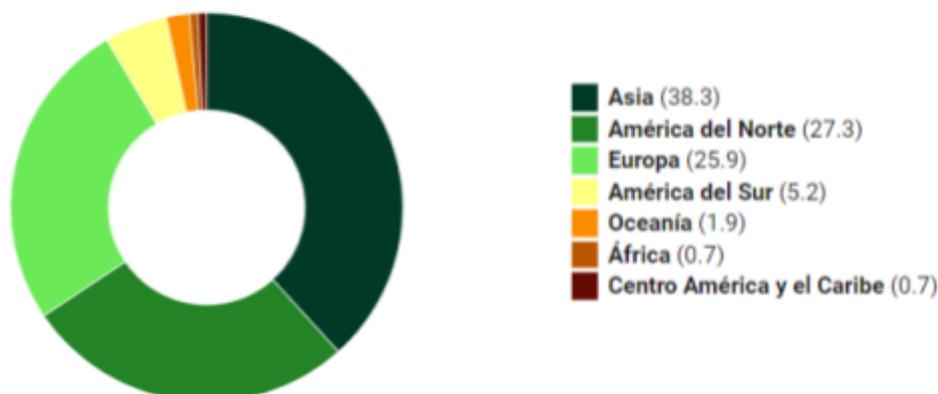
3.4 Mercado del tenis

Además de ser un deporte mundialmente reconocido, el carácter lucrativo del tenis profesional ha llevado al crecimiento de su industria en las últimas décadas. Su estructura de mercado está influida por una gran variedad de partes interesadas, como los jugadores, los órganos de gobierno, los medios de comunicación, los diferentes torneos, los patrocinadores y los aficionados. En este apartado se pretende realizar un análisis del mercado de este deporte, examinando sus componentes clave y las interrelaciones de los mismos.

La expansión geográfica que ha experimentado el tenis ha logrado que a día de hoy este deporte cuente con una amplia participación a nivel internacional. Como se puede observar en el Gráfico 1, a nivel regional, Asia aporta el mayor número de tenistas de las 41 naciones totales analizadas por la ITF, llegando hasta los 33 millones de tenistas. Adicionalmente, más del 90% del total de tenistas proceden de tres regiones: Asia, América del Norte y Europa (ITF, 2021b). Siguiendo esta línea, a lo largo de la historia, ciertas nacionalidades han dominado algunas superficies, lo que ha llevado a la especialización de las mismas, creando en cada país más pistas y escuelas de tenis centradas en superficies específicas (Ibarrola, 2019).

Gráfico 1

Jugadores de tenis por región (%)



Fuente: ITF y elaboración propia

La complejidad y alta competitividad forman parte de las principales características del mercado de tenis profesional. Este mercado, al igual que el del resto de deportes, tiene la capacidad para expresarse en múltiples sectores de actividad económica. Bayle y Maltese (2009) caracterizan la oferta y demanda del tenis en tres tipos de oferta o “ejes de producción”: los productos, los servicios y los eventos deportivos.

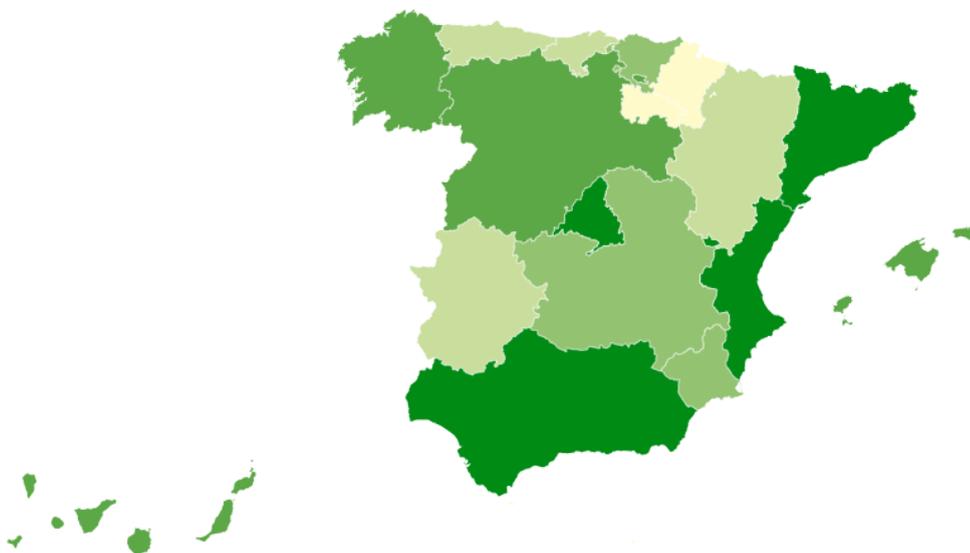
En base a la teoría de la economía del deporte, el producto original de este mercado son los partidos, cuyo principal factor de producción es el trabajo de los tenistas, quienes reciben premios monetarios, siendo estos su salario o renta variable. Así pues, el objetivo de la federación o la liga es maximizar los beneficios, obteniendo la mayor cantidad posible de ingresos de la venta de entradas, derechos televisivos y patrocinios (Balliau et al, 2017).

Los clubes de tenis forman parte y contribuyen al ecosistema de esta industria en nuestro país. Son una fuente de ingresos y empleo para los profesionales y las personas que quieren vivir de este deporte de una forma u otra, contribuyen a la mejora de las infraestructuras y favorecen el desarrollo del talento nacional desde una temprana edad.

Gráfico 2

Clubes por Comunidad Autónoma

■ < 15.2 ■ 15.2-33.2 ■ 33.2-54 ■ 54-94 ■ ≥ 94



Fuente: RFET y elaboración propia

A modo de visualización, el Gráfico 2 muestra la distribución de los clubes de tenis en la península junto con las islas Baleares y las Canarias. Aquellas comunidades autónomas con un mayor número de clubes son Cataluña (200), Comunidad Valenciana (152) y Andalucía (167). Tras un breve estudio de campo, observando las comunidades de procedencia de aquellos jugadores y jugadoras de tenis dentro del top 200 de la ATP y WTA, aquellas regiones núcleo de talento en este deporte son Cataluña (5: Alberto Ramos, Paula Badosa, Marina Bassols, Garbiñe Muguruza y Aliona Bolsova), la Comunidad Valenciana (4: Roberto Bautista, Bernabé Zapata, Pedro Martínez y Sara Sorribes) y Andalucía (3: Alejandro Davidovich, Pablo Llamas y Nuria Parrizas).

Aproximadamente el 70% de los tenistas profesionales han nacido en esos territorios, los cuales tienen el mayor número de clubes. Evidentemente el factor suerte es exógeno a rendimiento individual de estas comunidades, pero este breve análisis demuestra de manera empírica la gran importancia que tiene la promoción y el apoyo a los clubes para fomentar el éxito nacional y en última instancia, generar un impacto económico en la industria del tenis.

Actualmente en España, al igual que en el resto del mundo, muchos clubes han cedido su gestión deportiva a empresas privadas, puesto que al profesionalizar dicha gestión, se espera obtener resultados positivos (Riba, 2022). Además, cada vez se está experimentando más

intervencionismo público por parte de la Unión Europea en la gestión deportiva de los clubes, por lo que se debe fortalecer dicha gestión y fomentar la adopción de nuevos planteamientos de mejora para que estas organizaciones funcionen como motores del desarrollo económico local y nacional (Arcos, 2022).

3.4.1 Mercado de trabajo

Siendo los tenistas los principales agentes económicos del mercado, es importante analizar cómo estos contribuyen a la generación de ingresos, impulsando a su vez la influencia del deporte. Su mercado de jugadores es muy competitivo y a pesar de su alta popularidad, el porcentaje de jugadores que logran llegar a la élite y ganar grandes sumas de dinero es significativamente pequeño. Teniendo en cuenta que se trata de un deporte individual con un claro sistema de méritos, es comprensible pensar y observar que aquellos que están en lo más alto del ranking oficial ganan mucho más dinero que el resto de deportistas. Su rendimiento dentro de la pista, los acuerdos con los patrocinadores y su capacidad de marketing personal¹² y comercialización influyen en sus ingresos potenciales y en su valor de mercado. Para muchos, el llegar a lo más alto y ser recompensado económicamente por ello se convierte en un incentivo importante dentro del ámbito competitivo.

Los índices agregados son una gran herramienta de medida para evaluar los niveles de desigualdad de los ingresos. Es por eso por lo que el índice de gini o el ratio S80/S20¹³ son utilizados con frecuencia (Balliau et al, 2017). En el caso de los circuitos de tenis profesionales, en lo que llevamos de año, la renta del 20% de jugadores de la ATP con mayores ingresos multiplica por 150 a la del 20% de los tenistas con menores ingresos. En el caso de las mujeres, la renta del 20% de jugadoras de la WTA con mayores ingresos multiplica por 220 a la del 20% de las tenistas con menores ingresos.

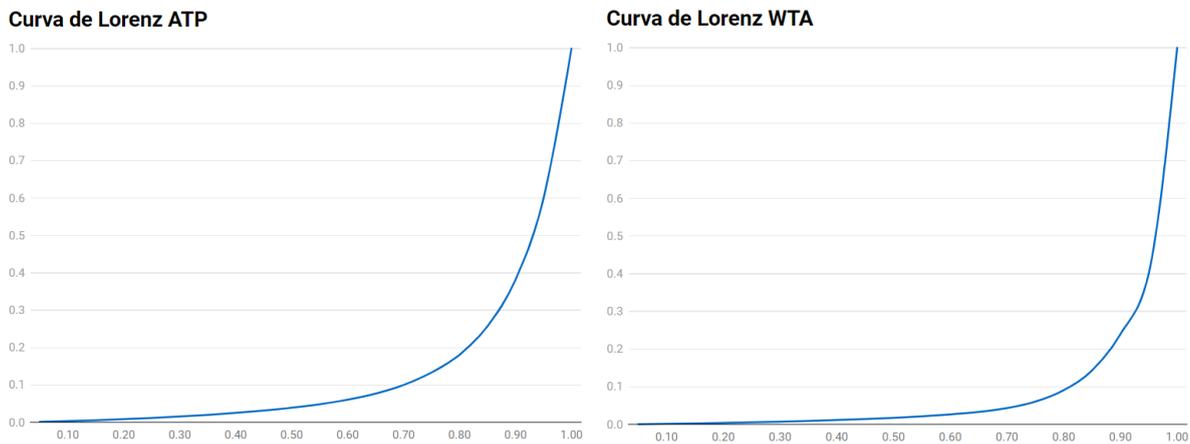
En el mismo orden de ideas y haciendo uso del Gráfico 3, se puede observar que la curva de Lorenz del circuito de tenis masculino está muy lejos de lograr acercarse a la línea de 45°, o la línea de la plena igualdad. La muestra de los 1056 tenistas mejor pagados y sus respectivos ingresos en el año 2023 da como resultado un índice de Gini de 0.8 (ATP, 2023). El resultado

¹² Hace referencia a la construcción de una imagen e identidad personal, la cual pueden vender a diferentes marcas haciendo colaboraciones pagadas y proporcionando a los jugadores una valiosa fuente de ingresos.

¹³ Este ratio hace referencia al cociente entre el total de los ingresos del quintil superior (el 20% de las personas con mayor ingresos) y el quintil inferior (el 20% de las personas con menos ingresos). (Esteban y Losa, 2015)

de esta métrica demuestra que la distribución de ingresos del mercado del tenis profesional es objetivamente desigual. Es por esto por lo que a pesar de que los mejores tenistas formen parte del grupo de deportistas mejores pagados del mundo, pocos son los que pueden vivir de ello.

Gráfico 3



Fuente: ATP y elaboración propia

Por otra parte, la curva de Lorenz del circuito femenino demuestra estar aún más lejos de la línea de equidistribución (45°). Esto es debido a que su índice de Gini es 8,3, superior al del circuito masculino, y por tanto hay más desigualdad en el ingreso. Entre las principales razones que justifican estos niveles de disparidad entre sexos se encuentra el balance competitivo.

En el mercado del tenis profesional, hay una clara disparidad entre los jugadores mejores pagados y aquellos que están más abajo en el ranking. Tal y como observó Frank y Cook (1995) en su hipótesis del ganador que se lo lleva “todo”, aquellos tenistas que son ligeramente mejores al resto son los ganadores del mercado, lo cual se ve reflejado en los ingresos percibidos. Asimismo, estos mismos jugadores normalmente logran alcanzar un estatus de “estrella”, lo que atrae unos ingresos adicionales elevados.

Este mercado en el que “el ganador se lo lleva todo” es el resultado de la estrategia de distribución de los diferentes premios que siguen los torneos profesionales de tenis. Balliau et al (2017) analizaron la disyuntiva entre una concentración mayor de premios monetarios para aquellos jugadores con los mejores resultados (distribución vertical) y una distribución

más equitativa (distribución horizontal). Observaron que el formato de los torneos (partidos eliminatorios) influía en la distribución elegida.

Por un lado, la recompensa por pasar de ronda en un torneo tiene que ser lo suficientemente alta como para incentivar a los deportistas. Este razonamiento justificaría en cierta manera la distribución vertical de los premios en metálico. A modo comparativo, en el formato match-play¹⁴ solo es necesaria una diferencia entre cada ronda para ofrecer un incentivo al jugador, mientras que en un formato de todos contra todos, como es el caso del golf, es necesario una distribución más horizontal para que los jugadores quieran seguir luchando por un puesto más alto en la clasificación. No obstante, la competitividad propia de cada jugador demuestra ser incentivo suficiente para justificar la distribución vertical, puesto que quieren maximizar tanto los beneficios como sus victorias y logros.

Por otro lado, Balliau et al (2017) defienden la distribución horizontal alegando que debería tenerse en cuenta el coste de participación de los tenistas a la hora de la distribución de los premios en metálico. En aquellos torneos donde dicho coste es más elevado, una distribución más equitativa de los premios monetarios supondría un incentivo mayor para aquellos jugadores puestos inferiores en la clasificación.

Con respecto a los costes de participación, en un artículo sobre el estatus socioeconómico de los tenistas profesionales, Martin (2015) estima un gasto aproximado 183.000\$ anuales en concepto de costes para los 100 mejores tenistas de la clasificación, siendo este importe un extremo inferior. Dichos costes los clasifica de la siguiente manera:

- Entrenador: el salario anual incluyendo sus gastos de viaje (90.000\$).
- Comida: comprende los gastos anuales de comida para un jugador (6.000\$).
- Gastos de raqueta: coste de encordado y el mantenimiento de la misma (5.000\$).
- Gastos varios: coste de la ropa y otros materiales (3.000\$).
- Impuestos: todos aquellos tributos que los tenistas tienen que pagar a los países anfitriones de los torneos (54.000\$).
- Viajes: los costes del viaje incluyendo los billetes de transporte, así como los costes del alojamiento (25.000\$).

¹⁴ Match-play son competiciones individuales de un día destinadas a la práctica de partidos en un entorno de competición contra otros jugadores de nivel igual o similar. Los partidos pueden ofrecer excelentes oportunidades competitivas para los jugadores. (LTA, 2020)

Como se puede observar, ser un jugador de tenis profesional conlleva unos niveles de gasto considerables, los cuales no todo el mundo puede asumir. Para aquellos jugadores que no formen parte de los 200 mejores de la clasificación, la cantidad de obligaciones financieras a las que se tienen que enfrentar pueden ser el desincentivo que les lleve a dejar su carrera profesional o a no invertir en la misma.

En este orden de ideas, la situación financiera de los tenistas profesionales ha cambiado con el paso del tiempo. Si bien es cierto que en el pasado la práctica de este deporte se consideraba un lujo, a día de hoy, desde un punto de vista económico, la gran mayoría de los jugadores luchan por sobrevivir en un panorama altamente competitivo. (Zhai, 2022)

3.4.2 Patrocinio, medios de comunicación y talento

Tal y como se ha mencionado anteriormente, actualmente los patrocinios y medios de comunicación juegan un papel muy importante en la viabilidad económica de las carreras profesionales de los deportistas y los diferentes torneos. Siendo los patrocinios uno de los principales apoyos financieros de la industria, son una herramienta utilizada por las marcas para lo que podría considerarse como beneficio mutuo. Por una parte, volviéndose patrocinadores del circuito o de tenistas concretos, las marcas mejoran su exposición, siendo esta una estrategia de comunicación muy popular en el mercado del deporte.

Por otra parte, los torneos, así como los tenistas se benefician, puesto que aumentan su interés comercial gracias a la publicidad que las marcas le hacen. En este mismo contexto, para asegurar que las relaciones comerciales prosperen, las federaciones deportivas desarrollan campañas y normas para fomentar el juego limpio y en última instancia, evitar los posibles perjuicios económicos que supondría aquellos jugadores que no muestran comportamientos apropiados dentro y fuera de la pista (Marín Montín, 2010).

En gran medida la remuneración procedente del patrocinio de los jugadores se fija en base a sus resultados. No obstante, estos ingresos no están únicamente relacionados con el rendimiento de los jugadores. De hecho, las características personales tienen una gran influencia en la popularidad del tenista y, por ende, en la cantidad que los diferentes patrocinadores están dispuestos a pagar (García-del-Barrio y Pujol, 2015).

Dentro de la economía del deporte, el talento de los jugadores genera éxitos deportivos y premios, por lo que analizando la industria del deporte como un negocio, esta característica se convierte en un factor significativo para la prosperidad del mismo. Puesto que esto es aplicable al caso del tenis, autores como García-del-Barrio y Pujol (2015) defienden la importancia de medir el talento deportivo como fuente adicional de ingresos. Estos autores afirman que cada vez más actividades económicas se basan en la explotación de activos intangibles, por lo que urge concebir herramientas de evaluación de estos, "sobre todo en las empresas en las que este tipo de activos constituyen la fuente de ingresos más valiosa".

Dentro de la economía del deporte, el talento de los jugadores genera éxitos deportivos y premios, por lo que analizando la industria del deporte como un negocio, esta característica se convierte en un factor significativo para la prosperidad del mismo. Puesto que esto es aplicable al caso del tenis, autores como García-del-Barrio y Pujol (2015) defienden la importancia de medir el talento deportivo como fuente adicional de ingresos. Estos autores afirman que cada vez más actividades económicas se basan en la explotación de activos intangibles, por lo que urge concebir herramientas de evaluación de los intangibles, "sobre todo en las empresas en las que este tipo de activos constituyen la fuente de ingresos más valiosa".

Es por esto por lo que estos autores desarrollaron un procedimiento propio para evaluar el valor mediático de los deportistas, de tal forma que se lograra estudiar el valor económico del talento en la industria del deporte. A este proyecto lo denominaron como la metodología MERIT (Methodology for the Evaluation and Rating of Intangible Talent). Dicha metodología consistía en estimar el valor mediático mediante la popularidad y la notoriedad, los cuales son elementos complementarios.

Por una parte la popularidad la miden mediante un análisis de la cuota de interés que suscitan en el público (usando el tráfico y la presencia en internet como muestra). Por otra parte, la notoriedad se mide con el número de referencias en los medios de comunicación, en otras palabras, con la exposición que los deportistas tienen debido a su rendimiento o estatus social. Una vez obtenida esta información, se obtiene el índice ESI (Economics, Sports and Intangible), cuyo resultado indica el número por el que un jugador individual multiplica el nivel de valor mediático del individuo normal (promedio) de la muestra.

En su trabajo "Sport Talent, Media Value and Equal Prize Policies in Tennis", García-del-Barrio y Pujol (2015) estudiaron la industria del tenis utilizando una muestra de

los 1400 mejores tenistas profesionales (700 hombres y 700 mujeres). La metodología MERIT aportó datos relevantes acerca de la concentración del valor mediático, cuyos datos ayudaron a la constatación de que un número reducido de “estrellas” absorbe la mayor parte de la atención por parte de los medios de comunicación. Observaron que sólo 10 individuos generan el 27% del interés total generado por los hombres (el 1,8% de la muestra), mientras que en el caso de las mujeres la cifra es aproximadamente del 37%.

3.4.3 Los circuitos profesionales

Tal y como se ha mencionado anteriormente, la International Tennis Federation (ITF) junto con la Association of Tennis Professionals (ATP) y la Women’s Tennis Association (WTA) son los principales organismos reguladores del mercado, por lo que una de sus características principales es su estructura oligopolística. El deporte del tenis profesional tiene un número de empresas o actores dominantes, los cuales establecen las reglas de juego, organizan los diferentes torneos de los circuitos, pactan los acuerdos televisivos y negocian con empresas patrocinadoras para financiar los torneos.

En el tenis profesional, tanto masculino como femenino, existen cinco categorías de eventos con los mismos reglamentos a excepción de ciertas normas. Estos torneos dan forma a la estructura del mercado y se clasifican de la siguiente manera:

Tabla 2



<ul style="list-style-type: none"> ● Torneos ATP Tour <ul style="list-style-type: none"> ○ Finales del ATP Tour (individuales y dobles) ○ Copa United ○ Masters 1000 del circuito ATP ○ ATP 500 ○ ATP Tour 250 ● Torneos ATP Challenger Tour ● Grand Slams ● Copa Davis ● ITF WTT masculino 	<ul style="list-style-type: none"> ● Torneos WTA Tour <ul style="list-style-type: none"> ○ Finales del WTA Tour (individuales y dobles) ○ WTA Elite Trophy ○ WTA 1000 ○ WTA 500 ○ WTA Tour 250 ● Torneos WTA Challenger Tour ● Grand Slams ● Copa Billie Jean King ● ITF WTT femenino
--	--

Fuente: ITF, WTA y elaboración propia

A pesar de que los Grand Slams son los torneos con mayor cobertura mediática y puntos de clasificación, el resto de torneos también tienen una gran influencia a nivel mundial así como un impacto económico notable en las ciudades anfitrionas.

Tabla 3

Desglose de los premios en metálico de los Grand Slams (€)

Grand Slams	Ganador	Finalista	Semifinalista	Cuartos	Ronda 4	Ronda 3	Ronda 2	Ronda 1
US Open	2,616,642	1,308,321	709,512	447,848	279,779	189,203	121,774	80,512
Wimbledon	2,353,273	1,235,469	629,501	364,757	223,561	141,196	91,778	58,832
Roland Garros	2,200,000	1,100,000	600,000	380,000	220,000	125,800	86,000	62,000
Australian Open	1,749,981	958,709	544,811	327,800	199,679	134,544	93,758	62,708

Fuente: ATP y elaboración propia

Para evitar una cantidad excesiva de datos en este apartado, se analizarán únicamente los cuatro torneos Grand Slams. La tabla 3 muestra el desglose de los diferentes premios en

dichos torneos en el año 2022, en los cuales se dedicaron una media aproximada de cinco millones de euros para las 7 últimas rondas de cada uno.

A modo de análisis temporal, desde el año 2015, los cuatro torneos han aumentado su cifra de premios monetarios en los siguientes porcentajes: US Open un 42,24%, Wimbledon un 50,84%, Roland Garros un 76,96% y Australian Open un 91,25%¹⁵. Estos incrementos demuestran que la industria del tenis está viviendo la época más dorada de su historia, siendo el US Open el torneo más lucrativo de todo el circuito ATP y WTA (Perfect tennis, 2023).

3.4.4 Balance competitivo

En el caso del tenis profesional, uno de los mecanismos utilizados por las entidades responsables de los torneos es el sistema de organización mediante las cabezas de serie. La Federación Internacional de Tenis (ITF) tiene como objetivo garantizar la competitividad y para ello diseña los cuadros de competición de los diferentes torneos en base a la clasificación en el ranking previa al torneo, colocando a los mejores jugadores de tal forma que estos no se enfrenten los unos a los otros en las primeras rondas del campeonato. De esta forma no solo garantiza que los jugadores finalistas sean aquellos que han tenido un mejor rendimiento en el ranking, sino que también maximizan los beneficios puesto que una final disputada por los mejores tenistas genera una cantidad de ingresos mayor. Desde una perspectiva institucionalista, este mecanismo forma parte de las reglas formales que dan forma a la estructura de este deporte.

El análisis del balance competitivo, tal y como se ejemplifica con la paradoja Louis-Schmeling, no está limitado únicamente a los deportes de equipo. De hecho, los organizadores de eventos deportivos individuales también alteran el equilibrio competitivo de dichos deportes. En un estudio del Observatorio Económico del Deporte de la Universidad de Oviedo, Del Corral (2009) analizó el impacto que tuvo un cambio en la política del tenis sobre la competitividad. Más concretamente, se centró en el aumento del número de cabezas de serie de los torneos Grand Slam en el año 2001 (de 16 a 32 jugadores). Los resultados del estudio indicaron que las consecuencias del cambio del sistema diferían según sexo, pero en ambos casos disminuía el equilibrio competitivo. Para los hombres, este nuevo sistema

¹⁵ Estos porcentajes son de elaboración propia usando

provocó una disminución significativa mientras que para las mujeres, apenas tuvo efecto (Del Corral, 2009).

Si bien es cierto que la economía del deporte pone el foco de atención en el nivel de competitividad, considerándolo un factor importante en la maximización de beneficios, en el caso del tenis no es tan sencillo. Para empezar, reduciendo el número de cabezas de serie, los torneos corren el riesgo de perder a los jugadores “estrella” temprano en las rondas eliminatorias, pudiendo afectar a los patrocinadores o niveles de audiencia. Por el contrario, aumentando el número de cabezas de serie, se garantiza una mayor posibilidad de que los supuestos mejores jugadores se enfrenten unos a otros en las últimas rondas del torneo.

Curiosamente, favorecer a los mejores jugadores en las primeras rondas va en contra de otra de las teorías de la economía del deporte, la incertidumbre en el resultado. Al enfrentar a los tenistas con puestos más altos en el ranking contra jugadores “inferiores” a ellos, estos partidos acaban siendo altamente predecibles para los espectadores. De esta forma, los niveles de audiencia van aumentando a medida que los jugadores van pasando de ronda.

En relación con lo indicado, Konjer et al (2017) quisieron de alguna forma llenar el vacío existente en la investigación empírica sobre la demanda de deportes individuales. Para ello pusieron a prueba una serie de hipótesis mediante análisis econométricos, entre las cuales se encontraba la siguiente: “cuanto mayor sea la incertidumbre del resultado del partido, mayor será la audiencia televisiva”. A pesar de que el papel de la incertidumbre sigue sin estar del todo claro, este estudio reveló que los consumidores no tienen una preferencia particular por los partidos igualados frente a los partidos entre David y Goliat.

En este contexto, Magnus y Klaassen (1999) analizaron las desigualdades del balance competitivo entre los hombres y las mujeres, más concretamente las probabilidades de que un no cabeza de serie gane un set contra un cabeza de serie. Tomando 481 partidos de Wimbledon (entre 1992 y 1995) como datos del estudio, observaron que los jugadores masculinos tienen más probabilidades de ganar a un cabeza de serie que las jugadoras femeninas, demostrando así la importancia de la estructura del tenis y cómo afecta esta al equilibrio competitivo.

De manera semejante, Du Bois y Heyndels (2007) analizaron los niveles de competitividad de los circuitos profesionales de tenis masculino (ATP) y femenino (WTA). Para ello

utilizaron unas fórmulas estadísticas y un modelo de estructura-conducta-resultado¹⁶, con los cuales observaron que la naturaleza del juego depende de la forma en la que se organiza el mismo y del comportamiento de los jugadores partícipes. Los resultados obtenidos sugirieron que el campeonato masculino era más competitivo que el femenino en base a las medidas de incertidumbre intertemporal y los indicadores de incertidumbre a largo plazo. De hecho, los datos utilizados demostraron que las mejores posiciones de la clasificación ATP cambiaban con más frecuencia que los de la WTA.

Este estudio puede llegar a justificar en cierta forma las diferencias observadas en el interés público y los medios de comunicación entre el tenis masculino y el tenis femenino. Igualmente, estos estudios demuestran por qué la curva de Lorenz de la WTA es mayor que la de la ATP, tal y como se muestra en el Gráfico 1. En relación a lo indicado anteriormente, incluso factores como la superficie de juego afectan directamente a la naturaleza del juego y por tanto, a su equilibrio competitivo. Para ejemplificar, el juego en hierba de Wimbledon, al provocar un juego más rápido que la tierra batida, los tenistas ven la necesidad de cambiar su forma de jugar a una más estratégica. Aquella forma que logra darles la mayor ventaja es el juego de saque y volea¹⁷. Entre las tenistas profesionales, Martina Navratilova fue de las pocas jugadoras que lograron realizar esta forma de juego, la cual le hizo ganar hasta nueve campeonatos de Wimbledon, respaldando nuevamente las conclusiones del estudio de Du Bois y Heyndels (2007).

En síntesis, la previsibilidad del resultado de los partidos no siempre ha demostrado ser un factor notablemente influyente en la demanda del tenis profesional. Esta previsibilidad con el tiempo crea estrellas del deporte, y en ocasiones este estatus generado hace que más personas quieran consumir los eventos deportivos. En el caso del tenis, se ha demostrado que los consumidores quieren estrellas a las que ver, ya que un torneo demasiado equilibrado puede no ser lo más favorable para la maximización de audiencia. Es por esto por lo que el sistema de cabezas de serie es óptimo para las federaciones y/u organizadores de los eventos.

¹⁶ En 1958, Joe S. Bain estableció el paradigma Estructura-Conducta-Resultado. Estos son tres conceptos relacionados de manera dinámica entre sí, en el sentido de que cada uno influye en el resto. Este modelo fue aceptado como una de las teorías básicas de la organización industrial, con el cual se pretendía mejorar el análisis de los mercados superando a las teorías microeconómicas. (Caldentey, 1987)

¹⁷ Esta estrategia de juego consiste en lo siguiente: el jugador o la jugadora sube a la red inmediatamente después de sacar, de manera que cuando el contrincante le devuelva la bola, este o esta pueda golpearla rápidamente. El juego de saque y volea no es favorable en tierra batida puesto que el juego es más lento y el oponente tendría más probabilidades de devolver la volea.

4. IMPACTO ECONÓMICO DEL TENIS

El impacto económico del tenis va más allá del dinero que genera para las empresas organizadoras de los torneos o los jugadores. De hecho, la celebración de los eventos deportivos del tenis genera una serie de beneficios directos, indirectos e inducidos que sirven como incentivo para los poderes públicos y los inversores privados para su organización (Hurtado et al, 2007).

En este apartado se analizarán de manera individual las tipologías de impacto económico de este deporte en la sociedad y economía mundial. Teniendo en cuenta lo complejo que supone la realización de un estudio del impacto económico de la industria del tenis en su conjunto, se analizará de manera selectiva los resultados económicos de ciertas federaciones así como diferentes empresas de organización de eventos deportivos, usando el caso del torneo del US Open como objeto de investigación final.

4.1 Impacto socioeconómico del tenis femenino

Volviendo al caso del papel de la mujer en el tenis y dejando de lado el caso de discriminación postiva anteriormente mencionada, la igualdad de género ha demostrado ser un factor muy importante para el desarrollo de las economías y sociedades del mundo. Dado que las mujeres representan más de la mitad de la población en Europa, su inclusión en el mundo laboral deportivo ofrece a las diferentes organizaciones una expansión del mercado. De esta forma se lograría alcanzar a un público mayor y atraería inversión privada a las diferentes empresas partícipes de dicho mercado. (Elborgh-Woytek et al, 2013)

El Directorio Ejecutivo del Fondo Monetario Internacional aprobó en el año 2022 una estrategia para la integración de la perspectiva de género en sus actividades. En este documento, los autores argumentan que la reducción de las brechas de género puede estimular el crecimiento económico, reforzar la estabilidad externa y financiera, apoyar el rendimiento de los sectores público y privado y reducir la desigualdad de ingresos. En relación a lo anteriormente mencionado, al privar de poder a la mitad de la población, se reduce la productividad y afecta directamente a las empresas, puesto que una mayor representación de mujeres en puestos directivos y de administración se asocia con resultados económicos positivos. (FMI, 2022)

Hurtado et al (2007) evaluaron el impacto económico del Campeonato del Tenis femenino de la ITF en Sevilla en 2006. Haciendo uso del análisis coste beneficio (ACB), se pudo observar que este evento obtuvo un ratio de beneficio/coste de 9,98, lo que significa que el retorno por cada euro gastado fue de 9,98 euros de ingresos para la economía anfitriona. Esto supuso una gran proyección de imagen para la ciudad de Sevilla y favoreció la dinamización y desarrollo del tejido socio-económico del territorio.

De manera similar, Schut y Pierre (2016) realizaron un análisis del impacto económico del GDF-Suez Tennis Open de Seine-et-Marne mas obtuvieron resultados diferentes. El estudio se llevó a cabo a escala del municipio de Val Maubuée y a escala del departamento territorial de Seine-et-Marne. De esta forma los autores concluyeron que cuánto mayor es la zona de estudio, menor es el impacto y contrariamente al trabajo de Hurtado et al (2007), este torneo solo reportó escasos beneficios al territorio anfitrión. Asimismo, estos autores quisieron recalcar que la razón de los resultados no fue la modalidad del torneo (femenino), sino más bien la naturaleza del territorio y su atractivo para el turismo, puesto que consideró a este como un factor determinante en los beneficios económicos de los eventos deportivos.

Tabla 4

Mayores audiencias US Open 2022

	Ganador	Contrincante	Ronda	Audiencia (Millones)
1	Ajla Tomljanovic	Serena Williams	Tercera ronda	4.8
2	Serena Williams	Anett Kontaveit	Segunda ronda	3.6
3	Carlos Alcaraz	Frances Tiafoe	Semifinal	3.1
4	Serena Williams	Danka Kovinic	Primera ronda	2.7
5	Frances Tiafoe	Rafael Nadal	Octavos de final	2.4
6	Lucie Hradecká / Linda Nosková	Serena / Venus Williams	Primera ronda (Dobles)	2.2
7	Carlos Alcaraz	Casper Ruud	Final masculina	2.2
8	Caroline Garcia	Coco Gauff	Semifinal	2.1
9	Iga Swiatek	Ons Jabeur	Final femenina	1.8
10	Nick Kyrgios	Danill Medvedev	Octavos de final	1.7

Fuente: Sportsmediawatch y elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla 4, el torneo del US Open 2022 registró cifras de audiencia considerablemente elevadas. Asimismo, estos datos muestran los diez partidos con las mayores audiencias de dicho Grand Slam, de los cuales seis son de la modalidad femenina

(color de fuente rojo). Una vez más, esto demuestra lo altamente valorado que está el tenis femenino, teniendo en cuenta que se trata de uno de los cuatro torneos más importantes de este deporte. A modo de contexto, este torneo sería el último US Open que jugaría la tenista Serena Williams, considerada para muchos como una de las mejores jugadoras de la historia. Esto podría justificar sus múltiples apariciones en esta lista de audiencias, pero no por ello invalida la importancia que demuestra tener el tenis femenino.

Los medios, al ser una de las fuerzas institucionales más poderosas de la sociedad moderna, son un factor determinante para la visibilización del deporte femenino (Ordóñez, 2011). En este sentido, usando de referencia los datos presentados en la tabla, la forma en que se transmite el contenido de las tenistas es más igualitaria a la de sus homólogas en otros ámbitos deportivos.

En su análisis comparativo entre la ATP y la WTA, Du Bois y Heyndels (2007) mencionan la teoría de los bienes de Lancaster (1966) para justificar las diferencias entre ambos circuitos. Esta teoría supone que los bienes poseen características intrínsecas y que no son los bienes, per se, los que proporcionan utilidad a los consumidores, sino dichas características. Estos autores hipotetizan una relación entre las características de los partidos de tenis masculino y femenino y como sus diferencias afectan al interés del público y apreciación por parte de los medios.

En tal sentido, el nivel de valor mediático de las mujeres se ve influenciado por factores no relacionados con el deporte, por lo que lamentablemente dependen más de sus características personales que los hombres. García-del-Barrio y Pujol (2015) observaron un sesgo, que a pesar de no ser enorme, demostraba la existencia de factores no relacionados directamente con el deporte y sí con estereotipos que, en última instancia, afectan a las oportunidades ofrecidas a las mujeres en ciertos mercados laborales, principalmente deportivos.

4.2 Impacto económico directo

El impacto económico directo hace referencia a la producción y el empleo generados por el sector o sectores receptores de las inversiones, en este caso el tenis profesional. Igualmente corresponde al gasto que atrae la organización de los diferentes eventos o el despliegue de la nueva infraestructura (PwC, 2012). En este orden de ideas es importante entender que el impacto económico directo es de vital importancia para los agentes económicos partícipes del

sector, puesto que afecta directamente a la toma de decisiones estratégicas y desarrollo de políticas deportivas.

4.2.1 Industria del tenis y el US Open

En el año 2021, la ITF, el organismo máximo del tenis internacional, registró un total de 66,6 millones de dólares de ingresos y 74,8 millones de dólares de gastos, obteniendo así un déficit de 8,2 millones en sus actividades operativas. Asimismo, los estados financieros de esta organización se distinguen en tres actividades: las estratégicas (aquellos proyectos destinados a lograr los objetivos de la estrategia ITF 2024), las de inversión (el rendimiento de las carteras de inversión de la ITF) y las operativas (estas hacen referencia a las actividades en curso de la ITF). A pesar de que al final del año la ITF registró un déficit de 1,3 millones de dólares en iniciativas estratégicas, logró obtener un superávit de 4 millones de dólares de sus actividades de inversión. (ITF, 2021a)

Sin embargo, los resultados financieros de este órgano de gobierno del tenis mundial no reflejan apropiadamente los resultados económicos de un mercado tan complejo como es el de este deporte. Adicionalmente, el año 2021 fue un año de recuperación económica para muchas industrias, siendo el tenis una de ellas. No obstante, no todas las sociedades o federaciones obtuvieron resultados deficitarios. En el caso particular de España, el resultado del ejercicio de la Real Federación Española de Tenis (RFET) en 2021 fue de 100.175€ de superávit, experimentando un crecimiento de 348.893€ desde el año 2020 (RFET, 2021).

Es evidente que las fuentes de ingresos así como los resultados económicos de las federaciones y empresas de tenis difieren notablemente. Es por eso que de ahora en adelante el análisis se centrará en una sociedad de esta economía, la USTA (United States Tennis Association), estudiando detenidamente el impacto del US Open y usando ejemplos de otras empresas únicamente como observaciones adicionales o a modo de comparación.

Así pues, la USTA es el organismo rector del tenis en los Estados Unidos, líder en la promoción del crecimiento y desarrollo del tenis en el país. En el año 2022 registró datos considerablemente positivos. Analizando los resultados de explotación de la empresa, es decir, los beneficios o las pérdidas que ha tenido dicha organización en lo referente a su actividad principal (sin tener en cuenta el resultado financiero ni los impuestos), los beneficios superan a los gastos operativos, obteniendo un resultado de superávit de 59,442

millones de dólares (Ludeña, 2021). Esta información es de gran utilidad para analizar la realidad financiera de cada una de las partes del negocio. Como se puede observar, en el año 2022 aumentaron los costes en un 13,38%, lo que generó un incremento de los beneficios operativos del 19,73%. Es por esto por lo que probablemente en este año 2023 la cantidad de dinero invertido por parte de la USTA aumente, puesto que por el momento parece que el ingreso marginal es superior al coste marginal, y por tanto esta sería una estrategia rentable para seguir aumentando la producción de la empresa.

Sin embargo, los datos que más nos conciernen en este apartado son aquellos relacionados únicamente con el torneo del US Open, el cual es una de las principales fuentes de ingresos del organismo rector del tenis estadounidense. La organización¹⁸ generó más del 91% de sus ingresos de explotación únicamente con este torneo. Al mismo tiempo, el US Open registró unos ingresos de 472,172 millones de dólares y unos gastos de 244,162 millones, obteniendo así unas ganancias netas de 228,010 millones de dólares (USTA, 2022). Los ingresos de esta organización proceden de diversas fuentes, como los derechos de retransmisión, la venta de entradas, los patrocinios y las licencias, mientras que la cantidad total de gastos hace referencia a la depreciación, pignoración, gastos por intereses de la deuda y los gastos directos de la organización (salarios, publicidad, material deportivo, gastos de gestión... etc).

Cabe destacar que en el año 2022 fue nombrado Evento Deportivo del Año en la 16ª edición de los premios anuales Sports Business Awards presentados por la revista Sports Business Journal (US Open, 2023a). Este premio juzga el paquete global de entretenimiento y experiencia del aficionado, incluyendo aspectos como la mejora del mercado, la generación de nuevos ingresos y crecimiento; la excelencia, la innovación y cómo devuelven algo a la comunidad. En este sentido, la Fundación USTA organizó un evento de recaudación de fondos que apoya el tenis y los esfuerzos educativos de los jóvenes con menos recursos de todo Estados Unidos, el cual registró una cifra récord de 3 millones de dólares.

En relación a los eventos filantrópicos, el US Open recaudó 2 millones de dólares de ayuda para Ucrania a través de su colección de esfuerzos de recaudación de fondos a lo largo de tres semanas del evento de 2022, recibiendo donaciones de los socios corporativos del US Open, la USTA, aficionados y donantes privados. Asimismo, el acto principal de la US Open Fan

¹⁸ Los estados financieros consolidados analizados incluyen las cuentas de United States Tennis Association Incorporated (USTA); USTA National Tennis Center Incorporated (NTC); USTA Player Development Incorporated (PD); Cincinnati Tennis, LLC (Cincy); USTA Foundation Incorporated (USTA Foundation); y US Open Series, LLC (USOS). En lo sucesivo, dichas empresas se denominan colectivamente la "Organización".

Week fue la exhibición que más contribuyó a la causa, logrando recaudar hasta 1,2 millones de dólares para la ayuda humanitaria. (Chiesa, 2022)

4.2.2 Empleo y fiscalidad

Siendo el US Open uno de los torneos más prestigiosos del mundo, cabe esperar que este genere un gran impacto económico, tanto laboral como fiscal. La creación de empleo es uno de los muchos beneficios que reporta la organización de torneos como este. De hecho, en el año 2022, el US Open contrató a más de 6.500 nuevos empleados, de los cuales más de un 40% son del propio distrito anfitrión, Queens (US Open, 2023b). Desde los servicios de alimentación, recoge-pelotas, seguridad o los trabajadores de taquillas, el torneo brinda la oportunidad, tanto a los residentes de Queens como al resto de ciudadanos del país, de tener un trabajo adicional durante la duración del partido (tres semanas aproximadamente).

En cuanto a la recaudación fiscal estatal, la organización responsable del US Open está exenta del impuesto federal sobre la renta en virtud del artículo 501(c) del Código de Rentas Internas (USTA, 2022). No obstante, cada torneo es responsable de retener los impuestos sobre la renta requeridos del pago del premio en metálico de cada jugador y de remitir dichos importes a las autoridades fiscales correspondientes, es decir, los tenistas pagan los impuestos sobre el dinero de sus premios en el lugar donde se hayan ganado dichos premios (ATP, 2019).

Puesto que el US Open se disputa en el estado de Nueva York, los deportistas profesionales tienen la obligación de pagar alrededor del 28,33% en materia de impuestos sobre la renta, 22% de impuesto federal medio más un 6,33% adicional obligatorio por el estado (Comparably, 2023). Este torneo muestra una presión fiscal inferior a Wimbledon (40%-45%) o el Australian Open (32%) y similar al Roland Garros (30%) (Hadlich, 2023). Asimismo, a pesar de que otras fuentes indican que el porcentaje de impuestos es del 30% (Hadlich, 2023) (Young, 2019), se usará el 28,33% para evitar una sobrestimación de los ingresos fiscales.

Cabe destacar que en el US Open, este porcentaje de tasa impositiva sólo se aplica a aquellos jugadores no estadounidenses. Los jugadores extranjeros pagan impuestos al gobierno de los Estados Unidos y no suelen pagar impuestos sobre la renta cuando vuelven a casa. Esto es debido a la existencia de tratados de doble imposición, los cuales permiten reducir la cantidad de impuestos que tienen que pagar en su país de residencia. No obstante, no todos los países

cuentan con estos tratados, por lo que es normal ver a aquellos jugadores con mayores ingresos residir en países en los que no han nacido, puesto que estos siguen una planificación fiscal para quedarse con el mayor porcentaje posible de sus ingresos¹⁹ (Jonathan, 2021).

En este sentido, la cantidad total de premios en metálico ascendió a 60,102 millones de dólares, de los cuales 7.677.200 fueron a caer a los bolsillos de los jugadores estadounidenses. Por lo tanto, multiplicando los 52.424.800 dólares por la tasa impositiva estimada (28,33%), el torneo reportó una cantidad de 14.851.945,84 dólares de beneficios fiscales para el estado de Nueva York y los EEUU únicamente de los tenistas extranjeros. En cuanto a los tenistas nacionales, estos se ven en la obligación de pagar los impuestos en aquellos estados en los que generan los ingresos. A este impuesto se le denomina como “Jock Tax”, y hace referencia al impuesto sobre la renta que se aplica a las personas que ganan dinero fuera de su estado o ciudad de origen (Lake, 2022).

En los Estados Unidos, los deportistas profesionales tienen que pagar un impuesto federal sobre la renta junto con un impuesto estatal, el cual varía según el estado en el que residan. El impuesto sobre la renta en este país es de carácter progresivo, es decir, cuanto mayor sea la renta de la persona física, mayor es el porcentaje de renta que tiene que pagar en materia tributaria. En este caso hay siete tramos del impuesto federal sobre la renta: 10%, 12%, 22%, 24%, 32%, 35% y 37%, los cuales vienen determinados por su estado civil y la renta total (Washington y Whiteman, 2023). Una vez más, para evitar sobreestimaciones de los ingresos tributarios, se calcularán las cantidades de impuestos pagadas usando como referencia las escalas de cantidades, suponiendo que los jugadores no reciben ninguna cantidad adicional de ingresos. Usando los datos anteriormente mencionados, la cantidad de impuestos sobre la renta pagados por los jugadores estadounidenses asciende a un mínimo de 1.598.218,25 dólares. Cabe destacar que muchos de los tenistas profesionales acaban viviendo en estados como Florida o Texas por no tener impuestos adicionales sobre la renta (Mozo, 2023), por lo que no se tendrán en cuenta estos últimos para evitar fallos en las estimaciones a la alza.

¹⁹ Si esto se considera eficiencia fiscal o inmoralidad social y tributaria no forma parte del análisis de este trabajo.

4.2.3 Infraestructura e instalaciones deportivas

La estimación de los costes en relación a las infraestructuras resulta relativamente sencilla puesto que en el año 2022 no hubo ninguna inversión sobre las instalaciones del torneo. Si bien es cierto que entre los años 2016 y 2018, el recinto en el que se organiza el US Open tuvo una renovación significativa²⁰ valorada en 600 millones de dólares, el coste de esta inversión no se aplicará al análisis dado que se considera un hecho consumado (Minassian, 2018). No obstante, debido a que se trata de una gran inversión por parte de la USTA, es importante recalcar que el periodo de payback, o de recuperación de la inversión fue de cuatro años y diez meses aproximadamente²¹.

4.2.4 Análisis de los resultados

Para finalizar el impacto económico directo, se observa que los ingresos generados por parte de la empresa organizadora del US Open 2022, la USTA, junto con la estimación de los ingresos tributarios y las recaudaciones benéficas para la fundación USTA ascendieron a un total de 493,622 millones de dólares, mientras que los gastos fueron de 244,162 millones, obteniendo así un resultado de superávit de 249,460 millones.

Los datos principales de ingresos fueron establecidos y analizados bajo el criterio contable habitual estadounidense, los cuales procedían de tres fuentes principales, los derechos de retransmisión, la venta de entradas y los patrocinios. La cifra total obtenida no permite medir el peso total del deporte, puesto que no tiene en cuenta el impacto económico indirecto suficiente para llevar a cabo un análisis completo del efecto económico del US Open (Bosch et al, 2019). Un ejemplo para defender este argumento sería el caso del estudio de Hurtado et al (2007), en el que los autores demostraron mediante la realización de un Método de Valoración Contingente y la elaboración de una encuesta, que los efectos externos e inducidos juegan un papel muy importante en el análisis general del impacto económico de los eventos deportivos.

²⁰La USTA realizó una inversión de 600 millones de dólares, autofinanciados, con la que transformó de manera estratégica el Centro Nacional de Tenis Billie Jean King, mejorando alrededor del 85% del recinto. Aumentó la capacidad del estadio Louis Armstrong y construyó nuevos estadios, duplicando la superficie total del recinto del Open. (Minassian, 2018)

²¹El resultado está hecho por elaboración propia utilizando en precios corrientes las cantidades netas de los resultados de pérdidas y ganancias de la organización gestora del evento. El resultado final se vio altamente influenciado por las pérdidas registradas en el año 2020 a causa del COVID 19(Usta, 2022). (Ver datos en el anexo)

5. CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

5.1 Conclusiones generales

El deporte tiene un gran impacto cultural dado que fomenta la cohesión social con su práctica. La importancia del deporte en nuestra sociedad se puede analizar desde una perspectiva social, política e incluso económica. Desde hace décadas, la actividad física pasó de ser una mera actividad de ocio a comercializarse debido al potencial económico que esta tenía. Por esta razón surgió la economía del deporte, como rama de la ciencia económica que se especializa en el estudio de la utilización de recursos para la producción y consumo de bienes y servicios deportivos.

A lo largo del trabajo se ha demostrado que la economía del deporte tiene una serie de peculiaridades que la caracterizan. Para empezar, las empresas deportivas, siendo estas los jugadores o equipos profesionales (dependiendo de la modalidad del deporte), necesitan tener una competencia estable para poder maximizar sus beneficios. Esta afirmación evidentemente entra en conflicto con las teorías económicas clásicas, donde las empresas estarán mejor cuanto más cerca estén del monopolio. Asimismo, el deporte se puede analizar desde una perspectiva macroeconómica, puesto que se logra estudiar el impacto del deporte en las variables agregadas de un país (PIB, empleo, inflación, gasto público, consumo privado, inversión, impuestos y comercio exterior), y microeconómica, ya que existe un mercado para estos bienes en el que los agentes ofrecen, demandan y toman sus decisiones frente al consumo dependiendo de sus necesidades y preferencias (Mesa Callejas y Arboleda Sierra, 2007).

En este sentido, este área de estudio debería impartirse en los grados de Economía de las diferentes universidades del mundo, empezando por España, puesto que la combinación de un sector tan interiorizado de la sociedad y los análisis económicos darían resultados fructíferos tanto para las universidades como para los resultados académicos de quienes la estudian. Puesto que se trata de una industria con una serie de características especiales, la gestión del deporte como producto de consumo requiere de conocimientos específicos.

En cuanto al mercado del tenis, este deporte ha demostrado una trayectoria de crecimiento social y económico significativa a lo largo de los años. Desde su comercialización en el año 1874 con el nombre de "sphaeristike", hasta su situación actual, siendo uno de los cinco deportes más practicados del mundo. Puesto que forma parte de la industria deportiva, el tenis

tiene una serie de reglas formales e informales específicas que condicionan su práctica y comercialización. Al mismo tiempo, el tenis ha demostrado ser uno de los deportes más inclusivos e igualitarios del siglo XXI, estando cada vez más cerca de lograr una paridad de género en los diferentes torneos del circuito profesional. No obstante, la organización de los torneos y sus distintas regulaciones son las principales causas de la alta desigualdad salarial. Las competiciones favorecen a aquellos jugadores mejor posicionados en el ranking global del tenis haciéndoles cabeza de serie y facilitando así sus rondas.

Su mercado tiene diferentes niveles de competencia regulados por dos principales órganos de gobierno, la ITF y la ATP. En este trabajo se analiza el desglose de los premios en metálico de los cuatro torneos más prestigiosos del mundo, los Grand Slams, y finaliza con el breve análisis del impacto económico directo de uno de ellos, el US Open. En este contexto, los resultados de los estados financieros de la empresa organizadora del evento, la USTA, se puede observar que no solo presenta unos resultados de explotación positivos de 60 millones de dólares, sino que analizando únicamente los resultados derivados de la organización del evento, la empresa registró unos ingresos de 472,172 millones de dólares y unos gastos de 244,162 millones. De acuerdo a estas cifras, su superávit de 228,010 millones de dólares demuestra la alta rentabilidad de dicho evento deportivo para la organización gestora. Por su parte, este torneo también reporta altos ingresos fiscales para el Servicio Interno de Impuestos estadounidense, alcanzando una cifra de 14.851.945,84 dólares de aquellos jugadores extranjeros y un mínimo estimado de 1.598.218,25 dólares de jugadores nacionales.

En conclusión, los datos analizados y obtenidos en este trabajo demuestran la interconexión que existe entre la economía y el deporte, siendo este una actividad que fomenta el crecimiento económico y la generación de empleo mediante el desarrollo de su industria.

5.1 Futuras líneas de investigación

Más allá del impacto económico directo, la industria del tenis genera una cantidad de impacto económico indirecto, el cual corresponde con la producción y el empleo generados en aquellos sectores que se benefician de manera indirecta del gasto e inversiones. En otras palabras, aquellos sectores que se encargan de suministrar los bienes o servicios necesarios para su actividad a los sectores directamente relacionados con dicho gasto o inversión (PwC, 2012). Dicho impacto indirecto abarca una gran variedad de sectores, como el turismo y los

medios de comunicación, entre otros. El tenis tiene la capacidad de estimular otros sectores de la economía lo cual lo convierte en una industria digna de ser el foco de atención de los inversores y los aficionados, así como de este trabajo y trabajos futuros.

Gráfico 4



Para poder llevar a cabo un estudio del impacto económico general (directo e indirecto), existen varios instrumentos, tal y como se explica en el marco teórico. Bosch et al (2019) explican como la elaboración de un estudio de peso económico puede tener muchas dificultades para hacer operativos sus cálculos. Entre estas dificultades se encuentra la presente en este trabajo, la ausencia de datos. En el caso del torneo del US Open, existe una falta de datos censales con los que estimar la cantidad dedicada al turismo por parte de los asistentes. Es por esto por lo que sería necesario realizar encuestas a estos para poder llevar a cabo un estudio del impacto económico indirecto. El turismo deportivo es un aspecto positivo de la organización de eventos deportivos, puesto que los turistas ocupan plazas hoteleras, comen en restaurantes, usan el transporte público y consumen las actividades de ocio ofrecidas por la ciudad anfitriona, es decir, promueven el consumo de otros servicios ajenos o complementarios al torneo en cuestión (Buendía Iglesias, 2022).

En su estudio del impacto económico del baloncesto en Castilla y León, Canella Rodriguez (2019) realizó una encuesta personal a los espectadores de diferentes eventos de baloncesto de la comunidad autónoma. Con la información recopilada en dichas encuestas pudo realizar el Análisis Coste Beneficio para determinar de manera más exacta el impacto económico global de este deporte. De manera similar, Navalón Sánchez (2020) utilizó una serie de encuestas realizadas y proporcionadas por la organización responsable del Mutua Madrid Open, en la que se mostraba el desembolso de los asistentes en el evento. Nuevamente, con esta información pudo llevar a cabo el análisis óptimo sobre el impacto económico del tenis en la capital española.

Se mencionan estos dos trabajos por similitud en organización y objetivos del último apartado del presente trabajo de fin de grado. A diferencia del caso de Navalón Sánchez

(2020), la USTA no ofrece información pública sobre el gasto de los espectadores del evento, por lo que no ha sido posible estudiar el impacto completo del US Open. Una posible línea de investigación futura sería un Análisis Coste-Beneficio de dicho torneo, utilizando los datos expuestos en este trabajo y realizando una encuesta similar a la ofrecida por Canella Rodriguez (2019) para así lograr despejar esta incógnita.

Anteriormente en este trabajo se explica cómo el Análisis Coste-Beneficio es una de las mejores herramientas para estudiar y evaluar las repercusiones socioeconómicas de proyectos y eventos deportivos, ya que logra medir los impactos cuantitativos y cualitativos generados en dicho proyecto (Sanchez y Barajas, 2012). En resumidas cuentas, lograr la información sobre el desembolso de los asistentes del US Open, no solo facilitaría el propio análisis, sino que mejoraría la estimación del impacto económico del torneo en la economía local, lo que podría incitar a otras economías a invertir en actividades deportivas.

BIBLIOGRAFÍA

Andreff, W. (2008). "Globalization of the sports economy". *Rivista di diritto ed economia dello sport*, 4(3), 13-32.

https://www.researchgate.net/profile/Wladimir-Andreff-2/publication/278785718_Globalisation_of_the_sports_economy_Rivista_di_diritto_ed_Economia_dello_Sport_vol_IV_fasc_3_2008_pp_13-32/links/55a39d4e08aed99da24c4c1d/Globalisation-of-the-sports-economy-Rivista-di-diritto-ed-Economia-dello-Sport-vol-IV-fasc-3-2008-pp-13-32.pdf

Arcos, A. V. (2022). "La gobernanza de los clubes de tenis: aspectos relevantes". *Coaching & Sport Science Review*, 2022, num. 87, p. 8-15. <https://roderic.uv.es/handle/10550/86208>

Arias, F. (2009). "Analogía entre el sistema económico y el deporte de élite". *Revista Actividad Física y Ciencias*. Vol. 1, N° 1.

https://www.academia.edu/11345895/ECONOM%C3%8DA_Y_DEPORTE_Analog%C3%ADa_entre_el_sistema_econ%C3%B3mico_y_el_deporte_de_%C3%A9lite

ATP (2019). "ATP Rulebook Chapter 3, Financial". *Association of Tennis Professionals*

<https://www.atptour.com/-/media/files/rulebook/2019/2019-atp-rulebookchapter-3financial13mar.pdf>

Balliauw, M., Verlinden, T., van Den Spiegel, T., & Van Hecke, J. (2017). "Towards a sustainable financial model for professional tennis players". University of Antwerp, Faculty of Applied Economics https://repository.uantwerpen.be/docman/irua/36625e/142911_2.pdf

Bayle, E., y Maltese, L. (2009). "La actividad socio-económica del tenis en Francia". *COACHING & SPORT SCIENCE REVIEW*.

<https://www.fedecoltenis.com/userfiles/Mayo%205%202020/CSSR%2049%20ESP.PDF#page=24>

Berry, D. (2020). "A people's history of tennis". *Pluto Press*.

<https://doi.org/10.2307/j.ctv11hptz6>

Bosch, J., Murillo, C., y Raya, J. M. (2019). "La importancia económica del sector deportivo y el impacto económico de los eventos deportivos". *Papeles de economía española*, (159), 261-274.

https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PEE/159art17.pdf

Booth, R. (2009). "Sports economics". *The Australian Economic Review*. Vol. 42, no. 3, pp. 377-85.

https://www.researchgate.net/publication/227371372_Sports_Economics

Budzinski, O. (2012). The institutional framework for doing sports business: Principles of EU competition policy in sports markets. *International Journal of Sport Management and Marketing* 2, 11(1-2), 44-72. <https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJSMM.2012.045485>

Buendía Iglesias, R. (2022). "Por qué el tenis es importante para la economía". *The conversation*. Obtenido el 15 de junio de

<https://theconversation.com/por-que-el-tenis-es-importante-para-la-economia-181817>

Cairns, J.; Jennett, N.; Sloane, P.J.(1986). "The Economics of Professional Team Sports: A Survey of Theory and Evidence", *Journal of Economic Studies*, Vol. 13 Issue: 1, pp.3-80, <https://doi.org/10.1108/eb002618>

Caldentey Albert, P. (1987). "Una propuesta de remodelación del paradigma estructura-conducta-resultados". https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/5737/r141_08.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Calderón, M. (2022). "El límite salarial: ¿Qué es y cómo se calcula?". *Mundo deportivo*. <https://www.mundodeportivo.com/suplemento-laliga-2020-2021/20220909/1001865303/limite-salaria-l-que-como-calcula.html>

Canella Rodriguez, M. (2019). "El impacto económico de los eventos deportivos: estudio empírico del baloncesto en castilla y león mediante el análisis coste-beneficio". Universidad de León. <https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/11631/TFG%20Canella%20Rodriguez%20Marta.pdf;jsessionid=1BA743118931657E5B9F94A98E048CFC?sequence=1>

Capretti, S. (2011). "La cultura en juego: el deporte en la sociedad moderna y postmoderna." *Trabajo y sociedad*, (16), 231-250. <http://www.scielo.org.ar/pdf/tys/n16/n16a14.pdf>

Chiesa, V. (2022). "Tennis Plays for Peace exhibition at 2022 US Open raises \$1.2 million for Ukrainian relief efforts". US Open. Obtenido el 6 de junio de https://www.usopen.org/en_US/news/articles/2022-08-24/tennis_plays_for_peace_exhibition_at_2022_us_open_raises_12_million_for_ukrainian_relief_efforts.html

Claus, L., y Kroezen, J. (2016). "How Do Institutional Paradoxes Evolve? The Gender Equality Paradox in Professional Tennis". *Academy of Management Proceedings*. Vol. 2016, No. 1, p. 14026. Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/ambpp.2016.159>

Comisión Europea (2007a). "The EU and Sport: Background and Context". *Commission Staff Working Paper* accompanying the White Paper on Sport, Bruselas, SEC(2007)935. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52007SC0935>

Comisión Europea (2007b). "Libro Blanco sobre el Deporte". *Comisión Europea*, Bruselas, COM(2007)391final. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52007DC0391>

Comisión Europea (2011). "Desarrollo de la dimensión europea en el deporte". *Comisión Europea*, Bruselas, COM(2011) 12 final <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0012>

Comparably (2023). "Professional Athlete Salary in New York City, NY". *Comparably*. Obtenido el 1 de junio de <https://www.comparably.com/salaries/salaries-for-professional-athlete-in-new-york-ny>

Corominas, J. (1987). “Breve diccionario etimológico de la lengua castellana”. *Editorial Gredos*. <https://desocuparlapieza.files.wordpress.com/2016/02/corominas-joan-breve-diccionario-etimologic3b3gi-co-de-la-lengua-castellana.pdf>

Del Corral, J. (2009). “Competitive balance and match uncertainty in grand-slam tennis: effects of seeding system, gender, and court surface”. *Journal of Sports Economics*, 10(6), 563-581. https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1527002509334650?casa_token=_9mTDmB1IMkAAA-AA:J6osk3vYg1IwVxFOeioiVmL3Wz_ept74GJ8gKbTajgxIDxNavF5aXyNfXPIPt3dMdO21moagg

Díez, J. (2018). “Los derechos de imagen del deportista profesional: su calificación como componente retributivo”. *Universidad de León*. <https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/10802/D%EDez%20%C1lvarez.%20Jos%E9%20M ar%EDa.pdf?sequence=1>

Drake, R. (2012). “Joe Louis, the Southern Press, and the “Fight of the Century””. *Human Kinetics*. North Carolina A&T State University. <https://doi.org/10.1123/shr.43.1.1>

Du Bois, C. y Heyndels, B. (2007). “It's a different game you go to watch: competitive balance in men's and women's tennis”. *European Sport Management Quarterly*, 7(2), 167-185. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/16184740701353349?casa_token=hqRgz1Gr_1oAAA-AA:pk_-pNf43odrW6a2IHwbKgTtnZb4aiMkv5MZbmM5UnFVnN5NRikD3TsiTd-mJi8h0QLbpwRkDg

Elborgh-Woytek, K., Newiak, M., Kochhar, K., Fabrizio, S., Kpodar, K., Wingender, P., & Schwartz, G. (2013). “Las mujeres, el trabajo y la economía: Beneficios macroeconómicos de la equidad de género”. *Documento de análisis del personal técnico del FMI*. <https://www.inmujeres.gob.es/publicacioneselectronicas/documentacion/Documentos/DE1663.pdf>

Esteban, M. y Losa, A. (2015). “Guía básica para interpretar los indicadores de desigualdad, pobreza y exclusión social”. *EAPN ESPAÑA*, pp. 9. https://www.eapn.es/ARCHIVO/documentos/documentos/1446118622_guia_basica_indicadores_desigualdad_pobreza_y_exclusion_social.pdf

Farrant, A. (2016). “Equality and tennis”. *Think*, 15(43), 125-134. <https://www.cambridge.org/core/journals/think/article/equality-and-tennis/9CE84265E49A6A2165BDCB9B535C501C>

FMI (2022). “IMF Strategy Towards Mainstreaming Gender”. *International Monetary Fund*. Policy Paper No. 2022/037 <https://www.imf.org/en/Publications/Policy-Papers/Issues/2022/07/28/IMF-Strategy-Toward-Mainstreaming-Gender-521344>

Frank, R. H., & Cook, P. J. (1995). “The winner-take-all society: How more and more Americans compete for ever fewer and bigger prizes, encouraging economic waste, income inequality, and an impoverished cultural life”. *Penguin Books*

Garcia-del-Barrio, P., y Pujol, F. (2015). “Sport talent, media value and equal prize policies in tennis”. *The Economics of Competitive Sports* (pp. 110-151). Edward Elgar Publishing

<https://www.elgaronline.com/abstract/edcoll/9781783474752/9781783474752.00015.xml>

García Ferrando, M. (2006). “Veinticinco años de análisis del comportamiento deportivo de la población española (1980-2005)”. *Revista Internacional de Sociología (RIS)*. Vol. 64, N°44. https://www.researchgate.net/publication/44200863_Veinticinco_anos_de_analisis_del_comportamiento_deportivo_de_la_poblacion_espanola_1980-2005

García, J., y Rodríguez, P. (2007). “Spanish football: Competitive balance and the impact of the UEFA Champions League”. *Governance and competition in professional sport leagues*, 171-190 [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=x4m5uSd692OC&oi=fnd&pg=PA171&dq=Garc%C4%B1%C2%B4a,+J.,+%26+Rodr%C4%B1%C2%B4guez,+P.+\(2007\).+Spanish+football:+Competitive+balance+and+the+impact+of+the+UEFA+Champions+League&ots=iBxCagi0e1&sig=e1t-vNrUyH9Bx5FE4DCoyR7QGVw](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=x4m5uSd692OC&oi=fnd&pg=PA171&dq=Garc%C4%B1%C2%B4a,+J.,+%26+Rodr%C4%B1%C2%B4guez,+P.+(2007).+Spanish+football:+Competitive+balance+and+the+impact+of+the+UEFA+Champions+League&ots=iBxCagi0e1&sig=e1t-vNrUyH9Bx5FE4DCoyR7QGVw)

Garrido, X. (2012). “Los órganos de gobierno del tenis: ATP, Consejo de Jugadores e ITF”. Punto de break. <https://www.puntodebreak.com/2012/09/27/los-organos-de-gobierno-del-tenis-atp-consejo-de-jugadores-e-itf>

Gibson, A. D. (2010). “The Association of Tennis Professionals: From player association to governing body”. *Journal of Applied Business & Economics*, 10(5). <http://www.digitalcommons.www.na-businesspress.com/JABE/Jabe105/GibsonWeb.pdf>

Hadlich, G (2023) “Do Tennis Players Pay Tax On Prize Money?”. My Tennis HQ. Obtenido el 1 de junio de <https://mytennishq.com/do-tennis-players-pay-tax-on-prize-money/>

Haugen, K. K. (2008). “Point score systems and competitive imbalance in professional soccer”. *Journal of Sports Economics*, 9(2), 191-210. https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1527002507301116?casa_token=Llvito_BJ6IAAAA:EXqRSkOzeuXTZEj9h6wIePKA5WIOliQUUqUXjqSoAhc89veAHStUQXvxFgAJuIgh2UjYBpiQg

Heinemann, K. (1993). “Deporte como consumo”. *Apunts: Educación Física y Deportes*. Traducción del alemán por Núria Puig. <https://raco.cat/index.php/ApuntsEFD/article/view/378459/471834>

Heinemann, K. (1998). “Introducción a la economía del deporte”. *Paidotribo*

Hobsbawm E.J. (1991). “Naciones y nacionalismo desde 1790”. *Crítica*, Barcelona. <https://dedona.files.wordpress.com/2012/02/hobsbawm-eric-1990-naciones-y-nacionalismo-desde-1780.pdf>

Horowitz, I. (1997). “The increasing competitive balance in Major League Baseball”. *Review of industrial Organization*, 12, 373-387 https://www.researchgate.net/publication/225882372_The_Increasing_Competitive_Balance_in_Major_League_Baseball

Hurtado Ramirez, J., Ordáz Sanz, J. y Rueda Cantuche, J. (2007). “Evaluación del impacto económico y social de la celebración de grandes eventos deportivos a nivel local: el caso del Campeonato de

Tenis Femenino de la ITF en Sevilla en 2006.” *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*, pp. 20-39.

https://www.researchgate.net/publication/28181614_Evaluacion_del_impacto_economico_y_social_de_la_celebracion_de_grandes_eventos_deportivos_a_nivel_local_el_caso_del_Campeonato_de_Tenis_Femenino_de_la_ITF_en_Sevilla_en_2006

Ibarrola, D. S. (2019). “Mercantilización o democratización del tenis? Una mirada acerca de la enseñanza actual del “deporte blanco”. *Deporte y sociedad Encontrando el futuro de los estudios sociales y culturales sobre Deporte*, 241.

https://www.academia.edu/download/59902698/interior_DEPORTE_Y_SOCIEDAD_PARA_WEB_jun05-2_-_EN_BAJA20190630-82912-1wrvvcb.pdf#page=241

ITF (2021a). “ITF annual report and financial statements 2021”. *International Tennis Federation*.

<http://itf.uberflip.com/i/1477103-itf-annual-report-and-financial-statements-2021/0>

ITF (2021b). “ITF Global Tennis Report”. *International Tennis Federation*.

<http://itf.uberflip.com/i/1401406-itf-global-tennis-report-2021/0?>

ITF (2022). “Governance regulatory council”. *International Tennis Federation*.

ITF (2023). “Reglas del Tenis”. *International Tennis Federation*

<https://www.itftennis.com/media/7223/2023-rules-of-tennis-spanish.pdf>

Jonathan. (2021). “Where Do Tennis Players Pay Taxes?”. Obtenido el 6 de junio de

<https://www.perfect-tennis.com/where-do-tennis-players-pay-taxes/#:~:text=What%20is%20this%3F-Report%20Ad&text=After%20the%20players%20pay%20taxes,amount%20of%20overseas%20tax%20paid>

Jordan, D. (2013). “Why do golfers earn more than tennis players?”. *Sports Economics*. Obtenido el 30 de mayo de

<https://www.sportseconomics.org/sports-economics/why-do-golfers-earn-more-than-tennis-players>

Konjer, M., Meier, H. E. y Wedeking, K. (2017). “Consumer demand for telecasts of tennis matches in Germany”. *Journal of Sports Economics*, 18(4), 351-375.

https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1527002515577882?casa_token=CYykM6Ne_yQAAA:AA:RAJhunLuKEZVBPwC67wav5loZFhueV8hRTb6OJ5zF0EHP4TrAKUQhsSh4Pt dj3KOz9M3QjqDuw

Kriström, B. y Riera, P. (1997). “El método de la valoración contingente. Aplicaciones al medio rural español (***)”. *Economía Agraria*, n.º 179, (pp. 133-166).

https://www.miteco.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/Revistas/pdf_reea%2Fr179_05.pdf

La Croix, S. J., y Kawaura, A. (1999). “Rule changes and competitive balance in Japanese professional baseball”. *Economic Inquiry*, 37(2), 353.

https://search.proquest.com/openview/416d4d8a404dd5dc5993bb6e8d1840c8/1?pq-origsite=gscholar&cbl=48061&casa_token=39MtvOMOag4AAAAA:ENgxYaWJDI5tzC2FyQBHDttepwe2pRrCBEyW9Zfd4q-kdMUPm9Ys1S5ke2qsTJCxOe7OAHk

- Lake, R. (2022). "What is the Jock Tax?". *Smart Asset*. Obtenido el 15 de junio de <https://smartasset.com/taxes/what-is-the-jock-tax>
- Lancaster, K. J. (1966). "A new approach to consumer theory". *Journal of political economy*, 74(2), 132-157. <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/259131>
- Lizárraga, C (2013). "El Índice de Gini: la desigualdad a la palestra". *Extoikos*, N°13 pp. 66-69. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4690524>
- LTA (2020). "Matchplay Guidelines". *LTA*. <https://www.lta.org.uk/4ac614/siteassets/about-lta/file/lta-matchplay-guidelines-2020.pdf>
- Ludeña, J. (2021). "Resultado de explotación". *Economipedia*. Obtenido el 1 de junio de <https://economipedia.com/definiciones/resultado-de-explotacion.html#:~:text=Para%20calcular%20el%20resultado%20de,a%20su%20actividad%20se%20refiere>.
- Magnus, J. R., y Klaassen, F. J. (1999). "The final set in a tennis match: four years at Wimbledon". *Journal of Applied Statistics*, 26(4), 461-468. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02664769922340>
- Marín Montín, J. (2010). "Valores mediáticos del deportista profesional en la publicidad: análisis comparativo entre Rafa Nadal y Gemma Mengual". *Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 1 (8), 26-40. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/11755/file_1.pdf?sequence=1
- Martin, L. (2015). "Is socioeconomic status a contributing factor to tennis players' success?" *Journal of Medicine and Science in Tennis*, 20(3), 116-121. https://www.researchgate.net/profile/Lorena-Martin-11/publication/287195482_Is_Socioeconomic_Status_a_Contributing_Factor_to_Tennis_Players'_Success/links/567219cd08ae54b5e45fbb2f/Is-Socioeconomic-Status-a-Contributing-Factor-to-Tennis-Players-Success.pdf
- Mesa Callejas, R. J., y Arboleda Sierra, R. (2007). "Aproximaciones teóricas al estudio de la relación economía y deporte". *Revista Análisis Económico*. <https://www.redalyc.org/pdf/413/41311486015.pdf>
- Minassian, G. (2018). "How The U.S. Open Became A \$350 Million Business". *Forbes*. Obtenido el 5 de junio de <https://www.forbes.com/feature/usopen/#7d00ef1013d8>
- Ministerio de Cultura y Deporte (2022). "Encuesta de hábitos deportivos 2022". *Gobierno de España*. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:23953a00-9cf8-487c-98c7-f2fbc43e4e6b/encuesta-de-habitos-deportivos-2022.pdf>
- Mondello, M. J., y Pedersen, P. M. (2003). "A content analysis of the Journal of Sports Economics". *Journal of Sports Economics*, 4(1), 64-73. https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1527002502239659?casa_token=3RGGbBfKmCSsAAA:AA:U98psWcTuJTqUajinqP-Pn5QDzipWrhDnbtVbgzWe3QIA-iAzT7EEtJLm0Xk9tl4V4C1wuWf7W82mVg

Monroy Antón, A. y Sáez Rodríguez, G. (2010). “El origen de algunos términos actualmente utilizados en el tenis”. *EFDeportes.com, Revista Digital* · Año 15 · N° 149.

<https://www.efdeportes.com/efd149/el-origen-de-algunos-terminos-en-el-tenis.htm#:~:text=Los%20fil%20C3%B3logos%20sugieren%20que%20el%20para%20que%20comenzara%20el%20partido.>

Morrison, A., Raju, D. y Sinba, N. (2007). “Gender equality, poverty and economic growth”. *The World Bank. Policy research working paper.*

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=2ch8Sh63xggC&oi=fnd&pg=PA1&dq=gender+equality&ots=8Cb-sVyUXA&sig=BvzvKf0Fns3_w1BFJy7C8luMA_M

Navalón Sánchez, I. (2020). “Impacto del Mutua Madrid Open en la economía madrileña”. Universidad Pontificia Comillas. <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/411169/retrieve>

Neale, W. (1964). “The Peculiar Economics of Professional Sports”. *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 78, pp. 1-14.

Noll, R. (2009). “Sports economics at fifty”. *Stanford Institute for Economic Policy Research. Stanford University.*

https://pennstatelaw.psu.edu/_file/Sports%20Law%20Policy%20and%20Research%20Institute/Noll%20Sports%20Economics%20at%20Fifty.pdf

North, D. (1990). “Institutions, Institutional Change and Economic Performance”. *Cambridge University Press.* <https://doi.org/10.1017/CBO9780511808678>

North, D. (1991). “Institutions”. *The Journal of Economic Perspectives*, Vol. 5, No. 1, pp. 97-112 [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1695541/mod_resource/content/1/North%20\(1991\).pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1695541/mod_resource/content/1/North%20(1991).pdf)

North, D. (2005). “Institutions and the performance of economies over time”. *Handbook of new institutional economics*, 21-30. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-69305-5_2

Ordóñez, A. (2011). Género y deporte en la sociedad actual. *Polémika*, 3(7).

<https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/polemika/article/view/404>

Orfila, O. A. (2020). “Análisis territorial y situacional del tenis en Cataluña. Estudio de mercado”. *Revista Española de Educación Física y Deportes*, (430), ág-99.

<http://reefd.es/index.php/reefd/article/view/924>

Pedrosa Sanz, R. y Salvador Insúa, J. (2003). “El impacto del deporte en la economía: problemas de medición”. *Revista Asturiana de Economía*, Universidad de Valladolid.

<http://www.revistaasturianadeeconomia.org/raepdf/26/P61-84.pdf>

Pérez, A. Muñoz, V. (2018). “Deporte, cultura y sociedad: un estado actual de la cuestión.” *Revista de Humanidades*, 34. p.11-38

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6462051.pdf>

Perfect Tennis (2023). “Prize money breakdown”. Perfect Tennis. Obtenido el 1 de junio de

<https://www.perfect-tennis.com/prize-money/us-open/>

<https://www.perfect-tennis.com/prize-money/wimbledon/>

<https://www.perfect-tennis.com/prize-money/french-open/>
<https://www.perfect-tennis.com/prize-money/australian-open/>

PwC, S. P. (2012). “Estudios de Impacto Económico Cómo valorar la repercusión y el retorno”. PwC.
<https://www.pwc.es/es/sector-publico/assets/brochure-estudios-impacto-economico.pdf>

RFET (2021). “Memoria 2021”. *Real Federación Española de Tenis*.
<https://www.rfet.es/es/rfet-transparencia-memorias-anuales.html>

Riba, A. (2022). “Empresas de gestión deportiva en clubs de tenis: Una tendencia en alza”. *Coaching & Sport Science Review*, 2022, num. 87, p. 45-47
<https://www.itfcoachingreview.com/index.php/journal/article/download/355/959/1427>

Rodriguez, P. (2012). “La economía del deporte”. *Estudios de Economía Aplicada*. Vol. 30-2, pp. 387-418 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4025381>

Ruiz, A., Argiro Muñoz, E. y Mesa, R. (2010). “Medición económica del deporte en Colombia: una propuesta metodológica de cuenta satélite”. *Lecturas de Economía*, (72), 141-167.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-25962010000100006&lng=en&tln_g=es

Sánchez, P. y Barajas, A. (2012). “Los eventos deportivos como generadores de impacto económico: factores clave y medición.”, XXI International Congress of AEDEM Budapest. Universidad de Vigo.
<https://abarajas.webs.uvigo.es/LOS%20EVENTOS%20DEPORTIVOS%20COMO%20GENERADOR%20DE%20IMPACTO%20ECONOMICO.pdf>

Sautet, F. (2005). “The role of institutions in entrepreneurship: implications for development policy”. *Mercatus Policy Primer*, (1). https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1264033

Schut, P. O., y Pierre, J. (2016). “The economic impact of a women's professional tennis tournament: the example of the GDF-Suez Open of Seine-et-Marne, France”. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 8(1), 71-86.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19407963.2015.1065266>

Sloane, P. (1971). “The Economics of Professional Football: The Football Club as Utility Maximizer”. *Scottish Journal of Political Economy*, 18(June), pp. 121-146.

Strengthen (2019). “Manual de uso de modelos de equilibrio general computable compactos”. *Servicio de Desarrollo e Inversión*, Departamento de Política de Empleo.
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/documents/publication/wcms_741481.pdf

Muntañola, T. (1996). “Evolución del deporte del tenis”. *Apunts: Educación física y Deportes* (44-45).
<https://raco.cat/index.php/ApuntsEFD/article/view/316324>

Unión Europea. (2009). “Tratado de Lisboa”. *Diario Oficial de la Unión Europea*, 100.
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:12012E/TXT>

USTA (2022). “Consolidated Financial Statements”. *United States Tennis Association Incorporated and Affiliates*. <https://www.usta.com/en/home/about-usta/who-we-are/national/usta-information.html>

US Open (2022). “2022 US Open Prize Money”. *US Open*. Obtenido el 30 de mayo de https://www.usopen.org/en_US/visit/prize_money.html

US Open (2023a). “2022 US Open named Sports Event of the Year at 16th annual Sports Business Awards”. *US Open*. Obtenido el 6 de junio de https://www.usopen.org/en_US/news/articles/2023-05-22/take_five_daniil_medvedev_wins_first_clay_title_in_rome_elena_rybakina_claims_womens_title.html

US Open (2023b). “2023 US Open Tennis Tournament”. *US Open*. Obtenido el 30 de mayo de <https://careers.usopen.org/>

Villarroel Rodríguez, E. (2018). “La tradición clásica del juego de pelota”. *Notae tironianae*. <https://tironiana.wordpress.com/2018/06/25/la-tradicion-clasica-del-juego-de-pelota/>

Ware, S. (2011). “Game, set, match: Billie Jean King and the revolution in women’s sports”. *UNC Press Books*. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=k0uYOffoybgC&oi=fnd&pg=PP7&dq=billie+jean+king&ots=4bG-Z9a-jP&sig=rcDjsizjAla0B4Lcp-n5KTTd4j0>

Washington, K. y Whiteman, D. (2023). “2022-2023 Tax Brackets & Federal Income Tax Rates”. *Forbes Advisory*. Obtenido el 15 de junio de <https://www.forbes.com/advisor/taxes/taxes-federal-income-tax-bracket/>

Young, J. (2019). “Nadal’s \$3.85 Million US Open Bonanza Has an Eye-Popping Tax Bill”. *CCN*. Obtenido el 5 de junio de <https://www.ccn.com/nadal-millions-us-open-tax/>

Zhai, Y. (2022). “Tennis and Socioeconomic Class: The Change in Perception of the Sport”. *Advances in Applied Sociology*, 12(4), 69-74. <https://www.scirp.org/journal/paperinformation.aspx?paperid=116644>

ANEXO: BASES DE DATOS

Datos utilizados para la elaboración de la Curva de Lorenz e Índice de Gini de la ATP

Veintiles	% Tenistas acumulado	% Ingreso promedio acumulado	(Xk+Xk-1)	(Yk-Yk-1)	(Xk+Xk-1)(Yk-Yk-1)
1	0,05	0,001102357	0,05	0,001102357	5,51179E-05
2	0,10	0,002407220	0,15	0,001304863	0,000195729
3	0,15	0,003944850	0,25	0,00153763	0,000384408
4	0,20	0,005799924	0,35	0,001855074	0,000649276
5	0,25	0,007996358	0,45	0,002196434	0,000988395
6	0,30	0,010488642	0,55	0,002492284	0,001370756
7	0,35	0,013456445	0,65	0,002967803	0,001929072
8	0,40	0,017040869	0,75	0,003584424	0,002688318
9	0,45	0,021326595	0,85	0,004285725	0,003642867
10	0,50	0,026414127	0,95	0,005087532	0,004833156
11	0,55	0,032939116	1,05	0,006524989	0,006851238
12	0,60	0,041365978	1,15	0,008426862	0,009690892
13	0,65	0,052760664	1,25	0,011394686	0,014243357
14	0,70	0,069342470	1,35	0,016581806	0,022385438
15	0,75	0,093183007	1,45	0,023840537	0,034568779
16	0,80	0,128253744	1,55	0,035070737	0,054359642
17	0,85	0,186641475	1,65	0,058387731	0,096339756
18	0,90	0,282819059	1,75	0,096177584	0,168310772
19	0,95	0,459415039	1,85	0,17659598	0,326702562
20	1	1	1,95	0,540584961	1,054140674

$$IG_{ATP} = 0,80433$$

Datos utilizados para la elaboración de la Curva de Lorenz e Índice de Gini de la WTA

Veintiles	% Tenistas acumulado	% Ingreso promedio acumulado	(Xk+Xk-1)	(Yk-Yk-1)	(Xk+Xk-1)(Yk-Yk-1)
1	0,05	0,000753362	0,05	0,000753362	3,76681E-05
2	0,10	0,001644575	0,15	0,000891212	0,000133682
3	0,15	0,002697395	0,25	0,001052821	0,000263205
4	0,20	0,003947934	0,35	0,001250539	0,000437689
5	0,25	0,005469006	0,45	0,001521072	0,000684482
6	0,30	0,007217041	0,55	0,001748035	0,000961419
7	0,35	0,009200145	0,65	0,001983104	0,001289018
8	0,40	0,011481125	0,75	0,002280979	0,001710734
9	0,45	0,014224929	0,85	0,002743805	0,002332234
10	0,50	0,017509899	0,95	0,00328497	0,003120722
11	0,55	0,021411645	1,05	0,003901746	0,004096833
12	0,60	0,026418217	1,15	0,005006572	0,005757558
13	0,65	0,033204683	1,25	0,006786466	0,008483082
14	0,70	0,043229351	1,35	0,010024668	0,013533302
15	0,75	0,060541758	1,45	0,017312407	0,02510299
16	0,80	0,090661862	1,55	0,030120104	0,046686162
17	0,85	0,143095388	1,65	0,052433525	0,086515317
18	0,90	0,239591267	1,75	0,096495879	0,168867788
19	0,95	0,400664616	1,85	0,161073349	0,297985696
20	1	1	1,95	0,599335384	1,168703999

$$IG_{WTA} = 0,836704$$

Datos utilizados para el periodo de payback de la inversión (miles de dólares)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Resultado del ejercicio	147.072	162.386	157.289	-12.144	179.787	228.010

Resultados de explotación (en miles de dólares)

	2022	2021
Total beneficios de explotación (B)	528.591	441.476
US Open	472.172	406.172
Eventos del equipo de EE.UU. y eventos del tour	3.047	1.972
Afiliación	15.683	13.593
Instalaciones	15.086	11.316
Contribuciones al tenis comunitario y a la Fundación USTA, eventos especiales, ligas y torneos	16.489	4.234
Rendimiento de las inversiones asignado a las operaciones	2.840	2.840
Otros	3.274	1.349
Total costes de explotación (C)	469.149	413.801
US Open		
Gastos directos	178.287	156.275
Depreciación, pignoración y gastos por intereses de la deuda	65.875	70.110
Eventos del equipo de EE.UU. y eventos del tour	5.351	3.271
Afiliación	1.947	3.380
Instalaciones incluidos programas de tenis NTC y Campus nacionales, la depreciación y los intereses de la deuda	18.908	17.492
Tenis comunitario y Fundación USTA	116.312	92.389
Alto rendimiento (incluido el circuito profesional y el desarrollo de jugadores)	21.168	16.584
Oficiales/formación y desarrollo	2.227	1.512
Servicios de marketing, digitales y otros programas	30.209	28.607
Servicios administrativos y de apoyo - costes directos/depreciación	28.865	24.181
Diferencia B - C	59.442	27.675

Fuente: USTA 2022 y elaboración propia

Datos utilizados para el cálculo del impacto fiscal del US Open (n° de jugadores de EEUU y sus respectivos premios en metálico)

Individual	Premio (en \$)	Hombres	Mujeres
Winner	2600000	0	0
Runner-up	1300000	0	0
Semifinal	705000	1	0
Quarterfinal	445000	0	2
Round 4	278000	0	2
Round 3	188000	4	3
Round 2	121000	3	2
Round 1	80000	12	2
Q3	44000	0	3
Q2	33600	4	3
Q1	21100	6	10

Dobles	Premio (en \$)	Hombres	Mujeres
Winner	688000	0,5	0
Runner-up	344000	0	1
Semifinal	172000	0	1
Quarterfinal	97500	0	0,5
Round 3	56400	0	1
Round 2	35800	5,5	5
Round 1	21300	6,5	7

Dobles	Premio (en \$)	Mixtos
Winner	163000	
Runner-up	81500	
Semifinal	42000	1
Quarterfinal	23000	0,5
Round 2	14200	4
Round 1	8300	5