



EL MERCADO DE TRASPASOS EN LA SUPERLIGA DE CHINA

Estrategias de inversión e instrumentos en la creación de valor

The transfer market in the Chinese Super League

RICARDO GÚDEL, EMILIO HERNÁNDEZ-CORREA
Universidad de Valladolid, España

KEYWORDS

China
Strategy
Football
internationalization
Investment
Sport
Industry

ABSTRACT

The football industry presents differentiating elements that condition its development at a global level, such as sponsorships, television rights, grassroots football, or the transfer market. In recent years, investments in the international transfer market by Chinese Super League clubs have been the subject of study. In this article, we analyse and associate measures adopted by Chinese institutions and authorities to promote the development of national talent during the last decade with the improvement of the competitiveness of the industry at a continental and global level.

PALABRAS CLAVE

China
Estrategia
Fútbol
Internacionalización
Inversión
Deporte
Industria

RESUMEN

La industria del fútbol presenta elementos diferenciadores que condicionan su desarrollo a nivel global, tales como los patrocinios, derechos de televisión, fútbol base o el mercado de traspasos. Las inversiones en el mercado internacional de traspasos por parte de los clubes de la Superliga China han sido motivo de estudio durante los últimos años recientes. En este artículo, se analizan y asocian las medidas adoptadas por las instituciones y autoridades chinas durante la última década para el fomento del desarrollo del talento y equipos nacionales junto con la mejora de la competitividad de la industria a nivel continental y global.

Recibido: 20/ 08 / 2022

Aceptado: 23/ 10 / 2022

1. Introducción

La internacionalización y globalización del deporte han sido estudiadas desde principios del siglo XX por numerosos autores. Horne (2012) indica, en su revisión del libro publicado por Giulianotti, & Robertson (2009), que éste es el primer documento en hablar de un deporte y discutirlo en términos de globalización como parte integral de las economías modernas. A pesar de ello, anota una serie de publicaciones anteriores que estudian la misma temática, aunque desde un punto de vista más centrado en el deporte (Miller et al., 2001; Bairner, 2001; Van Bottenburg, 2001).

El avance del deporte entendido como industria en las últimas décadas ha sido notable. Plumley *et al.* (2020), destacan el ritmo con el que se ha desarrollado la gestión deportiva durante los últimos 30 años “principalmente, debido a los avances en la comercialización, la globalización y la tecnología”. Así, el deporte y su internacionalización se han convertido en un gran negocio. Dentro de esta industria, es importante destacar el fútbol y su dimensión económica (Giulianotti, & Robertson, 2006), así como la capacidad que tienen los clubes deportivos en el desarrollo de industrias mediante la creación de valor, no sólo a nivel económico, sino también en el aspecto social y cultural (Dolles, & Söderman, 2012; Evans, & Norcliffe, 2016).

La llegada del fútbol y el incremento de su reconocimiento en Asia se debe, principalmente, al avance en su comercialización durante las últimas tres décadas. Además, su conexión con la industria de consumo mundial se remonta a las inversiones de capital japonés en la industria del deporte asiático (Manzenreiter & Horne, 2007). No obstante, cabe destacar el relativo subdesarrollo actual de las ligas en este continente comparado con el Europeo si tenemos en cuenta el tamaño y poder económico de los mercados asiáticos (Szymanski, 2016).

Dentro de los elementos creadores de valor en la industria del fútbol, los movimientos de jugadores extranjeros y las leyes de los mercados que los regulan se posicionan como una herramienta importante para el desarrollo de una industria competitiva (Bromberger, 2003). Dolles, & Söderman (2012), indican que estos movimientos y compraventas, aceleradas por la Ley Bosman en 1995, permiten el aumento de los precios y salarios de los jugadores, así como el desarrollo del fútbol base en las ligas europeas. Este valor, viene condicionado también por otros factores como la posición en el campo del jugador, la edad, el año del traspaso y los logros conseguidos (Metelski, 2021). No obstante, la libertad en el movimiento de jugadores bajo un mercado sin restricciones también generan desequilibrios en la competitividad entre los equipos nacionales de los países que importan y exportan jugadores (Frick, 2009).

Existen varias cuestiones económicas que explican el prolongado retraso del fútbol profesional chino: el cambio de la estructura de gobierno y organización de la liga, la venta de derechos de televisión, la asistencia a los partidos o, también, las transferencias o cuotas de patrocinio de los equipos (Yang *et al.*, 2016). La industria del fútbol en China ha implementado diversas estrategias para su crecimiento durante la última década con reformas y planes nacionales de desarrollo. Por ello, ha sido estudiada por numerosos autores en los últimos años, entre otros: Chadwick (2021a); Cockayne *et al.* (2021); Yang, & Bairner (2021); Connell (2017); Gündoğan, & Sonntag (2018); Liang (2014); Sullivan (2021). A su vez, las grandes fluctuaciones en la inversiones de los clubes en los movimientos de jugadores y el mercado de fichajes han generado correcciones en las estrategias a seguir de los clubes de la primera división y, también, a nivel gubernamental, a su vez estudiadas (Gao, & Chappelet, 2021; Yu *et al.*, 2017; Chadwick, 2021b; Newman *et al.*, 2021).

2. Marco teórico

La internacionalización de la industria del fútbol en China es un objetivo de país que ha ido evolucionado a lo largo del tiempo, implementándose en él diferentes estrategias. Previamente a analizar el cómo China ha gestionado la creación de valor a nivel global, es necesario contextualizar la internacionalización de la industria del fútbol a nivel microeconómico. El concepto de internacionalización depende de varios factores y estrategias asociadas con los tipos de consumidores y productos ofrecidos. Esto ha sido estudiado por los autores Dolles, & Söderman (2012), según los cuales independientemente del objetivo de la internacionalización, existen varios productos que los clubes deportivos pueden desarrollar para los diferentes grupos de consumidores. La red de interdependencia entre los últimos y los primeros conformará la estrategia que los clubes llevarán a cabo en su objetivo por la supervivencia, mejora y éxito de la entidad. En este sentido, Dolles, & Söderman (2012) diferencian varios grupos de consumidores entre los que se encuentran aficionados, socios, medios de comunicación, patrocinadores y socios estratégicos, comunidades locales y otros equipos de fútbol. Los propios clubes de fútbol pueden convertirse en clientes si tenemos en cuenta el traspaso o cesión de activos o jugadores. Además, si consideramos el fútbol base y las categorías inferiores, son muy habituales los acuerdos de colaboración en cuanto al desarrollo de jugadores jóvenes, especialmente en el ámbito nacional. En cuanto al internacional, es común la organización de partidos amistosos entre clubes de diferentes países, especialmente en el período de pretemporada. Esta última estrategia cobra importancia entre clubes de distintos continentes llegando, así, a otro tipo de consumidor, como son los aficionados, fidelizando los ya existentes en un determinado país, o generando nuevos mediante el desarrollo

de acciones complementarias en el país de destino (venta de tiques, merchandising, experiencia del evento...) (Dolles, & Söderman, 2012).

El fútbol no es un único producto con el que satisfacer la demanda de los consumidores anteriormente enumerados. Es necesario tener en cuenta a los principales motores de la industria que generan valor dentro de los diferentes clubes, instituciones y ligas. Por ejemplo, los equipos de fútbol, los cuales actúan dentro de un contexto institucional en cuanto al club o empresa a la que pertenecen y, también, a la institución o federación que alberga la competición deportiva en la que participan. En este sentido, existen diferentes aspectos que promueven su efectividad como las relaciones interpersonales entre sus miembros, trabajo en equipo, procesos organizacionales, etc.

Los clubes o sociedades deportivas, como estructuras organizacionales, son otro principal generador de valor en la industria. En este sentido, es fundamental analizar los principales propietarios de éstos en China para entender el comportamiento y la estrategia conjunta que desarrollan. A su vez, también es importante entender las implicaciones de que su control sea privado o gubernamental. Desde 1999, los clubes chinos tuvieron que adaptarse a un modelo de negocio y convertirse en organizaciones independientes puesto que previamente formaban parte de un modelo gubernamental jerárquico. Según Liang (2014), antes de este año, todos los equipos de élite estaban gestionados por las Comisiones de Educación Física y Deporte¹ distribuidas localmente por todo el país. Uno de los problemas derivados de este sistema, era la poca o nula conexión existente de los equipos de fútbol con las comunidades locales. Hasta 1999, los entrenadores, jugadores y demás trabajadores eran contratados por las mencionadas comisiones las cuales se encargaban de la toma de decisiones de los clubes.

Una vez fueron capaces de adaptarse al nuevo modelo, las organizaciones deportivas pudieron orientar de manera mucho más sencilla sus actividades hacia fines comerciales. La principal fuente de ingresos de los clubes estaba formada por patrocinios con grandes empresas chinas y esto se reflejaba, entre otros aspectos, en el cambio de nombre del equipo incluyendo a su patrocinador principal (Connell, 2017).

Las políticas que se encargaban de gestionar el movimiento de jugadores y su adquisición facilitaron la llegada de jugadores extranjeros y, esto, propició que muchas empresas consideraran el fútbol como una nueva oportunidad de desarrollo comercial. Esta ocasión, la aprovecharon para incrementar sustancialmente el control sobre los clubes en detrimento de las comisiones y las federaciones locales. En este punto, se produce una separación entre la gestión gubernamental y empresarial del ámbito deportivo donde cada vez más empresas buscaban convertirse en accionistas mayoritarias de los clubes de fútbol chinos. Un ejemplo de esta política se observa en la primera división china en el año 2000, cuando contaba con equipos como el Chongqing Huandao Hongyan o el Shenzhen Jianlibao. Huandao y Jianlibao son un fabricante chino de vehículos pesados y un grupo empresarial dedicado a las bebidas carbonatadas y deportivas respectivamente. El fútbol se convirtió en el primer deporte en China en adquirir un componente de mercado con un cierto grado de independencia con respecto al control gubernamental (Liang, 2014).

La competición deportiva tiene varios pilares sobre los que sostener a todos los clubes participantes y aplicar las políticas adecuadas entorno a su desarrollo. El primero de ellos es la organización y programación de todos los eventos o partidos que se dan lugar durante la temporada. El segundo es la jerarquía organizacional con la que se miden los ascensos y descensos entre las diferentes divisiones, así como la cantidad de ligas que pueden existir dentro de una misma división² (Dolles, & Söderman, 2012).

El tercer aspecto clave para entender el funcionamiento de una competición sería la membresía de los participantes, es decir, las condiciones con las que entra y sale un equipo de ésta —financieras, organizacionales, deportivas, etc.—. También ocurriría, por el contrario, que se tratase de una liga cerrada a la cual otros clubes no pueden tener acceso. Un cuarto pilar sería la manera de aplicar los reglamentos, es decir, el cómo la competición toma decisiones en cuanto a los mencionados aspectos económicos y deportivos. Por último, y como objeto de estudio del presente documento, nos encontramos con la gestión de la fuerza de trabajo, la cual se basa en la estructura del mercado de traspasos y salarios de los entrenadores, jugadores y demás integrantes de los equipos participantes (Dolles, & Söderman, 2012).

El incremento del valor y los salarios de jugadores es, también, un aspecto importante en la internacionalización de una competición, bien por el desarrollo de academias de jóvenes jugadores enfocadas en la profesionalización de éstos, el incremento de la formación de entrenadores —y de conocimiento a nivel deportivo, médico, educativo, administrativo, de gestión y científico— o, por el incremento en el volumen de inversión para adquirir este talento y conocimiento. Esto, no es una excepción en el caso de China, se puede observar como las diferentes políticas aplicadas a lo largo de los últimos años han ido modificando el valor de la liga con respecto a sus homólogas asiáticas y también su repercusión a nivel internacional. La sostenibilidad del modelo con la que se logre este incremento será clave para determinar la efectividad de la estrategia elegida.

Según Manzenreiter, & Horne (2007), el desarrollo del fútbol en Asia Oriental ha estado estrechamente **ligado con períodos o fases expansivas del capital global y desarrollo económico**, la ambición nacionalista de los

1 Por sus siglas en inglés, Physical Education and Sports Commissions (PESCs).

2 Esto puede ocurrir, por ejemplo, en la Major League Soccer en Estados Unidos, donde la primera división consiste en un total de 27 equipos divididos en dos conferencias, este y oeste, con catorce y trece equipos respectivamente (Major League Soccer, 2021).

gobiernos y las políticas domésticas que se aplican en la industria. A su vez, la transformación del fútbol hacia una economía de mercado es un instrumento muy importante para este proceso. En el caso de China, la dinámica de crecimiento económico ha sido excelente y, también, nos encontramos con componentes nacionalistas y varias políticas importantes a lo largo de la última década.

La estrategia clave en el desarrollo de la industria del deporte es el Programa para la Reforma y Desarrollo del Fútbol Chino que el gobierno implementó en el año 2015. Éste es el reflejo de las intenciones de Xi Jinping en el Consejo de Estado de 2014 acerca de cómo acelerar el desarrollo de la industria del deporte para promover su consumo. Los principales objetivos de dicho Consejo eran muy claros: incrementar la demanda doméstica y la oferta de productos y servicios deportivos, a la vez que promover y mejorar el estado de forma física y de salud de los ciudadanos. Respecto a este plan, se instaba a superar los 800 mil millones de dólares (USD) de valor de la industria del deporte y, a su vez, a alcanzar un total de 500 millones de personas participantes en actividades deportivas para el año 2025 (Gündoğan, & Sonntag, 2018).

El plan de gobierno de 2015 va mucho más allá del desarrollo e internacionalización del fútbol en China, promueve también el espíritu de patriotismo y colectivismo a la vez que implementa medidas para enriquecer la vida deportiva de la población y convertir a China en una nación altamente competitiva a nivel deportivo como producto del enraizamiento del deporte en la cultura local. Por tanto, en este año se implementa un plan que va a servir como marco general de las siguientes estrategias a medio y largo plazo que el gobierno siguió elaborando en la pasada década.

En 2015, en el contexto de desarrollo del fútbol en China, también mediante reformas institucionales, sí se tratan objetivos a corto plazo como el incremento de la participación en campus de fútbol base y amateur, no obstante, la mayoría de las estrategias aplicadas se vieron como objetivos a medio-largo plazo, como la mejora y reconocimiento a nivel internacional de los equipos nacionales masculino y femenino, pasando a estar entre los mejores de Asia en el caso del primero y, entre los mejores del mundo, en el caso del segundo. Un aspecto importante dentro de las diferentes reformas que se producen durante estos años es el marcado carácter nacionalista del desarrollo del fútbol chino, donde la conservación y consolidación de la identidad nacional juegan un papel clave en dichas estrategias. Esto se puede observar en los discursos de Xi Jinping cuando habla sobre el ya conocido sueño chino (Gündoğan, & Sonntag, 2018). En ese marco, el gobierno ha estado intentando reformar el fútbol del país desde la década de 1950 con el objetivo de tener un equipo nacional capaz de competir con las mejores selecciones del mundo. Lo que ha cambiado en los últimos años no ha sido la ambición con la que China va a llevar a cabo las reformas del sector, sino los diferentes mecanismos para conseguir dicho objetivo (Sullivan, 2021).

Un objetivo también importante para Xi Jinping, va a ser albergar una Copa del Mundo de fútbol masculino a la vez que se mejora la competitividad de la selección nacional china, esto se encuentra recogido en el Plan de 2015 y expresado públicamente por el presidente en 2011, cuando manifestó sus deseos con respecto a la industria del fútbol: clasificarse para una Copa del Mundo, organizar una Copa del Mundo y, finalmente, ganarla algún día (Leite Júnior, & Rodrigues, 2017).

En 2016, se implementaron dos planes más con el objetivo de sustentar lo anteriormente trazado. El primero de ellos, en abril de ese mismo año, es el Plan de Desarrollo a Medio y Largo Plazo del Fútbol Chino (2016-2050) anunciado por la Comisión de Reforma y Desarrollo Nacional³ y fomentado por ésta junto con la Asociación de Fútbol de China (CFA), la Administración General de Deportes y el Ministerio de Educación y aprobada por el Consejo de Estado (NDRC, 2017). El segundo plan implementado en ese año es el Plan de Construcción Nacional de Instalaciones y Campos de Fútbol, destinado a crear y mejorar la infraestructura para el desarrollo del deporte. Según Gündoğan, & Sonntag (2018) en 2020 ya habían operativos más de 70.000 campos de fútbol en todo el país.

Tabla 1. Políticas y Reformas en el Fútbol Chino

Año	Plan
2014	Opinión del Consejo de Estado sobre cómo acelerar el desarrollo de la industria del deporte para promover el consumo deportivo
2015	El Programa General de Reforma y Desarrollo del Fútbol Chino
2016	El plan de Desarrollo a Medio y Largo Plazo del Fútbol Chino (2016-2050)
2016	El Plan Nacional de Construcción de Campos e Instalaciones de Fútbol (2016-2020)

Fuente: Gündoğan, & Sonntag, (2018).

Los objetivos del plan 2016-2050 son algo más específicos y detallados que los del año anterior. Se diferencia de nuevo entre objetivos a corto, medio y largo plazo, los primeros están estrechamente relacionados con el

³ Por sus siglas en inglés, NDRC (National Development and Reform Commission). Se trata de una agencia de gestión macroeconómica dependiente del Consejo de Estado de la República Popular de China.

desarrollo del fútbol base y el incremento de escuelas especializadas en fútbol —hasta alcanzar las 20.000— y el número de estudiantes que practiquen regularmente fútbol —hasta superar los 30 millones— (NDRC, 2017). Aquí, se produce el giro principal en la estrategia de adquisición de jugadores, pasando de adquirir talento extranjero a un precio alto a desarrollar una plan enfocado en el enraizamiento de la cultura popular y el fútbol y el desarrollo de talento local con el objetivo de convertirse en una de las potencias mundiales del deporte a muy largo plazo.

Acerca de este Plan, Cockayne *et al.* (2021) indican que, en él, se formalizan los objetivos específicos para las próximas tres décadas y, es aquí, donde comienza a regularse la adquisición de jugadores extranjeros remunerados de forma lucrativa. Esto se ve reflejado en un cambio del reglamento en la primera y segunda división china de fútbol: el número de jugadores nacionales sub-23 que han jugado un partido completo en ambas divisiones debe ser el mismo que el de jugadores extranjeros. Además, se obliga a alinear cada partido a, al menos, un jugador sub-23 chino (Connell, 2017). Esto, se aplica como medida para frenar, en primer lugar, la fuga de capitales en la adquisición de jugadores que se venía produciendo desde años atrás —lo cual se puede observar en la figura 1— y, también, para dotar de oportunidades a los talentos jóvenes nacionales en las primeras divisiones del país.

La anterior no es la única medida gubernamental que se ha destinado a restringir la llegada de jugadores extranjeros. En 2017, se continuó limitando los traspasos de este tipo de jugadores mediante la imposición de un impuesto del 100% a los clubes de fútbol con pérdidas que gastan más de 45 millones de RMB⁴ por jugador en fichar a jugadores extranjeros y más de 20 millones de RMB en jugadores nacionales (Newman, *et al.*, 2021).

Las estrategias de desarrollo del jugador de fútbol joven nacional también han ganado protagonismo. Todos los clubes deben gastar no menos del 15% de su gasto anual total en la formación de jóvenes jugadores, es decir, en la cantera y fútbol base. Además, los clubes con pérdidas que gasten menos de 45 millones de RMB por jugador en jugadores extranjeros y 20 millones de RMB⁵ por jugador en jugadores nacionales debe crear una Cuenta de Formación de Jóvenes e invertir fondos equivalentes a las cuotas de los traspasos en esa cuenta. Finalmente, a principios de 2017, se redujo de cinco a cuatro el número total de extranjeros permitido en las plantillas de los equipos, así como la prohibición de tener porteros extranjeros —en referencia a su posición en el campo— (Newman, *et al.*, 2021).

3. Objetivos

El artículo tiene como objetivo principal averiguar qué elementos conforman la estrategia de creación de valor por parte de clubes e instituciones en la industria del fútbol de un determinado país, así como la descripción de los diferentes productos y consumidores para su internacionalización.

En este artículo también se plantean varios objetivos secundarios en cuanto al comportamiento del mercado de traspasos de la Superliga China durante la última década. El primero de ellos es investigar si las diferentes estrategias respecto al traspaso de activos afectan al total de transacciones y su cuantía, así como a las zonas geográficas donde va destinada la inversión. A este respecto, un incremento del capital disponible para la inversión en los clubes de la primera división debería verse reflejado en la calidad de los jugadores adquiridos. Debido a esto, se debería observar un cambio en la dirección de la inversión en las épocas donde el capital disponible haya sido mayor hacia ligas de primer nivel europeas o hacia aquellas en las que haya sido posible adquirir jugadores que proporcionen dicha repercusión y calidad.

Un segundo objetivo que se plantea es conocer el número de jugadores extranjeros que trabajan en la primera división china, así como la proporción de jugadores extranjeros que pueden acceder a jugar en la misma. Con esta información, podremos deducir si una mayor inversión destinada hacia mercados foráneos implica un mayor número de jugadores extranjeros con los que cuente la Superliga China. Las políticas en la gestión del número de jugadores extranjeros que pueden trabajar y participar en los partidos o en la liga por cada club, también pueden ser determinantes para entender la cantidad de jugadores no chinos en la Superliga.

El incremento o disminución del valor total de la Superliga China con respecto a los jugadores que alberga es un factor vinculado con las políticas y estrategias que se puedan implementar para su adquisición. Por tanto, es importante averiguar, como tercer objetivo, si se aprecia un cambio en el valor total de la industria, y también en su variación con respecto al resto de ligas asiáticas y su posicionamiento global.

Por último, se indagará sobre el impacto de los planes gubernamentales del desarrollo de la industria del fútbol implementados del 2014 al 2016 sobre el incremento del valor y la cantidad de fichajes en los clubes de la Superliga China durante la última década. Para ello, se contextualizarán los resultados con las diferentes estrategias de inversión en cuanto al mercado de traspasos en base a las políticas gubernamentales aplicadas en la industria del fútbol chino en los últimos años. De la misma manera se realizará una breve comparativa con las principales ligas asiáticas y su valor total de mercado.

4 6.226.146,94 EUR a día 02 de enero de 2022 (Google Finance, 2021).

5 2.767.176,42 EUR a día 02 de enero de 2022 (Google Finance, 2021).

4. Metodología

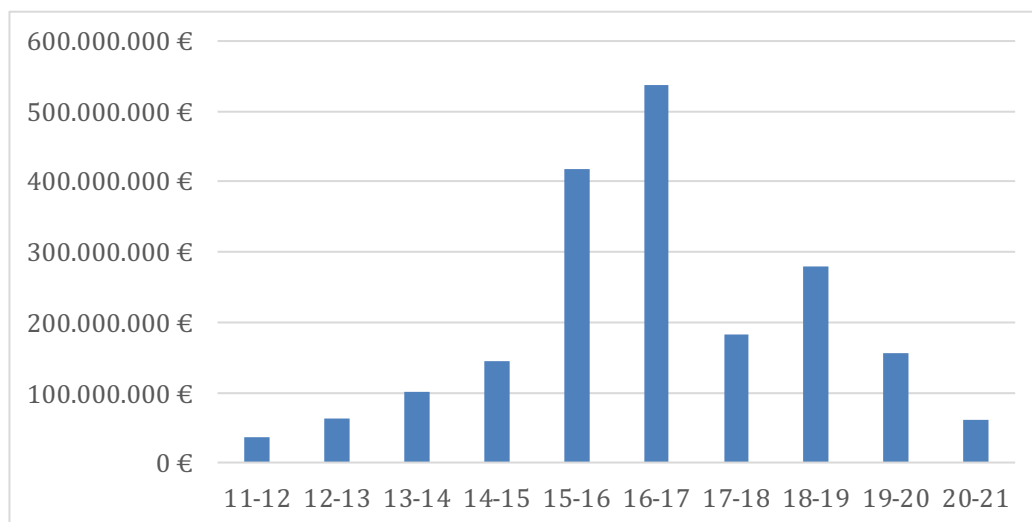
Con el fin de llevar a cabo la investigación y realizar el análisis se acudirá a fuentes secundarias que muestren la evolución y repercusión del mercado de traspasos y la inversión de los clubes de la primera división china. Para este propósito, se han utilizado los datos procedentes de la Base de Datos EFI Database⁶ del Departamento de Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Valladolid. Para su creación se han utilizado fuentes secundarias y oficiales. En este sentido, se han analizado 472 traspasos durante diez años en la primera división china, periodo comprendido entre las temporadas 2011-2012 y 2020-2021 ambas inclusive mediante la inclusión de datos provenientes de las páginas web oficiales de los diferentes clubes de fútbol de la Superliga China y de la página web especializada transfermarkt.com.

Así mismo, a través del programa de software Microsoft Excel, se han elaborado diferentes tablas y tablas dinámicas y se ha realizado un análisis cuantitativo mediante la elaboración de gráficos de columnas agrupadas para comparar valores entre las diferentes categorías, un gráfico de área apilada para mostrar la relación de las partes con el total en el tiempo y resaltar el valor total de la tendencia y magnitud del cambio y gráficos de líneas para mostrar la tendencia en el tiempo.

5. Resultados

En la figura 1, se puede observar cómo las inversiones de los clubes en las compras de jugadores se incrementan ligeramente desde el comienzo de la década pasada y, se dispararon, especialmente, en el mercado de fichajes de la temporada 2015-2016. El sistema libre de traspasos establecido en 2010 sentó las bases del aumento del gasto de los clubes en los primeros años de la década, además de dotar de mayor independencia a los clubes profesionales del país para poder realizar tales desembolsos.

Figura 1. Inversión en adquisición de jugadores en la Superliga China

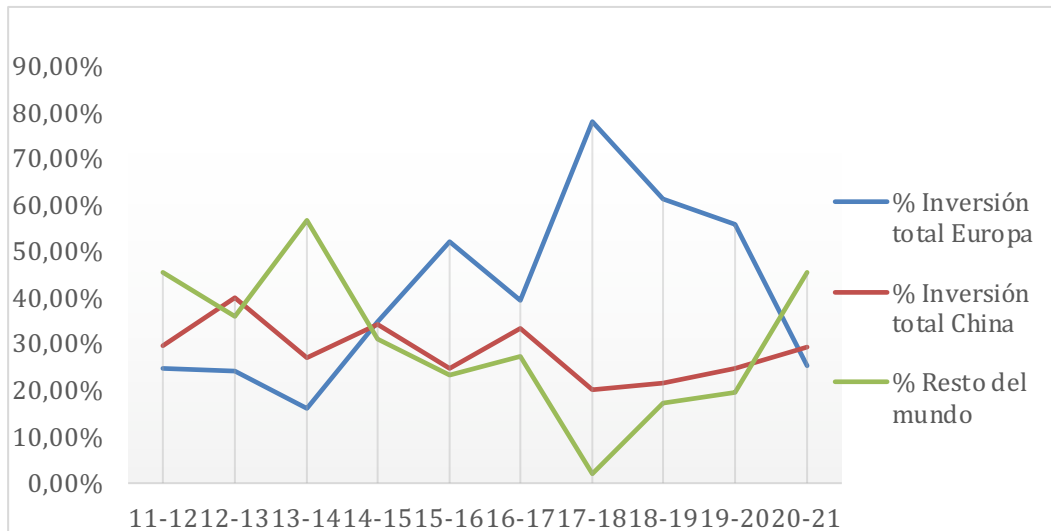


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en EFI Database (2022).

Nota: El gráfico representa el volumen total de inversión en la compra de jugadores en los mercados de traspasos de los clubes de la primera división China o Superliga China desde la temporada 2011-2012 hasta la temporada 2020-2021, excluyendo el valor de las cesiones de jugadores.

En relación con el mercado de fichajes, se observa en la figura 2 un cambio en la dirección de la inversión de los clubes de la primera división china conforme aumentaba el gasto en la incorporación de jugadores, ya sean nacionales, de otros clubes de la Superliga o extranjeros procedentes de otras ligas. A principios de la década existía una tendencia en la adquisición de jugadores extranjeros a clubes de ligas no europeas como Rusia, Japón, Corea del Sur y, especialmente, el mercado brasileño, el cual ha sido donde mayor cantidad de dinero han invertido los clubes chinos hasta la temporada 2015-2016. Asimismo, también era relevante el mercado europeo de ligas como la serbia, danesa o portuguesa.

Figura 2. Destino de la inversión en jugadores de la Superliga China



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en EFI Database (2022).

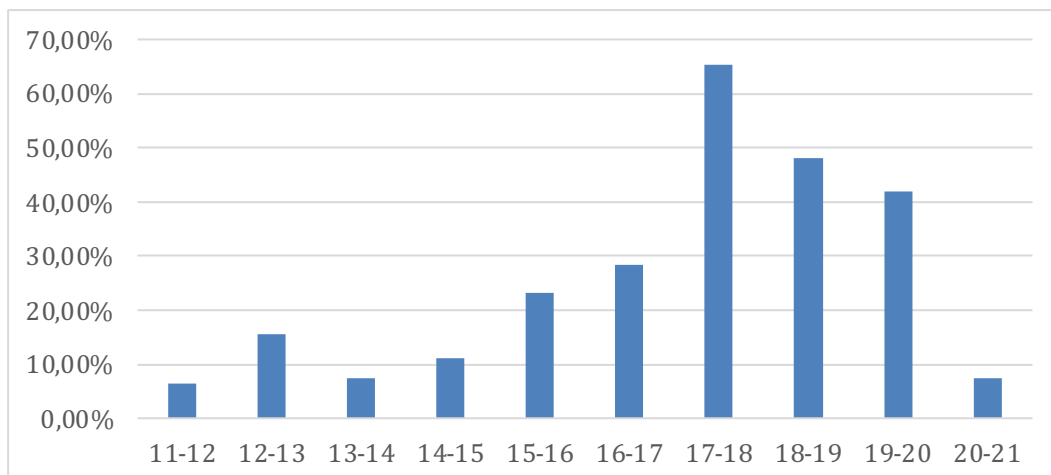
Nota: El gráfico representa el destino de la inversión en la compra de jugadores, excluyendo el valor de las cesiones, de los clubes de la Superliga China desde la temporada 2011-2012 hasta la 2020-2021, delimitado dicha inversión en tres zonas geográficas diferentes: China, Europa y Resto del Mundo. La cuantía por zonas se muestra como un porcentaje sobre el total de la inversión.

No obstante, se puede apreciar como la tendencia cambia drásticamente a lo largo de la década, además de invertir una cantidad mucho mayor de dinero. Europa se convierte en el principal destinatario de dicha inversión, en detrimento del resto de ligas mundiales donde los clubes chinos venían invirtiendo. Esto alcanza su cénit en la temporada 2017-2018, cuando casi el 80% de la inversión es hacia ligas europeas mientras que apenas el 2% del total fue dirigido a países de fuera de Europa o China. Si hay algo que se ha mantenido prácticamente inamovible a lo largo de la década, es la inversión de los clubes chinos en jugadores procedentes de su misma liga o de divisiones inferiores, rondando el 20-30% de la inversión total y disminuyendo ligeramente los años que mayor inversión total se producía.

Es también importante, en cuanto a la calidad de los activos o jugadores traspasados, con respecto a la figura 2, saber si la inversión dirigida hacia ligas europeas en los años donde más gasto de produjo se materializaba en la compra de jugadores de las principales ligas europeas (Alemania, España, Inglaterra e Italia).

Como se puede ver en la figura 3, sí se produce un incremento desde la temporada 2015-2016 en la compra de jugadores de estas ligas. Una vez más, la temporada 2017-2018, vuelve a ser el período donde mayor porcentaje se observa.

Figura 3. Inversión de la CSL hacia ligas top 4 de Europa

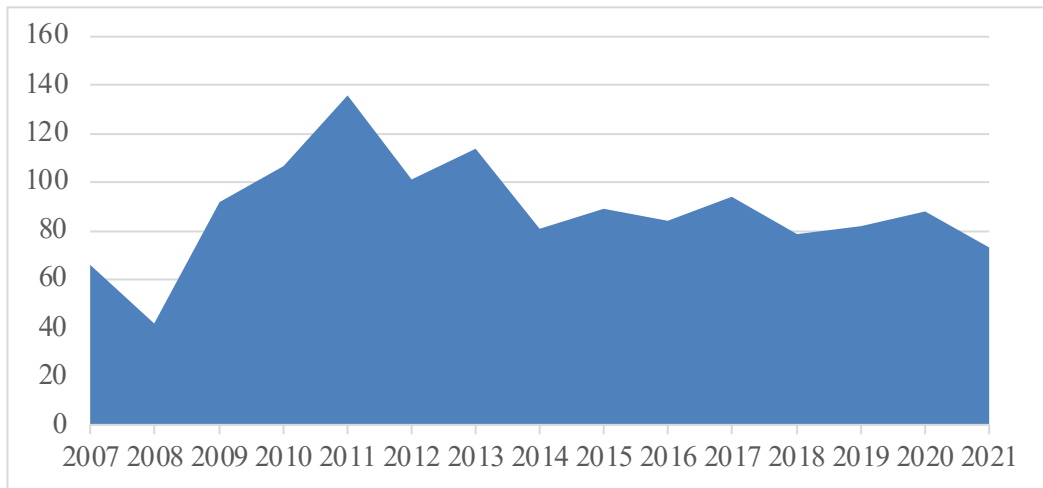


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en: EFI Database (2022).

Nota: El gráfico representa el porcentaje sobre el total de inversión de las compras de jugadores de la Superliga China, excluyendo cesiones, desde la temporada 2011-2012 hasta la temporada 2020-2021 hacia las principales ligas europeas denominadas como Top 4: Alemania, España, Inglaterra e Italia.

A pesar de las restricciones históricas endurecidas en los últimos años de la CSL, se puede observar en la figura 4 como el número de jugadores extranjeros se incrementó de una manera muy notable a raíz de la liberalización del mercado de traspasos. No obstante, la cantidad de este tipo de jugadores se ha reducido en una década, pasando de más de 130 extranjeros participando en primera división en el año 2011, a poco más de 70 en el año 2021. Esto, se explica por el efecto de las políticas destinadas a la mejora del talento nacional joven. Como se ha podido observar, no sólo se ha reducido la cantidad de jugadores extranjeros y, por tanto, el número de traspasos, también lo ha hecho en los últimos años la cuantía de estos.

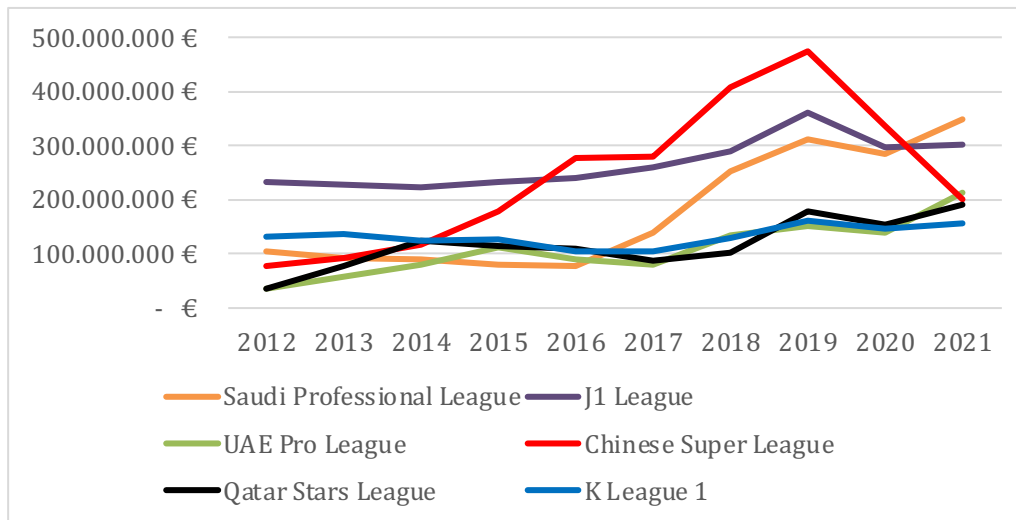
Figura 4. Número de jugadores extranjeros en la CSL (2007-2021)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en: EFI Database (2022).

En este sentido, es importante destacar el impacto de la COVID-19, especialmente notable en los gastos en el mercado de fichajes de la temporada 20-21. Se puede apreciar en las figuras 1, 2 y 3 cómo la inversión se reduce drásticamente. En el caso de las cuantías totales de los clubes chinos en adquisición de jugadores sin importar su procedencia (Figura 1), ésta cae más de un 60% de la temporada 19-20 a la 20-21. Lo mismo ocurre con la inversión hacia Europa (Figura 2), la cual se reduce un 82% de un año a otro sin especificar las ligas a las que va dirigida. En cuanto a la cantidad de dinero destinado a la compra de jugadores en las principales ligas europeas (Figura 3), ésta cae un 93%, lo que equivale a pasar de una cantidad de más de 65 millones de EUR en la temporada 19-20, a únicamente 4.5 millones de EUR en la 20-21 —concretamente en el traspaso del jugador australiano Aaron Mooy, del Brighton & Hove Albion al Shanghai Port FC—.

En la figura 5 se puede observar cómo el valor de mercado de la CSL fluctúa durante estos últimos años en comparación con las seis mayores ligas de fútbol asiáticas por valor de mercado en 2021. En este sentido una alta inversión en el mercado de traspasos se traduce en un incremento del valor del mercado total de la CSL. En comparación con las principales ligas asiáticas donde este valor se mantiene a lo largo del tiempo (excepto en la Saudi Professional League donde se aprecia un crecimiento importante en los últimos años), se puede observar como la CSL alcanza cifras cercanas a los 500 millones de euros en el total del valor de mercado de sus jugadores.

Figura 5. Valor de mercado total en las principales ligas asiáticas (2012-2021)⁷

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en: EFI Database (2022).

6. Discusión

El anuncio en 2014 del Presidente Xi Jinping provocó, no sólo que las cifras de inversión en el mercado de traspasos crecieran de manera exponencial, sino que empresas chinas destinasen también recursos para invertir en adquisiciones totales o parciales de clubes europeos⁸. Tras focalizar la atención de la industria del fútbol mundial en China, comienza una carrera entre los clubes de la Superliga China por adquirir jugadores de alto perfil en un contexto que muestra una estrategia geopolítica del país en la compra de infraestructuras deportivas o estadios en África o las mencionadas adquisiciones de clubes europeos, un particular interés en la inversión en oportunidades de negocio en la industria del deporte que, Chadwick (2021a), relaciona con el uso del fútbol como herramienta de *soft power*. El concepto de *soft power* se basa inicialmente en la noción de que la diplomacia de la política exterior convencional y las instituciones pueden y deben ser apoyadas y fortalecidas mediante el desarrollo de normas internacionales que enfatizan una sociedad benevolente con culturas y valores atractivos y que no requieren fuerza militar o económica (Nye, 1990). Según Connell (2017, p.5): “A medida que el prestigio y la emoción de los Juegos Olímpicos de Pekín 2008 se desvanecieron, China recurrió cada vez más al fútbol como herramienta clave del *soft power* deportivo a medida que éste se hacía más visible a nivel local y mundial”.

La ventana de traspasos de la temporada 2017-2018 fue la última en la que se produjo un gasto tan elevado por parte de los clubes de la CSL. Con el impulso de las medidas anteriormente citadas para disminuir la inversión que suponía altas cuantías de traspasos y altos salarios, los equipos encontraron muchas dificultades para obtener jugadores de máximo nivel en el mercado global a partir de dicha temporada. Es ahí, como se ha indicado previamente, cuando se impusieron penalizaciones a los clubes que sobrepasaran las cuantías de traspaso para jugadores nacionales y extranjeros, esto era un máximo de 20 millones de RMB para los primeros y 45 millones de RMB para los últimos. Esto, a su vez, derivó en la búsqueda de nuevas estrategias para la incorporación de jugadores extranjeros de alto nivel.

Según Yang, & Bairner (2021), algunos clubes reemplazaban los gastos imputables a la propia institución deportiva en concepto de fichaje ofreciendo grandes contratos de patrocinio a los jugadores para los productos de las empresas o multinacionales que tenían la propiedad de dichos clubes. Algunos, también utilizaban una tercera parte, normalmente empresas, que adquirían los derechos de un determinado jugador, para que luego pudiera recalar como agentes libres. A su vez, respecto a los traspasos de jugadores menores de 23 años, cada vez más clubes tienden a intercambiar jugadores en lugar de pagar altas cuantías de traspasos o a complementar estos acuerdos con actividades empresariales no relacionadas con el fútbol.

Este límite, en cuanto a la cuantía de traspaso, afectaba no sólo a los clubes vendedores que veían como el año anterior jugadores del mismo nivel se habían vendido por valores muy superiores, sino también a clubes formadores de jugadores chinos que, de repente, pasaron a recibir unas compensaciones en los traspasos por dicha formación muy reducidas. Este es el caso del FC Shenxin con el jugador Chi Zhong-guo, traspasado por el YB Fude, y que ha formado parte de la selección nacional varias veces. Su cuota de traspaso fue impugnada por el

⁷ Valores recogidos a fecha 15 de noviembre de cada año indicado en la ilustración.

⁸ Un ejemplo es el caso del Atlético de Madrid en enero de 2015 cuando Dalian Wanda Group, conglomerado multinacional chino, adquiere el 20% del capital social del club rojiblanco con una inversión de 45 millones de euros (Atlético de Madrid, 2015). Otro ejemplo importante es la compra en diciembre de 2015 del 13% del City Football Group —grupo propietario, entre otros, del Manchester City, Melbourne City, New York City o Montevideo City Torque— por el grupo empresarial chino China Media Capital (CMC) por, aproximadamente, 376 millones de euros (City Football Group, 2015).

mencionado club ante la CFA, declarándose, finalmente, el traspaso totalmente legal con respecto a la regulación vigente (Yang, & Bairner, 2021).

El gasto producido desde 2014 provoca una rápida subida en cuanto al valor de mercado de la primera división, convirtiéndola, desde 2016 hasta 2020, en la liga asiática con mayor valor. Este incremento está sujeto a la cantidad de inversión de los clubes durante ese período, mayor gasto en jugadores de primer nivel equivale a incrementar el valor de los equipos participantes en la liga, así como el salario de éstos. Esta estrategia, frenada en 2017, tenía que venir respaldada por instituciones financieras y, a su vez, empresas que fueran capaces de invertir tal cantidad de dinero a través de los clubes de la Superliga.

A finales de junio de 2017, la Comisión Reguladora Bancaria de China solicitó información a instituciones financieras en relación con los préstamos realizados a compañías tales como Dalian Wanda Group Co., Fosun International o Zhejiang Luosen, todas ellas propietarias total o parcialmente de clubes europeos (Atlético de Madrid, Wolverhampton Wanderers y AC Milan, respectivamente), a pesar de no tomar ninguna medida contra ellas. No obstante, según Chadwick (2021b), las reglamentaciones surgidas en consecuencia de dichos gastos pueden ser interpretadas como una advertencia estatal a lo que el gobierno denominó “inversiones irracionales”. Según el mismo autor, estas inversiones han sido objeto de preocupación del gobierno por la fuga de capitales en cuanto a la divisa que pueden provocar.

Esto es importante a la hora de entender las posibles dificultades que pueden tener estas empresas a la hora de afrontar sus deudas, además de afectar a la devaluación de la moneda china, disminuir la riqueza a medio o largo plazo de los clubes y contribuir a una pérdida progresiva de poder adquisitivo. De esta manera, todo ello puede afectar a la economía doméstica y exponer a china a un riesgo financiero innecesario si el crecimiento del país no va acorde con el gasto producido en la Superliga China y, de hecho, el crecimiento se ha ralentizado en los últimos años. En este sentido, lo anterior se agudiza cuando se hace visible la falta de flujo de entrada de capitales y retorno de inversión tras el gran gasto en la industria del fútbol europea, no sólo a través de la adquisición de clubes, sino también por la compra de jugadores de primer nivel (Chadwick, 2021b).

Existe, por tanto, un cambio en la manera en la que los clubes chinos invierten su capital. Se pasa de una estrategia cortoplacista a una reglamentada a nivel gubernamental y a muy largo plazo donde la inversión tiene que verse respaldada, en primer lugar, por un retorno de beneficios coherente con el gasto producido y, en segundo lugar, por el desarrollo nacional de la industria a través de la apuesta por las infraestructuras del país, el fútbol base y el jugador joven chino capaz de colocar a la selección nacional, tanto masculina como femenina, a un nivel competitivo global.

7. Conclusiones

El desarrollo de la industria del fútbol china ha experimentado varios cambios en las últimas décadas. Se puede diferenciar entre aquellas políticas dedicadas a establecer un cambio progresivo en el deporte chino en función de sus causas. En primer lugar, hablamos de aquellas reformas que ponen de manifiesto el “sueño chino” de desarrollar un equipo nacional de fútbol competitivo a nivel mundial. Estas políticas se llevan produciendo desde mediados del siglo XX y surgen derivadas de un sentimiento nacionalista que se busca ver reflejado en un equipo de fútbol nacional competitivo.

En segundo lugar, existen las medidas que son tomadas en consonancia con el desarrollo económico, no sólo nacional, sino también a nivel global y que se destinan a favorecer y fomentar el desarrollo e internacionalización de una industria del deporte del país, en la que el fútbol, juega un papel clave. Por tanto, se puede distinguir entre aquellas políticas —actualmente complementarias— que juegan un papel importante en base a un sentimiento nacionalista y las que se destinan a favorecer una economía de mercado en la industria del fútbol. El desarrollo económico y el sentimiento nacionalista son factores clave en el desarrollo e internacionalización de la industria del deporte en China.

El establecimiento de un mercado de traspasos libre en el año 2010 es la principal herramienta facilitadora del incremento progresivo de inversión a lo largo de la siguiente década. No obstante, esto es consecuencia directa de la voluntad y apuesta del gobierno chino por el desarrollo del fútbol en el país en la Opinión del Consejo de Estado sobre cómo acelerar el desarrollo de la industria del deporte para promover el consumo deportivo en 2014 y, a su vez, su puesta en marcha con el Programa General de Reforma y Desarrollo del Fútbol Chino de 2015.

Cada plan y reforma que se ha producido a lo largo de la pasada década tiene una influencia directa en la cantidad de inversión que los clubes han destinado a la compra de jugadores. Esto se produce, especialmente, gracias al capital aportado por las grandes empresas ligadas a estos clubes y sus patrocinadores principales y se traduce también en un cambio en la dirección de dicha inversión en cuanto a las zonas geográficas donde va dirigida. En el momento de máxima inversión del fútbol chino —del año 2015 al 2017— se produce un cambio materializado en el progresivo crecimiento de la inversión hacia la adquisición de jugadores procedentes de ligas más importantes. Este cambio es especialmente relevante para ligas europeas, en esos dos años se producen varios traspasos por cuantías elevadas de jugadores pertenecientes a clubes de las principales ligas europeas: Alemania, Inglaterra, España e Italia.

Los planes implementados en 2016 —Plan de Desarrollo a Medio y Largo Plazo del Fútbol Chino (2016-2050) y Plan Nacional de Construcción de Campos e Instalaciones de Fútbol (2016-2020)— van a generar el efecto contrario en cuanto a la inversión que se venía produciendo en el mercado de traspasos en los clubes chinos. De esta manera, se materializa un cambio en la estrategia en el desarrollo de la industria, contextualizando los objetivos del gobierno en un marco a medio y largo plazo para alcanzar la competitividad pretendida durante tantos años. A pesar de que el flujo de inversión disminuyera drásticamente en la temporada 2017-2018, todavía existía la tendencia a comprar jugadores procedentes de ligas europeas hasta el año 2020.

Respecto a dichas inversiones, concluimos que van a ser reducidas drásticamente por las reglamentaciones institucionales y gubernamentales debido a la preocupación de que éstas pudieran ocasionar un excesivo gasto y la consecuente fuga de capitales sin obtener un retorno de inversión coherente. Esto, que podría ralentizar el crecimiento de la industria del fútbol en China, no sólo se aprecia en el mercado de traspasos, sino también en las adquisiciones totales o parciales de clubes europeos durante la década y, especialmente, hasta la puesta en escena de dichas normas en el año 2016. Se puede relacionar, también, la inversión en la adquisición de infraestructuras y clubes extranjeros con una estrategia geo-política en la expansión de *soft power* chino.

Las reglamentaciones para coartar la fuga de inversión en la Superliga China están estrechamente relacionadas con políticas en la limitación de jugadores extranjeros en los equipos, tanto en la plantilla como durante los partidos. De esta manera, va a incrementar la inversión de los clubes chinos en la compra de jugadores procedentes de la misma liga o de divisiones inferiores debido a las regulaciones que obligan a los clubes chinos a invertir en jugadores nacionales. Las políticas de jugadores extranjeros influyen en su reducción en número y proporción en la pasada década. El número de jugadores extranjeros aumentó a raíz de la liberalización del mercado de traspasos —del 2008 al 2010—, pero disminuyó a lo largo de la década debido a las políticas en la limitación de estos, de hecho, el número de extranjeros en la primera división no se vio aumentado durante los años de mayor inversión de la Superliga China. Por tanto, se puede observar un cambio en la cantidad de inversión y en las zonas geográficas donde va dirigida, pero no se materializa en la llegada de más jugadores extranjeros a la liga ni en el aumento de su proporción con respecto a jugadores nacionales. No obstante, sí que se logra incrementar la calidad de los primeros.

A pesar de que ya se venía reduciendo la cuantía de las compras de jugadores desde las reglamentaciones anteriores, el COVID-19 juega un papel determinante en la reducción de la inversión destinada a la adquisición de fichajes en la pasada temporada (2020-2021), así como en la pérdida de competitividad con respecto al resto de ligas asiáticas en cuanto al valor de mercado. Esto, también se refleja en el destino de la inversión puesto que, a pesar de que disminuye considerablemente el gasto, aumenta la compra de jugadores procedentes de ligas fuera de Europa, con la consecuente reducción de la inversión hacia este continente y, por tanto, hacia las ligas más importantes. Como consecuencia, se aprecia un cambio en el valor de mercado total que afecta a la competitividad de la industria. Además, vuelven a alcanzar proporciones similares a las del principio de la década, previo al incremento de inversión de la temporada 2014-2015.

Por último, destacamos la ausencia de sostenibilidad como el factor determinante en el cambio de estrategia del gobierno en los últimos años. El gasto irracional producido previo al año 2016 condujo a una situación peligrosa en cuanto a la cuantía de los traspasos de jugadores procedentes de Europa y, también, en el mantenimiento de sus altos salarios. Las penalizaciones por cuantía de traspasos y reglamentaciones respecto a los jugadores sub-23 son determinantes para su reducción. La estrategia trazada a largo plazo determina la voluntad de China para un desarrollo desde la raíz de la industria del fútbol potenciando el jugador nacional y estableciendo una política coherente en materia financiera y deportiva.

Finalmente, creemos que una temática importante a estudiar en un futuro por la comunidad científica es la competitividad de la Superliga China durante este proceso y la medida en la que el mercado de traspasos y los jugadores como activos de la industria afectan a dicho desarrollo de la competición. Además, podría ser relevante analizar el comportamiento de la industria del fútbol chino en cuanto a la sostenibilidad y el impacto en su internacionalización y desarrollo.

Referencias

- Atlético de Madrid. (21 de enero de 2015). *El Grupo Wanda se convertirá en accionista del Club Atlético de Madrid*. Recuperado el 03 de enero de 2022, de [atleticodemadrid.com](https://bit.ly/3OsRsyS): <https://bit.ly/3OsRsyS>
- Bairner, A. (2001). *Sport, Nationalism, and Globalization: European and North American Perspectives*. State University of New York.
- Bromberger, C. (2003). Foreign Footballers, Cultural Dreams and Community Identity in some North-western Mediterranean Cities. En J. Bale, & J. Maguire (Edits.), *The Global Sports Arena: Athletic Talent Migration in an Interdependent World* (págs. 171-183). Frank Cass Publishers.
- Chadwick, S. (2021a). Xi Jinping's Vision for Chinese Football. En China Soccer Observatory, & J. Sullivan (Ed.), *China's Football Dream* (págs. 54-57). University of Nottingham. Obtenido de <https://www.nottingham.ac.uk/asiaresearch/documents/cso-ebook.pdf>
- Chadwick, S. (2021b). China Shines the Spotlight on Football Spending Spree. En China Soccer Observatory, & J. Sullivan (Ed.), *China's Football Dream* (págs. 181-184). University of Nottingham. Obtenido de <https://www.nottingham.ac.uk/asiaresearch/documents/cso-ebook.pdf>
- City Football Group. (1 de diciembre de 2015). *CMC Holdings led consortium acquires City Football Group minority shareholding*. Recuperado el 03 de enero de 2022, de [cityfootballgroup.com](https://bit.ly/3HSkxkZ): <https://bit.ly/3HSkxkZ>
- Cockayne, D., Chadwick, S., & Sullivan, J. (2021). Chinese Football – From a State-Led Past to a Digital Future. *Journal of Global Sport Management*. <https://doi.org/10.1080/24704067.2021.1883212>
- Connell, J. (2017). Globalisation, soft power, and the rise of football in China. *Geographical research*, 56(1), 5-15.
- Dolles, H., & Söderman, S. (2012). The network of value captures in football club management: A framework to develop and analyze competitive advantage in professional team sports. *Handbook of Research on Sport and Business*.
- Atlético de Madrid. (2015, enero 21). *El Grupo Wanda se convertirá en accionista del Club Atlético de Madrid*. Retrieved enero 03, 2022 from [atleticodemadrid.com](https://www.atleticodemadrid.com/noticias/el-grupo-wanda-se-convertira-en-accionista-del-club-atletico-de-madrid): <https://www.atleticodemadrid.com/noticias/el-grupo-wanda-se-convertira-en-accionista-del-club-atletico-de-madrid>
- Bairner, A. (2001). *Sport, Nationalism, and Globalization: European and North American Perspectives*. State University of New York.
- Bromberger, C. (2003). Foreign Footballers, Cultural Dreams and Community Identity in some North-western Mediterranean Cities. In J. Bale, & J. Maguire (Eds.), *The Global Sports Arena: Athletic Talent Migration in an Interdependent World* (pp. 171-183). Frank Cass Publishers.
- Chadwick, S. (2021-b). China Shines the Spotlight on Football Spending Spree. In China Soccer Observatory, & J. Sullivan (Ed.), *China's Football Dream* (pp. 181-184). University of Nottingham.
- Chadwick, S. (2021a). Xi Jinping's Vision for Chinese Football. In China Soccer Observatory, & J. Sullivan (Ed.), *China's Football Dream* (pp. 54-57). University of Nottingham.
- City Football Group. (2015, diciembre 1). *CMC Holdings led consortium acquires City Football Group minority shareholding*. Retrieved enero 03, 2022 from [cityfootballgroup.com](https://www.cityfootballgroup.com/information-resource/news-and-press-packs/cmc-holdings-led-consortium-acquires-city-football-group-minority-shareholding/): <https://www.cityfootballgroup.com/information-resource/news-and-press-packs/cmc-holdings-led-consortium-acquires-city-football-group-minority-shareholding/>
- Cockayne, D., Chadwick, S., & Sullivan, J. (2021). Chinese Football – From a State-Led Past to a Digital Future. *Journal of Global Sport Management*.
- Connell, J. (2017). Globalisation, soft power, and the rise of football in China. *Geographical research*, 56 (1), 5-15.
- Dolles, H., & Söderman, S. (2012). The network of value captures in football club management: A framework to develop and analyze competitive advantage in professional team sports. *Handbook of Research on Sport and Business*.
- EFI Database. (2022). CSL Transfer market. Universidad de Valladolid.
- Evans, D., & Norcliffe, G. (2016). Local Identities in a Global Game: The Social Production of Football Space. *Journal of Sport and Tourism*, 20 (3-4), 217-232.
- Frick, B. (2009). Globalization and Factor Mobility: The Impact of the “Bosman-Ruling” on Player Migration in Professional Soccer. *Journal of Sports Economics*, 10 (1), 88-106.
- Frick, B. (2009). Globalization and Factor Mobility: The Impact of the “Bosman-Ruling” on Player Migration in Professional Soccer. *Journal of Sports Economics*, 10 (1).
- Gündoğan, I., & Sonntag, A. (2018). Chinese Football in the Era of Xi Jinping: What do Supporters Think? *Journal of Current Chinese Affairs*, 47 (1), 103-141.
- Gao, Z., & Chappelet, J.-L. (2021). Evolution of Professional Football Management in the People's Republic of China from 1992 to 2016. *Asian Journal of Sport History & Culture*, 37 (17), 1863-1883.
- Giulianotti, R., & Robertson, R. (2006). Glocalization, Globalization and Migration: The Case of Scottish Football Supporters in North America. *International Sociology*, 21 (2), 171-198.
- Giulianotti, R., & Robertson, R. (2009). *Globalization and Football*. SAGE Publications.

- oogle Finance. (2021). *EUR/CNY Currency Exchange Rate & News*. Retrieved Enero 02, 2022 from google.com: <https://www.google.com/finance/quote/EUR-CNY>
- Leite Júnior, E., & Rodrigues, C. (2017). The Chinese Football Development Plan: Soft Power and National Identity. *Holos*, 5, 114-124.
- Liang, Y. (2014). The development pattern and a clubs' perspective on football governance in China. *Soccer & Society*, 15 (3), 430-448.
- Major League Soccer. (2021). *2021 MLS Competition Guidelines*. From <https://www.mlssoccer.com/about/competition-guidelines>
- Manzenreiter, W., & Horne, J. (2007). Playing the Post-Fordist Game in/to the Far East: The Footballisation of China, Japan and South Korea. *Soccer & Society*, 8 (4), 561-577.
- Metelski, A. (2021). Factors Affecting the Value of Football Players in the Transfer Market. *Journal of Physical Education and Sport*, 21 (2), 1150-1155.
- Miller, T., Lawrence, G., McKay, J., & Rowe, D. (2001). *Globalization and Sport: Playing the World*. SAGE Publications.
- National Development and Reform Commission [NDRC]. (2017, mayo 11). *The Medium and Long-Term Development Plan of Chinese Football (2016-2050)*. https://www.ndrc.gov.cn/fggz/fzzlgh/gjjzxxgh/201705/t20170511_1196746.html?code=&state=123
- Newman, J., Xue, H., & Pu, H. (2021). A back-pass to Mao?: Regulating (Post-) Post-Socialist Football in China. In China Soccer Observatory, & J. Sullivan (Ed.), *China's Football Dream* (pp. 43-48). University of Nottingham.
- Nye, J. (1990). Soft Power. *Foreign Policy*, 90 (80), 153-171.
- Plumley, D., Mondal, S., Wilson, R., & Ramchandani, G. (2020). Rising Stars: Competitive Balance in Five Asian Football leagues. *Journal of Global Sport Management*.
- Sullivan, J. (2021). Xi's Soccer Dream: Defining Characteristics, unintended consequences. In China Soccer Observatory, & J. Sullivan (Ed.), *China's Football Dream* (pp. 12-17). University of Nottingham.
- Szymanski, S. (2016). Professional Asian Football Leagues and the Global Market. *Asian Economic Policy Review*, 11, 16-38.
- Transfermarkt. (s.f.-b). *Chinese Super League, Transfers*. Retrieved Noviembre 3, 2021 from transfermarkt.com: <https://www.transfermarkt.com/chinese-super-league/transfers/wettbewerb/CSL>
- Transfermarkt. (s.f.-a). *Clubs - JIA A 1994*. Retrieved Noviembre 2, 2021 from transfermarkt.com: https://www.transfermarkt.com/chinese-super-league/startseite/wettbewerb/CSL/plus/?saison_id=1993
- Transfermarkt. (s.f.-c). *Foreigners*. Retrieved Noviembre 5, 2021 from transfermarkt.com: https://www.transfermarkt.es/chinese-super-league/gastarbeiter/wettbewerb/CSL/saison_id
- Transfermarkt. (s.f.-g). *Overall Market Value Change in All Clubs in Chinese Super League*. Retrieved Noviembre 15, 2021 from transfermarkt.com: <https://www.transfermarkt.com/chinese-super-league/marktwerteverein/wettbewerb/CSL>
- Transfermarkt. (s.f.-e). *Overall Market Value Change in All Clubs in J1 League*. Retrieved Noviembre 15, 2021 from transfermarkt.com: <https://www.transfermarkt.com/j1-league/marktwerteverein/wettbewerb/JAP1/plus/>
- Transfermarkt. (s.f.-i). *Overall Market Value Change in All Clubs in K League 1*. Retrieved enero 05, 2022 from transfermarkt.com: <https://www.transfermarkt.com/k-league-1/marktwerteverein/wettbewerb/RSK1>
- Transfermarkt. (s.f.-h). *Overall Market Value Change in All Clubs in Qatar Stars League*. Retrieved enero 05, 2022 from transfermarkt.com: <https://www.transfermarkt.com/qatar-stars-league/marktwerteverein/wettbewerb/QSL>
- Transfermarkt. (s.f.-d). *Overall Market Value Change in All Clubs in Saudi Professional League*. Retrieved Noviembre 15, 2021 from transfermarkt.com: <https://www.transfermarkt.com/saudi-professional-league/marktwerteverein/wettbewerb/SA1/stichtag/plus/1>
- Transfermarkt. (s.f.-f). *Overall Market Value Change in All Clubs in UAE Pro League*. Retrieved Noviembre 15, 2021 from transfermarkt.com: <https://www.transfermarkt.com/uae-arabian-gulf-league/marktwerteverein/wettbewerb/UAE1>
- Van Bottenburg, M. (2001). *Global Games*. (B. Jackson, Trans.) University of Illinois Press.
- Yang, S., & Bairner, A. (2021). Can the foreign player restriction and U-23 rule improve Chinese football? In China Soccer Observatory, & J. Sullivan (Ed.), *China's Football Dream* (pp. 29-38). University of Nottingham.
- Yang, S., Tangyun, L., & Fang, Z. (2016). An Economic History of Professional Soccer in China: 1994-2016.
- Yu, L., Newman, J., Xue, H., & Pu, H. (2017). The Transition Game: Toward a Cultural Economy of Football in Post-Socialist China. *International Review for the Sociology of Sport*, 00 (0), 1-27.