

GRADO EN SOCIOLOGÍA
TRABAJO DE FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO 2014/2015
CONVOCATORIA: JUNIO 2015
UNIVERSIDAD DE A CORUÑA



**‘MÁS QUE UN DEPORTE. EL FÚTBOL Y SU REPERCUSIÓN
SOCIOECONÓMICA EN LA CIUDAD’**

**‘MÁIS QUE UN DEPORTE. O FÚTBOL E A SÚA REPERCUSIÓN
SOCIOECONÓMICA NA CIDADE’**

**‘MORE THAN A SPORT. FOOTBALL AND ITS SOCIO-ECONOMIC IMPACT
ON THE CITY’**

**Autor: Antonio Alejandro Naya Edreira
Director: Federico Martín Palmero**

RESUMEN: Este trabajo se centra en la concepción del fútbol más allá de una simple práctica deportiva y en lo que éste se ha convertido en la actualidad fuera de los terrenos de juego. Tomando como referencia al Real Club Deportivo de La Coruña y su ciudad, lo que se plantea en esta investigación, a través de la obtención y análisis de distintos datos, es la descripción sobre cómo afecta la existencia de un equipo de fútbol profesional a una ciudad en una doble vertiente: por un lado, se analizan los tipos de manifestaciones sociales que pueden surgir a través de este deporte, en torno a un partido o a una celebración deportiva de dicho equipo, así como las consecuencias también de tipo social inmediatas que el propio Club puede provocar y, por otro lado, el factor económico, en el cual, hoy en día, el equipo de fútbol profesional de una ciudad puede adquirir un papel muy importante como fuente de ingresos en distintos ámbitos o espacios comerciales de ésta.

PALABRAS CLAVE: Fútbol, economía, sociedad, A Coruña, R.C Deportivo

RESUMO: Este traballo céntrase na concepción do fútbol máis alá dunha simple práctica deportiva e no que este converteuse na actualidade fora dos terreos de xogo. Referenciando ó Real Club Deportivo de La Coruña e á súa cidade, o que se expón nesta investigación, a través da obtención e análise de distintos datos, é a descrición sobre como afecta a existencia dun equipo de fútbol profesional a unha cidade nunha dobre perspectiva: por unha banda, analízanse os tipos de manifestacións sociais que poden xurdir a través deste deporte, arredor dun partido ou dunha celebración deportiva do equipo, e as consecuencias tamén de tipo social inmediatas que o propio Club pode causar e, doutra banda, o factor económico, no cal, hoxe en día, o equipo de fútbol profesional da cidade pode adquirir un papel importante como fonte de ingresos en distintos ámbitos e espazos comerciais dela.

PALABRAS CLAVE: Fútbol, economía, sociedade, A Coruña, R.C Deportivo

ABSTRACT: This article focuses on the design of football beyond a simple sport and what it has become nowadays outside the football fields. With reference to Real Club Deportivo de La Coruña and its city, what is proposed in this article, through the collection and analysis of various data, is the description of how affects the existence of a professional football team to a city in a double aspect: first, analysing the types of social manifestations that this sport can cause, around a football match or a sports celebration of that football team, and the immediate social consequences carrying the team, and finally the economic factor, because nowadays the professional football team of a city can acquire an important role as a source of income in different areas or in commercial spaces of de city.

KEYWORDS: Football, economy, society, A Coruña, R.C Deportivo

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1 Contexto histórico: evolución del fútbol en la sociedad y en la economía	5
1.2 Objetivos	6
1.3 Hipótesis	6
2. MARCO TEÓRICO	8
2.1 La visión del fútbol a través de la sociología del deporte	9
2.2 El fútbol como ritual	13
2.3 La construcción del ‘deporte rey’	16
2.4 La economía del fútbol en España	19
3. METODOLOGÍA	21
3.1 Tipo de metodología y justificación	21
3.2 Obtención de datos	23
3.2.1 Breve descripción sociodemográfica de la población de A Coruña	23
3.2.2 Antecedentes y métodos de cálculo utilizados anteriormente	26
3.2.3 Resultados obtenidos por otros autores en estudios sobre el R.C Deportivo	31
3.2.4 Masa social y datos relativos a los aficionados y a la economía del R.C Deportivo	34
3.2.5 Guion entrevistas	44
4. ANÁLISIS Y RESULTADOS	50
4.1 Contexto económico	50
4.1.1 Asistencia media y gasto en la ciudad	50
4.2 Externalidades negativas	58
4.3 Contexto social	60

5. CONCLUSIONES	69
6. BIBLIOGRAFÍA.....	72
ANEXO I: TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTAS.....	75
Entrevista 01 C1.....	75
Entrevista 02 C2.....	86
Entrevista 03 C2.....	94
Entrevista 04 C2.....	101
Entrevista 05 C1.....	109

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla I. Distribución de la población por sexo y edad en A Coruña en el año 2014 ...	24
Tabla II. Provincias y localidades de España en los que existen peñas deportivistas .	36
Tabla III. Países y ciudades fuera de España en las que existen peñas deportivistas .	37
Tabla IV. Asistencia a los estadios Temporada 2012/2013	38
Tabla V. Cuenta pérdidas y ganancias del R.C Deportivo junio de 2014	40
Tabla VI. Desplazamientos afición visitante Temporada 2012/2013	43
Tabla VII. Desplazamientos afición visitante Temporada 2013/2014	43
Tabla VIII. Esquema entrevistas	44
Tabla IX. Perfiles entrevistados	49
Tabla X. Número de asistentes por encuentro en estudios sobre otros Clubes	51
Tabla XI. Ingresos directos en comercio, hostelería, transporte y restauración por persona (con otros Clubes de referencia)	52
Tabla XII. Media total de gasto de la afición visitante UD. Almería	52
Tabla XIII. Media aritmética de gasto total para los 4 equipos (Hércules + Zaragoza + Murcia + Almería)	53
Tabla XIV. Gasto estimado de la afición visitante en desplazamientos al estadio de Riazor en la Temporada 2012/2013 (Primera División)	53
Tabla XV. Gasto estimado de la afición visitante en desplazamientos al estadio de Riazor en la Temporada 2013/2014 (Segunda División)	54
Tabla XVI. Gasto medio total estimado en A Coruña a través del R.C Deportivo temporada 2012/2013	55

Tabla XVII. Gasto medio total estimado en A Coruña a través del R.C Deportivo temporada 2013/2014.....	56
Tabla XVIII. Diferencia entre el impacto económico del R.C Deportivo y otros Clubes en Primera División.....	57
Figura I. Población por sexo y edad A Coruña	25

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Contexto histórico: evolución del fútbol en la sociedad y en la economía

El fútbol se ha convertido, durante el último siglo, en el rey de todos los deportes, siendo a partir de los años veinte cuando se produce el mayor punto de inflexión en cuanto a su importancia: “en la segunda mitad de los años veinte el fútbol se constituyó, sin lugar a dudas, en el deporte rey, el número de equipos se multiplicó, los estadios de los principales equipos se llenaron de espectadores y sus instalaciones fueron rápidamente desbordadas” (Otero, 2003:177). Los cambios que se han ido produciendo durante su evolución no solamente han implicado modificaciones en su reglamento, la vestimenta o el terreno donde se disputan los partidos, sino que su desarrollo ha provocado también cambios tanto a nivel social como económico en todo el planeta. Ha dejado de verse como una práctica deportiva y se ha convertido en uno de los negocios más rentables de la actualidad adquiriendo un gran impacto de carácter económico, a la vez que otros deportes, ya que ha abierto a la economía nuevos y rentables mercados, distintas oportunidades de empleo, etc. hasta hace poco tiempo desconocidos (Pedrosa et al., 2003:62), además de haberse convertido en una excusa para la movilización de millones de personas vinculadas, de una forma u otra, a este deporte.

Lo que se pretende realizar en esta investigación es ejemplificar el negocio en el que se ha convertido el fútbol de élite para el caso de una ciudad en la que existe un equipo profesional militando en una división importante, lo cual también va a provocar que determinados sectores de la población lleven a cabo determinados movimientos sociales a favor, generalmente, o en contra (en ocasiones) de dicho equipo.

Por lo tanto, el tipo de investigación a desarrollar será de tipo descriptivo, ya que se intentarán especificar las características de un determinado grupo (en este caso, los aficionados y las personas vinculadas a dicho equipo directa o indirectamente) y se analizarán las dimensiones (económicas y sociales) que alcanza el fenómeno del fútbol en una ciudad.

1.2 Objetivos

El *objetivo general* de esta investigación será analizar el impacto social y económico que un equipo de fútbol profesional produce en una ciudad, englobando tanto las consecuencias positivas como las negativas que éste pueda originar en ella.

Objetivos específicos:

- Determinar el alcance económico que puede lograr la presencia de un equipo de fútbol profesional a través de las distintas empresas de la ciudad, sobre todo en el ámbito de la hostelería.
- Examinar los hábitos de gasto y de consumo creados a partir de los acontecimientos deportivos asociados al equipo de fútbol de la ciudad.
- Investigar acerca del grado de representatividad que un equipo de fútbol profesional puede suponer para los habitantes de la ciudad donde se encuentra.
- Estudiar las características principales de las reuniones y movilizaciones sociales provocadas por el fútbol, a través de factores como los perfiles de los asistentes y la importancia de éstas en la vida cotidiana de dichos participantes.

1.3 Hipótesis

La principal hipótesis de investigación se configura por medio del enlace entre varios factores que se desarrollarán en ella.

La existencia de un equipo de fútbol profesional en una ciudad proporciona numerosos beneficios económicos a las empresas y negocios situados en los alrededores del estadio donde se desarrollan los partidos. Además, el consumo dentro de la ciudad se incrementa los días en los que el equipo profesional disputa los encuentros.

Independientemente del grado de admiración que tengan por el fútbol, los habitantes de una ciudad se sienten representados a través del equipo o los equipos que se encuentren en ella.

El fútbol es un deporte clave en la formación de nuevos grupos sociales, así como de movilizaciones puntuales creadas en función de los intereses del equipo y el perfil más común de los participantes en el consumo del fútbol como espectáculo y en dichas movilizaciones es el de los hombres con un rango de edad variado, pero predominantemente jóvenes.

2. MARCO TEÓRICO

El contexto teórico en el que se desenvuelve este trabajo se basa en la existencia de antecedentes de investigación asociados directamente con el tema principal de ésta. De entre los antecedentes teóricos relacionados con el impacto socioeconómico del fútbol en las ciudades se ha destacado la obra 'Medición del impacto socioeconómico de los éxitos deportivos del Deportivo Alavés S.A.D y del Saski-Baskonia sobre la ciudad de Vitoria-Gasteiz' (Gómez et al., 2002), en la cual se han demostrado las distintas repercusiones, de tipo social y de tipo económico, que el equipo de esta ciudad ha producido para ella en determinados períodos temporales en los que dicho equipo ha llegado a la consecución de distintos logros deportivos y donde se exponen las movilizaciones producidas y los ingresos elevados que se produjeron en Vitoria en varias empresas de la ciudad por parte de los aficionados y demás visitantes de ésta durante varias etapas.

El marco teórico en el que se desarrolla la investigación parte de un objetivo general, la medición del impacto socioeconómico del fútbol en la ciudad, pero se ha hecho necesaria la profundización en aspectos más específicos que configurarán la base del tema principal estudiado. Por ello, se han estructurado las aportaciones teóricas actuales sobre el tema a investigar en cuatro puntos principales:

- La visión del fútbol a través de la Sociología del Deporte
- El fútbol como ritual
- La construcción del 'deporte rey'
- La economía del fútbol en España

Cada apartado teórico ha sido creado a partir de la división temática de cada una de las ciencias en las que se basa esta investigación, por un lado las Ciencias Sociales y por otro lado, la Economía.

A continuación se desarrollarán dichas aportaciones teóricas en los apartados citados anteriormente.

2.1 La visión del fútbol a través de la sociología del deporte

En la actualidad, el fútbol se encuentra en cualquier parte del planeta y es utilizado para diferentes fines (económicos, de poder, políticos, de intereses ocultos, etc.).

En el artículo 'Fútbol y manipulación social' (Flores, 2013) se propone un análisis desde el punto de vista del aficionado, la sociología, la economía, los medios de comunicación y la política como aspectos influyentes y determinantes entre sí para el análisis de este deporte en la sociedad, pues las personas dedican su tiempo de ocio y sus momentos libres a actividades relacionadas directa o indirectamente con el fútbol.

Por otro lado también existe una gran relación entre el mundo del fútbol y el mundo profesional, ejemplificada en los propios jugadores, técnicos, médicos, abogados, periodistas, directivos o empresarios, algo que lleva a la confirmación del fútbol más allá de una práctica deportiva, tratándose de un instrumento que 'mueve a la sociedad' incluso en ámbitos diferentes al del propio espectáculo.

El hecho de que la sociedad de masas evolucionara a la par que el fútbol ayudó a que este deporte hoy en día sea considerado como el creador de una cultura deportiva, pues "la sociedad de masas lo convirtió en un fenómeno social y de ahí derivó el instrumento de poder, que actualmente sirve a los intereses de unos pocos. El aficionado puede ser consciente de esto, verlo como un juego y ser crítico con ello. Pero la mayoría no ve la realidad. Están vinculados al equipo. Si gana, se alegran y si pierde, se entristecen" (Flores, 2013: 1). Además, el fútbol puede considerarse un agente de dicha sociedad de masas que ayuda a la globalización.

También cabe destacar que en el fútbol no hay igualdad de condiciones, pues el aficionado o espectador no tiene opción a mostrar su opinión o a condicionar cualquier tipo de gestión relativa a su equipo, pero si éste sufre una derrota o desciende de categoría el propio aficionado es el que más sufre, siendo la principal preocupación de los directivos, empresarios y demás, la pérdida de ingresos si se llegan a dar estas condiciones negativas.

Algunas aportaciones teóricas relacionadas con el mundo de la Sociología del Deporte también destacan la importancia del deporte en el proceso civilizador de la sociedad, ya que hoy en día, en el caso del fútbol, se trata de un deporte en el que el objetivo es ganar y se ha convertido en un instrumento a través del que la sociedad consumidora de fútbol se convierte cada vez más en una sociedad competitiva. Esta cualidad del deporte puede relacionarse con el fútbol y ha sido desarrollada en el artículo 'La importancia social del deporte en el proceso civilizador: el caso del fútbol bandera' (García, 2009).

La sociedad no sólo busca el placer que proporciona ver a su equipo ganar, sino que constituye unos nuevos objetivos, como alcanzar premios o recompensas de carácter económico o de otro tipo. En cuanto a esta búsqueda de placer, se debe distinguir que "está dirigida a uno mismo, mientras que la búsqueda de recompensa y de emoción para los espectadores va dirigida a otros ya que se juzga tanto por la fama de ser triunfadores como por la diversión" (García, 2009: 9).

Respecto a la importancia social del deporte, García también señala que éste permite la relación con otras personas (tanto a la hora de practicarlo como a la hora de consumirlo como espectadores). A través de él se pueden vivir tensiones similares a las que experimentamos con actividades no recreativas y representa una opción donde podemos manifestar la competitividad anteriormente señalada.

Otro aspecto importante en el desarrollo de la Sociología del Deporte son los valores que se pueden observar e inculcar a través del propio fútbol, ya que tanto a partir del deporte en general como del fútbol en particular, se han creado distintos modos de comportamiento y diferentes modas relacionadas con él.

En una investigación llevada a cabo por Xavier Ginesta titulada 'Los valores en el deporte: una experiencia educativa a través del Barça-Madrid' (2006), se destacan los principales objetivos educativos de cara al futuro para la inculcación de valores deportivos en la sociedad, que mejoren la actual situación, y se señala a los medios de comunicación como la fuente principal del fútbol como deporte de masas. En esta investigación se utilizó una iniciativa para señalar los objetivos generales que se deben desarrollar en las sociedades para fomentar los valores en el fútbol y evitar así

consecuencias negativas que se pueden observar en la actualidad, sobre todo relacionadas con la violencia y el juego sucio. Algunos de estos objetivos fueron: fomentar la tolerancia, el respeto y el civismo en el juego y el deporte; identificar las conductas de juego limpio y juego sucio en el fútbol; reflexionar sobre la propia práctica deportiva y la influencia del deporte profesional en los juegos donde participan menores de edad; actuar de acuerdo a un código de juego limpio o analizar críticamente el tratamiento que los medios de comunicación hacen del fútbol y reflexionar sobre los valores que transmiten tanto estos medios como el deporte.

El principal objetivo de tratar de inculcar valores positivos y la propia competitividad han provocado reflexiones en la actualidad, tales como que “la globalización de algunos deportes como el fútbol o el baloncesto y las nuevas dinámicas sociales, económicas y políticas que influyen sobre estos deportes, nos hacen cuestionar si los valores olímpicos que tradicionalmente se han asociado al deporte se reflejan en la práctica. El modelo competitivo tradicional ha derivado hacia un modelo espectáculo, que convive en una relación de simbiosis con los medios de comunicación, y no siempre transmite valores tales como el respeto, la tolerancia, la multiculturalidad o el trabajo en equipo” (Ginesta, 2006: 155).

También el espacio urbano donde se desarrollan las prácticas deportivas de manera profesional o amateur tiene importancia en cuanto a la propia socialización del deporte. Estas prácticas deportivas dentro de la ciudad han ido cambiando y evolucionando hasta nuestros días, aunque actualmente es mayoría la gente que utiliza las zonas urbanas para llevar a cabo algún tipo de práctica deportiva o actividades relacionadas con el deporte, así como dentro del ámbito profesional también asociado con éste, más concretamente al fútbol.

El artículo de Marta Carranza y Carles Vallès, ‘El deporte en la ciudad: una nueva manera de verlo’ (2008), analiza, entre otros aspectos, el tipo de redes sociales que se crean a partir del deporte y qué condiciones generan y facilitan la aparición de éstas, algo que también se puede asociar al ámbito específico del deporte profesional y sus repercusiones en la ciudad, ya que el deporte se postula como uno de los factores clave para construir socialmente la ciudad, ya sea a través de su práctica, así como del consumo de éste como espectáculo, como es el caso del fútbol.

El fútbol como factor condicionante en la sociedad también ha sido analizado por otros autores, como es el caso de Francisco Alcaide, en su obra 'Fútbol: fenómeno de fenómenos' (2009), en la que se insiste, una vez más, en el "hecho social" que éste constituye, que se postula como fenómeno político, económico, cultural, solidario y educativo y cuya influencia repercute en múltiples ámbitos.

En el ámbito de la representación, el fútbol ha adquirido una gran importancia tanto por parte de la sociedad hacia los equipos, como el efecto representativo que produce el equipo de una ciudad hacia los habitantes de ésta, directa o indirectamente.

Esta función representativa de los equipos de fútbol ha sido contrastada por varios autores y se han realizado afirmaciones como que "progresivamente los equipos de fútbol se erigen en el ámbito de expresión de las identidades colectivas, donde los seguidores (junto al equipo) cumplen una función representativa, alimentada por los medios de comunicación" (González, 2003), por lo que también se resalta la evolución histórica de la representatividad de estos equipos, cumpliendo una función importante para la formación de la identidad de los habitantes.

Es en este apartado, el de la representatividad y las movilizaciones, donde también han surgido diferentes antecedentes teóricos y empíricos, vinculando incluso a este deporte con la sociedad de masas en el siglo pasado: "el fútbol evolucionó de forma paralela a la sociedad de masas y al desarrollo de la civilización del siglo XX" (Flores, 2013: 2), indicándose también que en la actualidad este deporte se desarrolla en países más civilizados que en otros que se encuentran en situación de subdesarrollo o en conflictos bélicos, por lo que según estas teorías, puede determinarse que el contexto en el que se establezcan las bases para seguir a un equipo también puede favorecer al consumo de los productos ligados a éste.

2.2 El fútbol como ritual

La representación que se produce en torno al fútbol puede derivar en ese sentimiento de pertenencia que la población sienta hacia su ciudad, pues este deporte se erige como uno de los medios más representativos de cara a ella, en la que no sólo las personas aficionadas al fútbol puedan sentirse identificadas con el dicho equipo, sino que el total de la población podría llegar a sentirse representada a través del principal equipo de fútbol de la misma.

Es en este contexto de representatividad donde también surgieron diferentes teorías, en las que, por ejemplo, se demostraron las distintas similitudes que pueden darse entre los rituales religiosos y el fútbol en la sociedad: “el fútbol se presenta como un ritual especialmente estructurado para expresar la conciencia identitaria grupal, así como para celebrar y reforzar el sentido de pertenencia” (Llopis, 2006: 131).

En cuanto a la formación de las movilizaciones dentro de una ciudad, tanto a través del fútbol como del deporte en general, se ha comprobado que en la actualidad éste no sólo se observa como una simple práctica saludable, sino que también favorece las relaciones entre personas y deportes como el fútbol “construyen socialmente la ciudad” (Carranza et al., 2008). Esto puede indicarnos el valor que un equipo de fútbol profesional puede adquirir a la hora de realizarse determinados movimientos sociales y poner en práctica hábitos que carecen de un carácter deportivo, pero que van ligados a este deporte a través del mero espectáculo.

De la importancia de la sociedad en el desarrollo del fútbol tal y como lo conocemos hoy en día, se han ido percibiendo diversas prácticas y características derivadas de este deporte. Es el caso del ritualismo, analizado más en profundidad, entre otros, por Ramón Llopis en su aportación teórica ‘El fútbol como ritual festivo. Un análisis referido a la sociedad española’ (2006), este autor se plantea la posibilidad de que el fútbol “puede ser considerado como un ejemplo del proceso de transfiguración social de los rituales y fiestas en las sociedades de la modernidad tardía, y de su encarnación en fenómenos masivos”.

En la actualidad, el fútbol se presenta en la sociedad como un motivo de fiesta para todas las edades, grupos y sexos, y prueba de ello son las celebraciones masivas por

parte de la afición o aficionados de la ciudad cuando su equipo consigue algún triunfo importante o algún logro deportivo. Este ambiente festivo no sólo se desarrolla dentro del propio recinto deportivo, sino en muchos lugares y contextos de la ciudad.

Dentro de este ritualismo creado a partir del fútbol cabe destacar “su transformación en un espacio colectivo de participación social e intercambio emocional que actúa como elemento cohesionador [...] o sus innegables posibilidades metafóricas como ideal sociocultural hegemónico que encarna un modo de entender la vida y las normas sociales” (Llopis, 2006: 130).

Lo más importante de la investigación de Llopis, en lo que concierne al ritualismo, quizás sea que permite afirmar que “actividades como el fútbol se han ido estructurando a partir de transferencias e imitaciones de los ritos religiosos tradicionales” y que “el fútbol nos muestra los valores hegemónicos en nuestra sociedad, las identidades que compartimos o soñamos compartir, la competitividad, el papel del azar, la injusticia y la traición en la vida individual y colectiva” (Llopis, 2006: 131).

Del ritualismo derivado del fútbol también han surgido otras teorías de importante relevancia para esta investigación de cara a la repercusión de este deporte en la sociedad. En una de ellas se explora el sentido de pertenencia de los aficionados a unos colores determinados, el proceso de socialización con fines de autoadscripción y el proceso de identidad con un equipo. Esta investigación fue llevada a cabo por Jorge A. Meneses y se titula ‘El futbol nos une: socialización, ritual e identidad en torno al futbol’ (2008). En ella también se diferencia entre los rituales religiosos y del tipo de ritual que se da en el fútbol. En este deporte, el ritual tiene una doble perspectiva: por un lado, los que gritan y tiemblan de emoción y los que callan o lloran nerviosos durante el encuentro, por lo que los sentimientos y reacciones derivadas de este deporte no son propias del modelo clásico de ritual conocido hasta ahora.

Existen, al igual que en otros rituales, unas características propias en el fútbol similares a éstos, ya que “la explosión de celebraciones improvisadas construye un referente periódico de ritualidad. La victoria se ritualiza con cantos, con euforia, y el alcohol y los excesos acompañan la celebración” (Meneses, 2008: 132).

Por último, en lo que concierne al ritualismo derivado del fútbol, cabe señalar que “el fútbol como fenómeno sociocultural tiene su propia lógica de comprensión, pues envuelve identidades, un ritual formalizado y a la vez carnavalesco, cuasirreligiosidad en la preparación y juegos simbólicos, hábitos y el consumo cultural como protagonista en una calle o escuela, o como seguidor mismo, como jugador número doce, el único que no puede ‘faltar en la alineación’ de cada partido” (Meneses, 2008: 137).

2.3 La construcción del ‘deporte rey’

El punto de partida económico del fútbol se ha ido formulando por medio de diversas teorías en los últimos años, adquiriendo gran importancia, sobre todo, en los últimos 60 años en España y en el resto del mundo.

La economía forma parte imprescindible del espectáculo y del mundo del fútbol, pues sin ella no podría desarrollarse este deporte tal y como se conoce.

Han surgido a lo largo de estos años diferentes publicaciones acerca del carácter económico del fútbol y de los beneficios que éste aporta a las arcas de un Club, de una ciudad o de numerosas empresas.

La configuración de esta economía se ha ido desarrollando a lo largo de los años, junto a la propia evolución de dicho deporte, descubriendo las grandes ganancias que éste podría producir, ya que “los empresarios vieron en el fútbol un nuevo producto de mercado. Un comerciante promocionaba a un equipo y esto reportaba beneficios económicos” (Flores, 2013: 3).

En lo que se refiere a la evolución del fútbol, tanto en el ámbito de la Sociología como en el de la Economía, su configuración como instrumento de impacto social e impacto económico en el mundo no se realizó de manera inmediata con la creación del propio deporte, sino que a lo largo de sus 142 años de existencia se han ido asentado unas bases cruciales que fueron derivando en la actual incidencia que éste posee tanto económica como socialmente en todo el mundo.

Para ejemplificar la evolución de este deporte se han empleado datos históricos relativos a uno de los países donde más repercusión socioeconómica posee el fútbol: España.

La evolución y desarrollo del fútbol ha sido estudiada ampliamente por Luis E. Otero en su artículo ‘Ocio y Deporte en el nacimiento de la sociedad de masas. La socialización del deporte como práctica y espectáculo en la España del primer tercio del siglo XX’ (2003).

En los años veinte del siglo XX es cuando el balompié comienza a adquirir mayor protagonismo en nuestro país, creándose incluso revistas, artículos y secciones de periódicos exclusivamente vinculadas a él.

De la mano de la sociedad de masas, el fútbol se constituyó como el deporte más consumido y más popular, destacándose a las estrellas futbolísticas, que empiezan a obtener una gran repercusión compitiendo incluso con toreros o cupletistas de la época.

En esta década del siglo XX es cuando se comienzan a fundar de manera más masiva clubes y equipos de barrio, aunque ya en años anteriores se había llevado a cabo la creación de numerosos equipos de fútbol, como fue el caso del R.C Deportivo, en el año 1906.

Más adelante, con la llegada a España de la II República en los años 30, el deporte en general comienza a obtener un carácter mayor de socialización, en el que pasa a tener un papel más enfocado al ocio.

Durante esta época también algunos sectores vieron la práctica deportiva como un arma política en la sociedad de masas. Fue el caso del Partido Comunista Español, que “vio en el deporte un espacio adecuado para organizar a los jóvenes trabajadores ante la desatención de los anarquistas y el carácter menos ideológico y político con el que los socialistas contemplaron dicho fenómeno, dada su fuerte implantación entre la clase trabajadora” (Otero, 2003: 189).

Tras varias décadas de evolución moderada, la configuración del fútbol español como un deporte de masas y como puramente espectáculo en sentido “moderno” se inicia en la época de transición política, en la cual el Mundial de Fútbol de 1982 en España marca un punto de inflexión en su desarrollo.

Tal y como señala Manuel E. González en su artículo ‘La configuración del fútbol español como deporte espectáculo’ (2003), la consolidación del fútbol moderno como espectáculo en España supuso:

- La sustitución de las competencias reducidas por otras extensas. Por ejemplo, se han duplicado los equipos que conforman la Liga, duplicándose, a su vez, el número de partidos disputados cada temporada.

- El declive de la “furia española” en favor del espectáculo. Cambia la idea de suplirse la falta de técnica a la hora de jugar, a través de la lucha que caracterizaba sobre todo a los equipos del norte.
- La coexistencia del “sentimiento” de Club con la profesionalización y las Sociedades Anónimas Deportivas. Los Clubes se convierten a principios de los años 90 en S.A.D y se da paso a un nuevo marco organizativo del fútbol.
- El protagonismo de “otros” clubes, más allá de la “exclusividad” del Real Madrid. Sobre todo a partir de la década de los 80, los equipos que anteriormente se situaban en segundo plano empiezan a lograr protagonismo mediático gracias a sus diferentes consecuciones o participaciones internacionales. Clubes como el Athletic de Bilbao, Barcelona, Real Sociedad, Deportivo de A Coruña o Valencia comienzan a ocupar espacios y tiempos en los medios, que cada vez se preocupaban más por el acontecimiento futbolístico y ayudaron, así, a la “espectacularización” del fútbol.
- La superación del aficionado anónimo y homogéneo por la del seguidor protagonista y heterogéneo. Se crea una subcultura en torno al fútbol a través de la formación de grupos organizados que se empiezan a reunir antes o después de los partidos, publican revistas relacionadas con su equipo o asisten conjuntamente a los encuentros en una misma zona del estadio.
- La preeminencia de la cobertura permanente en torno al fútbol. Se comienzan a retransmitir partidos en directo por televisión y comienza una gran difusión mediática del fútbol con la dedicación de numerosas horas a este deporte, algo que en épocas anteriores no sucedía.

2.4 La economía del fútbol en España

Para abordar el impacto económico del fútbol en la ciudad es necesario identificar características específicas y concretas acerca de la economía actual relacionada exclusivamente con este deporte.

En la investigación llevada a cabo por Rosario Pedrosa y José A. Salvador (2003), se define la medición de la incidencia económica del deporte como “el conjunto de efectos que, sobre el resto del sistema económico de un área geográfica determinada (local, regional, nacional, internacional) se derivan de un hecho deportivo (actividad, evento...)” y que admite tres niveles de análisis: macroeconómico (enfoque global que trata de evaluar la importancia relativa del deporte en el conjunto de la economía); microeconómico (investiga comportamientos, de hogares, empresas, Estado, y decisiones individuales, así como sus posibles interrelaciones; y mesoeconómico (se inspira en la economía industrial y analiza el deporte en términos de cadenas de producción).

Existen diferentes estudios en el ámbito económico relacionados con el fútbol y sus consecuencias, pero en lo relativo al campo específico del impacto de éste en la ciudad, quizás la obra de mayor relevancia sea la de José M. Sánchez, Pablo Castellanos y José A. Pena, ‘El valor de un equipo para una ciudad’ (2003), en la que se destacan las repercusiones, sobre todo económicas, que un equipo de fútbol provoca en la ciudad.

En un aspecto más general, el deporte y su impacto en la economía ha provocado diversas dificultades para su medición. La importancia del deporte en este ámbito radica en “los productos accesorios que suministra, los capitales que mueven sus departamentos, las inversiones que reclaman sus instalaciones, los recursos de marketing y publicidad a los que dan lugar sus espectáculos y concentraciones de masas, la intensa presencia en la vida cotidiana de todos los ciudadanos a través de los medios de comunicación o los movimientos de apuestas y todo tipo de juegos de azar que alimenta” (Pedrosa, 2003: 64).

Los principales problemas de medición del impacto del deporte en la economía señalados por Pedrosa y Salvador (2003) son los de tipo conceptual (existencia de numerosas definiciones para determinados conceptos), de tipo estadístico (las

estadísticas del deporte son escasas, incompletas, deficientes y dispersas en la mayor parte de los países) y de tipo metodológico (tampoco existe una metodología óptima para evaluar ni la incidencia económica del deporte, ni su impacto).

A pesar de los obstáculos anteriormente señalados, diferentes autores han realizado investigaciones con la intención de medir dicho impacto económico. Un ejemplo de ellas es la realizada por Fidias G. Arias en su aportación teórica 'Economía y Deporte: Analogía entre el sistema económico y el deporte de élite' (2009), en la cual se señala, por un lado, el impacto del deporte de élite en la macroeconomía, pues éste supone una serie de gastos que son necesarios para que se lleve a cabo; y por otro lado, su impacto en la microeconomía, que se ocupa de los actores individuales (más asociables al ámbito de la ciudad), como los consumidores, las empresas o los precios de los productos o de artículos determinados.

También existen investigaciones relacionadas con el campo de la economía y el deporte vinculadas a "la confirmación de la singularidad del producto deportivo, a medio camino entre la ganancia empresarial y la filiación sentimental" (López, 2012), en las que se afirma que la economía de los Clubes depende en gran medida de los éxitos deportivos de sus equipos, que son imprevisibles, y que los medios tienen una gran incidencia en la construcción del deporte como espectáculo y fuente de ingresos: "para que el deporte sea un producto de consumo estable los medios necesitan elevarse por encima de las contingencias de los equipos y los resultados y forjar un espectáculo consumible bajo cualquier circunstancia" (López, 2012: 24).

3. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de metodología y justificación

Como se ha señalado anteriormente, la presente investigación tendrá como objetivo describir qué tipo de configuración social y económica se ha conformado en las últimas décadas en torno al fútbol. En este sentido, este estudio tratará de aportar datos acerca de las ventajas y los inconvenientes que supone la existencia de un equipo de fútbol en una ciudad a través del análisis de datos recopilados en el estudio.

Para la demostración de estos efectos, se utilizará el caso concreto de la ciudad de A Coruña, a través del principal equipo profesional de la ciudad (el R.C Deportivo), pues España se ha posicionado como uno de los países donde mayor afición y repercusión mediática, social y económica tiene el fútbol y, en concreto, en dicha ciudad gallega este equipo tiene un gran seguimiento por parte de sus habitantes.

Dado que ya existen teorías que han demostrado que el fútbol de élite produce un gran impacto en las ciudades, tanto social como económicamente, y que incluso dicho impacto puede observarse sobre todo antes y durante un partido de fútbol (hostelería, numerosa asistencia a los encuentros, compras masivas en comercios de alrededor o del interior del estadio), se ha determinado que en este tipo de investigación prevalecerá el método deductivo, en el que “interesan los aspectos cuantitativos: medición objetiva, demostración de causalidad y generalización de los resultados de la investigación” (D’Ancona, 2012: 24).

Se empleará el método cuantitativo a través de recolección de datos y medición numérica, en la que la estadística se postulará como medio de análisis de los datos obtenidos, realizando una valoración general tras la recopilación de éstos (como, por ejemplo, los aumentos o reducciones en la economía relacionada con el fútbol en la ciudad o el número medio de asistentes a los partidos de dicho equipo profesional) y empleando, también, el método de multiplicador simple para la realización de dichos análisis.

La elección de este método viene determinada por su importancia en los aspectos observados en torno a estos años atrás sobre el impacto del fútbol en las ciudades y

porque se tratará de explicar la relación causa-efecto entre el fútbol y las repercusiones socioeconómicas dentro de éstas.

Con el fin de valorar la importancia social del R.C Deportivo en la ciudad gallega, también se llevarán a cabo un método cualitativo, concretamente la entrevista en profundidad semiestructurada, entre distintos perfiles de habitantes de dicha ciudad, obteniendo así conclusiones generales acerca de la visión de los coruñeses hacia el equipo de fútbol de su ciudad.

3.2 Obtención de datos

3.2.1 Breve descripción sociodemográfica de la población de A Coruña

A continuación, y previamente a la obtención de los datos principales de este estudio, se hará una breve descripción sociodemográfica del área donde se ha llevado a cabo la investigación, con el fin de conocer algunos de los rasgos más básicos y generales de la ciudad y de la población coruñesa.

Superficie de la ciudad

La ciudad de A Coruña, situada en la Comunidad Autónoma de Galicia (España) dispone de una superficie de 37, 83 kilómetros cuadrados.

Número de habitantes (año 2014)

- Total: 244. 810
- Hombres: 113. 616
- Mujeres: 131. 194

Edad media de la población

Dada la dificultad para encontrar este dato exclusivamente referido a la propia ciudad, se ha tomado como referencia la edad media de la población de toda la provincia de A Coruña. Según el Instituto Nacional de Estadística, en el año 2014 se contabilizaron las siguientes cifras:

- Edad media de la población total: 45, 5 años.
- Edad media de los hombres: 43, 9 años.
- Edad media de las mujeres: 47, 08 años.

Tabla I. Distribución de la población por sexo y edad en A Coruña en el año 2014

EDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
0-4	10.346	5.258	5.088
5-9	10.080	5.111	4.969
10-14	9.003	4.619	4.384
15-19	8.786	4.460	4.326
20-24	10.160	5.071	5.089
25-29	12.903	6.369	6.534
30-34	18.008	8.894	9.114
35-39	21.676	10.711	10.965
40-44	20.531	9.980	10.551
45-49	18.235	8.661	9.574
50-54	17.219	7.936	9.283
55-59	16.153	7.366	8.787
60-64	15.522	6.745	8.777
65-69	15.710	6.856	8.854
70-74	12.092	5.251	6.841
75-79	11.312	4.639	6.673
80-84	9.056	3.334	5.722
85-89	5.204	1.627	3.577
90-94	2.133	602	1.531
95-99	585	97	488
100 y más	96	29	67

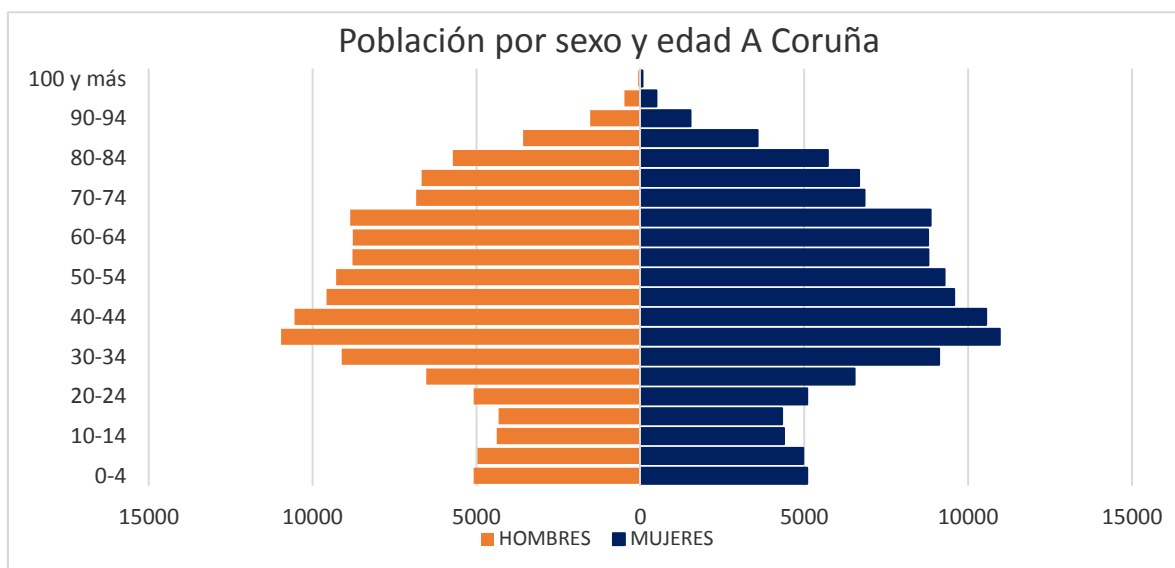
Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Pirámide de población

Tanto en el reparto de la población como en la pirámide poblacional, se puede observar que la ciudad de A Coruña, al igual que ocurre con el resto de España, posee una población envejecida, aunque destacando el número de habitantes en edades medias, aproximadamente entre 34 y 50 años.

Además, la pirámide de población es de tipo regresivo, algo que vuelve a confirmar el tipo de población envejecida existente en la ciudad coruñesa, poniendo de manifiesto un descenso de la natalidad y un envejecimiento continuo de la población, y con una proyección de descenso en cuanto a número de habitantes, unas características propias de los países desarrollados como es el caso de España.

Figura I. Población por sexo y edad A Coruña



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística relativos a los datos de población del año 2014.

3.2.2 Antecedentes y métodos de cálculo utilizados anteriormente

Como se ha mencionado en apartados anteriores, existen diversas investigaciones acerca del impacto socioeconómico que un Club profesional importante ejerce sobre la ciudad donde se encuentra.

Para realizar la medición sobre dicho impacto socioeconómico, han sido varias las técnicas utilizadas por los autores de estos estudios. A continuación se han descrito brevemente algunas de las más destacables.

A) Método de valoración contingente

El método de valoración contingente es una técnica de preferencia declarada que se emplea para medir el bienestar o las preferencias de los ciudadanos o consumidores potenciales cuando no existe un mercado específico de campo investigado a través de una simulación.

En este caso se ha tomado como referencia el estudio ‘Valoración contingente e fútbol: a cuantificación da disposición a pagar’ de Pablo Castellanos (2007).

En esta investigación también se parte de un equipo de fútbol profesional como generador de bienes a la población y en ella también se ha utilizado al Deportivo de A Coruña y a la ciudad gallega como objeto de estudio.

El método de valoración contingente en esta investigación consta de un cuestionario de 32 preguntas agrupadas en cinco secciones en el que el tema principal a consultar es la desaparición del R.C Deportivo y los métodos que los ciudadanos emplearían para que este hecho no sucediera (en caso de que éstos quisieran evitar su desaparición).

A partir de los datos obtenidos, se cuantificó a los encuestados dispuestos y no dispuestos a pagar por la supervivencia del Club coruñés a través de dos modelos econométricos: Tobit y logit (valoración abierta y valoración dicotómica), ya que “ambos constituyen una referencia obligada tanto en la economía cuantitativa que estudia el comportamiento de variables dependientes categóricas o limitadas como en la propia

literatura que aplica el CVM (método de valoración contingente) y tienen la ventaja, frente a otras especificaciones alternativas, de que permiten analizar los valores de uso y de no-uso, así como cuantificar el papel de cada una de las variables explicativas respecto de la DAP (disposición a pagar)” (Castellanos, 2007: 187).

B) Método por tablas Input Output

Para realizar la valoración y medición del impacto socioeconómico de, en este caso, dos equipos profesionales en la ciudad de Vitoria, Gómez y Lafuente (2002) dividieron en tres ámbitos distintos el estudio: ámbito empresarial, ámbito turístico y ámbito residencial.

En lo que concierne al ámbito empresarial y, por consiguiente, económico, en esta investigación se aplicó el método de las Tablas Input Output.

Lo que se ha pretendido con la utilización de este método es “llevar a cabo un análisis del impacto que tienen las actividades realizadas por los clubes Alavés y Baskonia sobre la economía alavesa, tanto de forma directa como inducida” (Gómez et al., 2002).

Este método es uno de los más comunes hoy en día en el campo de la economía, un modelo que además puede extrapolarse a diversos sectores.

Lo que se pretende con el modelo Input Output es “describir el flujo de bienes y servicios entre los distintos sectores de la economía durante un período de tiempo fijado [...] y analizar y cuantificar las relaciones derivadas de esos flujos mediante un sistema de ecuaciones lineales y coeficientes numéricos no estimados estadísticamente” (Leontief, 1957).

Para el caso nombrado anteriormente, “utilizando la metodología de las Tablas Input Output se ha cuantificado la influencia que ambas entidades (Alavés y Baskonia) tienen sobre distintos agregados macroeconómicos” (Gómez et al., 2002).

C) Método del multiplicador (Multiplicadores de la Base Económica + método Input Output)

En la obra de Sánchez Santos, 'Economía, fútbol y bienestar social. El valor de un equipo para una ciudad' (2003) se lleva a cabo una medición del impacto socioeconómico que el R.C Deportivo tiene sobre la ciudad gallega.

En esta investigación se emplea el método del multiplicador para realizar la medición del impacto económico local del deporte, en el cual se aplica una combinación entre el método de Multiplicadores de la Base Económica y el modelo Input Output.

En lo que respecta al método de Multiplicadores de la Base Económica, Sánchez nos indica que éste “se aplica al análisis de la economía local de la ciudad empleando técnicas de análisis económico regional, en dos sectores genéricos: un sector básico (no local) constituido por empresas que dependen plenamente de las condiciones externas, ya que exportan sus productos fuera del área geográfica que se toma como referencia; y un sector no básico (local) que está compuesto por las empresas que dependen fundamentalmente de las condiciones económicas locales, al destinar su producción al área de referencia”. Lo que propone este método es que “a medida que se incrementa el porcentaje de los ingresos destinados a consumo o inversión en el ámbito local, mayor es la capacidad multiplicadora de la actividad generada”.

Este método radica en la fórmula $M = \frac{1}{1-c}$, por la cual se medirá el valor del multiplicador, donde M será el multiplicador y c la propensión marginal a consumir. Esta es la fórmula básica de la que consta este método, a la que podrían añadirse otras diversas a los submultiplicadores utilizados para corregir las denominadas *fugas* (impuestos no locales, importación de servicios, etc.) que reducen la renta disponible del multiplicador.

El segundo método, el Modelo Input-Output, explicado anteriormente, tendría que combinarse al método de los Multiplicadores de la Base Económica para configurar el método definitivo del multiplicador en la metodología de Sánchez Santos.

Este método “parte de la hipótesis de que para medir el impacto total de nuevo gasto en una economía, deben estimarse los cambios en todas las demandas de los bienes y

servicios de los sectores económicos locales [...]. A través de las tablas Input Output se pone de manifiesto el peso relativo de las diferentes ramas de actividad, las interrelaciones entre los diferentes sectores, así como sus vinculaciones con otras áreas económicas a través de los flujos de entrada – salida de bienes y servicios” (Sánchez, 2003: 58).

Para medir el valor económico de un equipo de fútbol también se ha utilizado en esta investigación el método de valoración contingente, explicado anteriormente.

Cabe destacar que la obra de Sánchez (2003) parte, en su metodología correspondiente al método de valoración contingente, de una premisa principal: la disposición a pagar por parte de los habitantes de la ciudad en relación al equipo, por lo que en la presente investigación se ha decidido no emplear este método debido a su complejidad y diferencias en cuanto a contenido a la hora de obtener los datos.

Para realizar el estudio sobre el valor de un equipo para una ciudad, Sánchez empleó dos ámbitos principales: el empresarial, que englobaría aspectos como las subvenciones recibidas, el número de empresas que surten de bienes y servicios al Club, los gastos de los aficionados, el ‘merchandising’, la hostelería, el comercio o el transporte; y, por otro lado, el ámbito residencial, que incluye datos sociodemográficos, la importancia del deporte en las sociedades actuales o temas relacionados con la valoración de la imagen que el Club de fútbol aporta a la ciudad.

Son estos dos ámbitos los que se han tomado como base para llevar a cabo la investigación sobre la repercusión socioeconómica de un equipo de fútbol en una ciudad.

Por un lado, se ha aplicado el ámbito empresarial para la medición del impacto económico del equipo en la ciudad y, por otro lado, el ámbito residencial para tratar las cuestiones sociales.

Sánchez Santos, en su metodología, también divide el tipo de consumo que se realiza en la ciudad en torno al fútbol.

Para llevar a cabo esta división propone tres tipos de consumo:

- Consumo presencial, compuesto por socios, simpatizantes, personas que asisten a eventos futbolísticos o la media de asistencia a los partidos de fútbol del R.C Deportivo.
- Consumo televisivo, referido a la cantidad de espectadores que presencian encuentros del equipo por televisión, así como abonados a plataformas televisivas que comercializan el fútbol.
- Consumo de bienes públicos, que hace referencia al interés de los ciudadanos en el equipo de fútbol, así como a su seguimiento en prensa y medios, la importancia del equipo como tema de conversación, la carga simbólica de éste o su identidad como imagen de la ciudad.

El método del multiplicador también ha sido aplicado por otros autores para realizar la medición del impacto económico del fútbol o de otros deportes. Es el caso de la investigación llevada a cabo por John L. Crompton: 'Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication' (1995), donde se realizan distintos análisis sobre dicho impacto socioeconómico con respecto a diversos equipos correspondientes a varios deportes, situados en ciudades de Estados Unidos, realizando también una cuantificación por ingresos en distintos sectores a los que afecta directa o indirectamente el deporte, como la hostelería, el comercio o el transporte de las ciudades en las que se realizó la investigación.

3.2.3 Resultados obtenidos por otros autores en estudios sobre el R.C Deportivo

Se han tenido en cuenta dos investigaciones principales en referencia a las conclusiones acerca del impacto que produce el R.C Deportivo en la ciudad de A Coruña.

La primera, ya mencionada anteriormente, es la realizada por Pablo Castellanos (2007): 'Valoración contingente e fútbol: a cuantificación da disposición a pagar', en cuya aportación se analiza, principalmente, "si el formato de la pregunta de disposición a pagar tiene algún efecto en la estimación, a través del método de valoración contingente del valor de los bienes públicos generados por un equipo de fútbol profesional" (Castellanos, 2007).

A pesar de que el objetivo de la investigación de Pablo Castellanos tiene diferencias en cuanto a la metodología del presente estudio, en la encuesta realizada por este autor se pueden obtener ciertos resultados que incumben a la población coruñesa en referencia al R.C Deportivo, y es que, en el resumen de la disposición a pagar, Castellanos contabilizó en su estudio en A Coruña a un 56,21% de personas encuestadas dispuestas a pagar para la no desaparición del Club de la ciudad en el método de pregunta dicotómica y a un 58,13% utilizando el método de pregunta abierta (43,79% y 41,87% respectivamente para el caso de los no dispuestos a pagar), por lo que puede determinarse el nivel de importancia que, para más de la mitad de la población coruñesa, tiene el R.C Deportivo en sus vidas, tanto personal como económicamente.

Por otro lado, la investigación llevada a cabo por Manuel E. González Ramallal: 'El espectáculo deportivo y el turismo: deporte de masas, ¿turismo de masas?. Un estudio de caso: la Champions League en A Coruña' (2004) centró su atención en una etapa óptima del equipo gallego, en el que éste permaneció varias temporadas consecutivas en la élite del fútbol español y europeo, participando en numerosas ediciones de uno de los campeonatos más importantes del mundo, la 'UEFA Champions League', además de otras competiciones europeas como la antigua Copa de la UEFA o la también extinta 'Recopa'. El estudio de González se centró, sobre todo, en el sector turístico como medio de ingresos para la ciudad de A Coruña en lo que concierne a la llegada de aficionados de otros lugares de Europa para presenciar los encuentros en dicha competición que sus respectivos Clubes disputaban contra el R.C Deportivo.

Pero no sólo tomó como referencia la competición europea, sino que, al igual que se ha realizado en el presente estudio, González también contabilizó la afluencia de afición visitante en determinados encuentros de Liga o de Copa del Rey en los que dicha presencia de seguidores fue numerosa.

Tras contabilizar la asistencia de la afición foránea, realizar vínculos entre el éxito del R.C Deportivo y su reclamo turístico e imagen de A Coruña y la obtención de resultados relacionados con diferentes aspectos de la ciudad a través de encuestas, en esta investigación se sacaron varias conclusiones destacables (González, 2004: 409):

- A) La estancia media de los turistas deportivos en A Coruña es de 1'5 días y de 1'1 noches.
- B) El principal lugar donde permanecen los turistas deportivos es en la propia ciudad de A Coruña (79%).
- C) Entre los que pernoctan en A Coruña, la gran mayoría lo hace en un hotel (87%) y un 11% en hostales.
- D) Una vez en A Coruña, el 92% de los turistas deportivos deciden moverse por ella caminando. Un 40% de ellos utilizan el taxi en sus desplazamientos y en menor medida (20%) el autobús.
- E) Respecto a las actividades que realizan con más frecuencia durante su estancia en A Coruña, aparte de ir al fútbol (un 97%), suelen frecuentar bares, pubs y discotecas (un 78%) e ir a restaurantes (51%). Además, un 29% también va de compras y un 18% aprovecha para visitar A Coruña.
- F) Sin tener en cuenta los gastos originados por su alojamiento en A Coruña, el turista deportivo gasta una media de 42, 86 euros al día.
- G) Hasta un 93% de los turistas deportivos ya habían oído hablar de A Coruña antes de venir a ella, la mayor parte gracias al Deportivo (un 87%) y, ya a una considerable distancia, por los periódicos (61%), la televisión (46%) o las páginas web (22%).
- H) Como cabía esperar, un 92% de los turistas deportivos acude a nuestra ciudad motivado principalmente por presenciar un partido de fútbol, aunque para un 8% de los aficionados el principal motivo es el de hacer turismo.

- I) La valoración global que hacen de su estancia en A Coruña es realmente satisfactoria, alcanzando una puntuación media de 8,7 sobre 10.

Dado que el estudio de Manuel E. González Ramallal data del año 2004, analizando incluso años anteriores, el presente estudio actualizará algunos de los datos señalados por este autor, sobre todo valorando la situación actual y de estos últimos años, en los que el R.C Deportivo no sólo no ha competido a nivel europeo, sino que ha sufrido dos descensos de categoría.

3.2.4 Masa social y datos relativos a los aficionados y a la economía del R.C Deportivo

Como se ha podido observar anteriormente, la creación del fútbol como el 'deporte rey' ha provocado que el consumo de éste se haya disparado en las últimas décadas. Es por ello que, para realizar la presente investigación acerca del impacto socioeconómico que este deporte provoca en la ciudad de A Coruña, a través del equipo profesional más importante de ella, el R.C Deportivo, es necesario conocer diversos datos relativos al número de personas que conforman esa masa social que provocará el impacto en la economía y en determinados aspectos sociales de la ciudad gallega.

Debido a las grandes dificultades acaecidas en referencia a la obtención de estos datos, incluso con negativas por parte del propio Club, se ha decidido exponer informaciones referentes a las dos últimas temporadas, sin contar la actual (2012/2013 en Primera división y 2013/2014 en Segunda división), dado que éstas han sido las de mayor accesibilidad gracias a la búsqueda por Internet y a la inestimable colaboración del diario deportivo 'Dxt Campeón' de A Coruña¹.

NÚMERO DE ABONADOS DEL R.C DEPORTIVO

Temporada 2012/2013: 23.535 abonados

Temporada 2013/2014: 21.708 abonados

PEÑAS DEPORTIVISTAS POR LOCALIDAD O PAÍS

Teniendo en cuenta los desplazamientos que las peñas de los equipos profesionales realizan para presenciar los encuentros que se disputan en el propio estadio, se ha decidido señalar el número de peñas deportivistas existentes tanto en la provincia de A Coruña como en otras provincias de España o incluso en otros países, pues muchas de ellas realizan viajes organizados para acudir juntos al estadio de Riazor en todos o en determinados encuentros, lo cual afectará también de forma directa a la economía de

¹ En particular agradecer la colaboración del periodista deportivo de este diario, Alberto Torres.

la ciudad y al aspecto social, pues el propio R.C Deportivo atraerá a gente de fuera de ella, además de demostrar el gran seguimiento que el Club posee en muchas partes de España y del mundo.

El total de peñas del R.C Deportivo contabilizadas hasta la fecha es de 179, repartidas en diversos municipios coruñeses, gallegos e incluso de otras ciudades de España y del mundo.

Tabla II. Provincias y localidades de España en los que existen peñas deportivistas

PROVINCIA	LOCALIDAD
A Coruña	A Coruña, Culleredo, Villamayor, Cerceda, Carballo, Buño, Corcubión, Arteixo, As Pontes de García Rodríguez, Porto do Son, Santa Comba, Laxe, Noia, Sada, Betanzos, Cambre, Bergondo, Melide, Ortigueira, Ribeira, Narón, Finisterre, Ferrol, Curtis, Abegondo, Mazaricos, Miño, Ordes, Cariño, Sigüeiro, Boiro, Somozas, Cedeira, Moeche, Muxía, Arzúa, Laracha, Pontedeume, Pobra do Caramiñal, Vimianzo, Padrón, Rianxo, Serra de Outes, Camelle, Negreira, Muros, Santiso.
Lugo	Lugo, Cospeito, Monterroso, Burela, Chantada, San Ciprián, Foz, Monforte de Lemos, Mondoñedo, Alfoz, Ribadeo, Sarria, Vilalba, Viveiro.
Ourense	Ourense, Celanova, Allariz, Carballiño, Verín, Viana do Bolo.
Pontevedra	Lalín, Silleda, O Grove, Vilagarcía de Arousa.
León	León, Marina de Torre, Fabero del Bierzo, La Bañeza.
Barcelona	Barcelona, Hospitalet de Llobregat.
Madrid	Madrid, Móstoles.
Tenerife	Santa Cruz de Tenerife, Granadilla de Abona.
Álava	Vitoria, Llodio.
Córdoba	Aguilar de la Frontera.
Mallorca	Can' Pastilla.
Asturias	Avilés.
Guipúzcoa	Guipúzcoa.
Cádiz	Cádiz.
Zaragoza	Zaragoza.
Granada	Granada.
Jaén	Jaén.

Fuente: elaboración propia a partir de datos oficiales del R.C Deportivo

Tabla III. Países y ciudades fuera de España en las que existen peñas deportivistas

PAÍS	CIUDAD
Argentina	Buenos Aires
Australia	Sydney
Francia	París
Inglaterra	Londres
Suiza	Fribourg
Venezuela	Caracas

Fuente: elaboración propia a partir de datos oficiales del R.C Deportivo

ASISTENCIA MEDIA AL ESTADIO DE RIAZOR

Temporada 2012/2013: 27.525 espectadores (79%)

Temporada 2013/2014: 21.806 espectadores (63, 03%)

COMPARATIVA DE LA ASISTENCIA MEDIA DE ESPECTADORES ENTRE RIAZOR Y EL RESTO DE ESTADIOS DE LA LIGA ESPAÑOLA EN LA TEMPORADA 2012/2013

En la siguiente tabla puede observarse cómo la masa social del R.C Deportivo se ha situado en la parte más alta de la clasificación en cuanto a asistencia entre los demás estadios de la misma división para presenciar los encuentros del equipo coruñés en la temporada 2012/2013, algo que denota la gran incidencia económica y social que puede tener este hecho en la ciudad, destacando entre el resto de zonas de España con equipos de fútbol en la misma categoría.

Tabla IV. Asistencia a los estadios Temporada 2012/2013

CLUBES	PORCENTAJE DE ASISTENCIA	ASISTENCIA MEDIA	CAPACIDAD DEL ESTADIO
Granada C.F	88%	20.301	23.000
Real Madrid	81%	69.707	85.454
Málaga	81%	23.922	29.500
Athletic Club	81%	32.416	40.000
R.C Deportivo	79%	27.525	34.600
F.C Barcelona	76%	75.562	99.354
Osasuna	75%	15.009	20.000
Rayo Vallecano	71%	10.443	14.708
Sevilla	71%	32.333	45.500
Real Sociedad	70%	22.644	32.076
Atlético de Madrid	70%	43.556	62.000
Real Betis	66%	37.550	56.500
Valladolid	63%	16.590	26.212
Valencia	62%	34.445	55.000
Levante	60%	15.409	23.354
Zaragoza	60%	20.889	34.596
Getafe	59%	10.063	17.000
Celta de Vigo	54%	17.392	31.800
Mallorca	54%	12.513	23.142
Espanyol	50%	20.371	40.500

Fuente: Diario 'Deport Sport', edición del 24 de junio de 2013

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL R.C DEPORTIVO

Con el fin de realizar una aproximación acerca del valor económico que puede tener un equipo de fútbol profesional militando en Primera o Segunda división, a continuación se presentarán las cuentas de pérdidas y ganancias del Club gallego, repartidas entre la temporada 2012/2013 en Primera división y a la 2013/2014 en Segunda división, apreciándose una gran diferencia en cuanto a presupuesto y beneficios, con el fin de demostrar de una manera simple las grandes cantidades que un Club de estas características puede mover en un sólo año y con la correspondiente y necesaria incidencia que ello puede provocar en la ciudad donde dicho Club se encuentre, en este caso, A Coruña.

Tabla V. Cuenta pérdidas y ganancias del R.C Deportivo junio de 2014

REAL CLUB DEPORTIVO DE LA CORUÑA SAD		
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AL 30/06/2014		
	30/06/2014	30/06/2013
A) OPERACIONES CONTINUADAS		
1. Importe neto de la cifra de negocios	9.883.808,45	30.492.213,64
a) Ventas	9.883.808,45	30.492.213,64
4. Aprovisionamientos	(510.133,51)	(535.256,43)
a) Material deportivo	(458.033,50)	(490.907,23)
b) Otros aprovisionamientos	(52.100,01)	(44.349,20)
5. Otros ingresos de explotación	978.132,47	1.115.801,50
a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	865.662,30	1.108.548,61
b) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio	112.470,17	7.252,89
6. Gastos de personal	(7.924.364,34)	(17.207.358,28)
a) Sueldos, salarios y asimilados	(7.461.103,16)	(16.735.704,55)
b) Cargas sociales	(463.261,18)	(471.653,73)
7. Otros gastos de explotación	(6.217.712,48)	(5.683.969,71)
a) Servicios exteriores	(2.326.733,19)	(2.659.647,42)
b) Tributos	(3.292,79)	(111.201,52)
c) Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(2.257.884,68)	(988.584,21)
d) Otros gastos de gestión corriente	(1.329.801,82)	(1.924.536,21)
8. Amortización del inmovilizado	(1.154.117,75)	(4.999.806,98)

9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	722.396,70	722.396,78
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	617.520,05	(103.100,00)
a) Deterioro y pérdidas	(86.679,95)	(303.100,00)
b) Resultados por enajenaciones y otras	704.200,00	200.000,00
13. Otros resultados	933.172,60	816.949,00
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)	(2.671.297,81)	4.617.869,52
14. Ingresos financieros	355.076,04	31.821,65
b) De valores negociables y otros instrumentos financieros	355.076,04	31.821,65
b2) <i>De terceros</i>	355.076,04	31.821,65
15. Gastos financieros	355.141,07	(5.211.432,19)
b) Por deudas con terceros	(355.141,07)	(5.211.432,19)
19. Otros ingresos y gastos de carácter financiero	37.986.133,55	0,00
b) Ingresos financieros derivados de convenios de acreedores	38.275.217,98	0,00
c) Gastos financieros derivados de convenios de acreedores	(289.084,43)	0,00
A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18+19)	37.986.068,52	(5.179.610,54)
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1 + A.2)	35.314.770,71	(561.741,02)
20. Impuestos sobre beneficios	(10.798.114,76)	168.522,31
A.4) RESULTADO DEL EJERC. PROCED. DE OPERAC. CONTINUADAS (A.3 + 20)	24.516.655,95	(393.218,71)
B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS	0,00	0,00

21. Resultado del ejerc. proced. de operac. Interrump. neto de impuestos		
A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4 + 21)	24.516.655,95	(393.218,71)

Fuente: página web oficial del R.C Deportivo: www.canaldeportivo.com

DESPLAZAMIENTOS DE AFICIÓN VISITANTE

El gasto económico y la repercusión social en los medios y en la propia ciudad también son factores a tener en cuenta a la hora de medir el impacto socioeconómico de un equipo de fútbol en ella, pues es el propio Club el que atrae, en partidos determinados, a un gran número de personas para presenciar el partido que su equipo dispute en dicha ciudad y a través de los que, esa jornada de Liga o de otra competición, sectores como el de la hostelería notan un considerable incremento en sus ventas.

Para la realización de este apartado se han utilizado cifras relativas a desplazamientos de aficionados al estadio de Riazor en las temporadas 2012/2013 y 2013/2014 pertenecientes únicamente a partidos puntuales en los que el número de aficionados del equipo rival conllevara una cifra considerable y, teniendo en cuenta por otro lado, la cercanía o lejanía de la ciudad proveniente y el tipo de encuentro.²

² Por ejemplo, el partido Deportivo-Celta de la temporada 2012/2013, en el que un gran número de aficionados vigueses se desplazaron a la ciudad coruñesa, no se ha tomado como referencia, pues las altas medidas de seguridad que se toman para un partido 'de alto riesgo' como este no permiten a estos aficionados más que salir del autobús para dirigirse al estadio y viceversa, por lo que el gasto en hostelería es prácticamente nulo y debido a esta gran rivalidad y sus medidas de seguridad tan elevadas, tampoco se tienen en cuenta los casos aislados en los que estos aficionados pernoctan en la ciudad.

Tabla VI. Desplazamientos afición visitante Temporada 2012/2013

PARTIDO	NÚMERO DE AFICIONADOS
Deportivo – Sevilla	500
Deportivo – Valladolid	200
Deportivo – Zaragoza	100
Deportivo – Athletic Club	750
Deportivo – Real Sociedad	600

Fuente: elaboración propia a partir de los datos proporcionados por el diario 'DXT Campeón'

Tabla VII. Desplazamientos afición visitante Temporada 2013/2014

PARTIDO	NÚMERO DE AFICIONADOS
Deportivo – Zaragoza	300
Deportivo – Lugo	1.500
Deportivo – Sporting	6.500
Deportivo – Ponferradina	500
Deportivo – Eibar	650

Fuente: elaboración propia a partir de los datos proporcionados por el diario 'DXT Campeón'

3.2.5 Guion entrevistas

Para conocer con detalle la opinión de los ciudadanos coruñeses acerca de diferentes aspectos que marcan el ámbito social que rodea al R.C Deportivo en la ciudad, se ha decidido llevar a cabo el método de entrevistas en profundidad. A través de estas entrevistas se sacarán conclusiones generales que pueden aclarar diversos puntos del aspecto social investigado.

Las entrevistas llevadas a cabo serán de tipo semiestructuradas, pues se han combinado preguntas directas sobre el tema que se quiere investigar sin cerrar la puerta a preguntas espontáneas que puedan surgir durante la entrevista y que pueden servir también de gran ayuda para incidir en determinados aspectos, aunque siempre fijando previamente la información concreta que se quiere obtener con un guion marcado y determinando respuestas abiertas en todo el proceso.

Tabla VIII. Esquema entrevistas

TEMAS	SUBTEMAS	OBJETIVOS
<i>IMAGEN DEL CLUB PARA LA CIUDAD</i>	Identidad	Valorar el grado de identificación de las personas con la imagen que el R.C Deportivo le da a la ciudad.
<i>IMPACTO, OCIO Y CONSUMO</i>	Asistencia al estadio	Examinar la asiduidad con la que los coruñeses asisten al estadio de Riazor.
	Comercio	Observar si los ciudadanos de A Coruña son consumidores habituales de productos relacionados

		con el R.C Deportivo, favoreciendo el comercio de la ciudad a través de ellos.
	Empleo	Determinar de qué manera puede afectar el R.C Deportivo al empleo en la ciudad.
	Economía y empresas	Conocer la opinión general acerca del impacto que se pueda originar en la economía y empresas de la ciudad a través del R.C Deportivo.
<i>INSTITUCIONES</i>	Apoyo y gasto público	Averiguar si los ciudadanos coruñeses son partidarios del apoyo y gasto institucional ocasionado por el R.C Deportivo.
CORUÑESES AFICIONADOS AL R.C DEPORTIVO (COLECTIVO 1)	Admiración por el Club	Reconocer los motivos por los que los aficionados del R.C Deportivo eligen a este Club de fútbol.
	Impacto social directo	Estudiar las movilizaciones, planificación y medios utilizados para seguir y apoyar al R.C Deportivo, así como el grado de

		participación en reuniones y sus distintos perfiles.
CORUÑESES NO AFICIONADOS AL R.C DEPORTIVO (COLECTIVO 2)	Interés por el R.C Deportivo y preferencias de ocio	Valorar el grado de interés que los coruñeses tienen en el R.C Deportivo, a pesar de no ser aficionados al fútbol, y conocer sus preferencias de ocio en caso de no serlo.

Fuente: elaboración propia

PRINCIPALES PREGUNTAS PARA LOS CORUÑESES AFICIONADOS AL R.C DEPORTIVO

1. Imagen del Club para la ciudad

- Al vivir en A Coruña o en las afueras, ¿te sientes identificado/a con el Deportivo? ¿Por qué?
- ¿Crees que el Deportivo afecta de alguna manera a la imagen de A Coruña fuera de ella?

2. Impacto, ocio y consumo

- ¿Asistes habitualmente a los partidos que el Deportivo disputa en Riazor?
- ¿Compras o has comprado recientemente algún producto relacionado con el Deportivo, como camisetas, bufandas...?
- ¿Piensas que el Club puede afectar directamente al empleo en la ciudad?
- ¿Qué negocios dirías que obtienen mayores beneficios a través del Deportivo en A Coruña? ¿Por qué?
- ¿Has salido o saldrías por las calles y locales de la ciudad a celebrar algún logro del Deportivo, como un título o un ascenso? En caso afirmativo, ¿a dónde?

- ¿Qué consecuencias negativas piensas que puede obtener la ciudad a causa del Deportivo?

3. Instituciones

- ¿Crees que el Ayuntamiento de A Coruña, la Diputación o la Xunta de Galicia deberían apoyar más o menos al Deportivo? ¿Por qué?
- ¿Qué te parece que en un día de partido se lleven a cabo diferentes dispositivos de emergencias, seguridad o limpieza financiados por fondos públicos?

4. Impacto del R.C Deportivo en los aficionados al Club

- ¿Por qué elegiste el Deportivo, un Club modesto, y no otro Club más mediático como pueden ser el Real Madrid o el Barcelona?
- ¿De dónde dirías que viene tu admiración por el Deportivo?
- ¿Qué haces para ver los partidos cuando el Deportivo juega fuera de casa o cuando no asistes al estadio?
- ¿Sueles aprovechar un día de partido para realizar alguna compra o para reunirte con otras personas en cafeterías o bares cercanos al estadio de Riazor antes del partido? En caso afirmativo, ¿acudes normalmente a esa zona de la ciudad para estar en esas cafeterías o bares si no hay partido del Deportivo?
- Si asistes habitualmente, o en alguna ocasión has asistido, antes o durante un partido del Deportivo, a alguna reunión relacionada con el equipo (por ejemplo, estar en bares o cafeterías antes de un partido en los alrededores del estadio), ¿qué tipo de gente dirías que predomina?
- ¿Los partidos los ves sólo/a, en pareja, con amigos, familiares...?
- ¿Te preocupas en saber con antelación qué día y a qué hora jugará el Deportivo el siguiente partido para así hacer planes u organizarte de alguna manera?
- ¿Afecta en tu vida cotidiana una victoria, una derrota o, en general, el resultado que logre el Deportivo una jornada o una temporada?
- ¿Haces un seguimiento diario o constante sobre la actualidad del Deportivo en la prensa, Internet u otros medios?

- ¿Realizas o has realizado algún desplazamiento a otra ciudad para ver un partido del Deportivo?

PRINCIPALES PREGUNTAS PARA LOS CORUÑESES NO AFICIONADOS AL R.C DEPORTIVO

1. Imagen del Club para la ciudad

- Al vivir en A Coruña, ¿te sientes identificado/a con el Deportivo? ¿Por qué?
- ¿Crees que el Deportivo afecta de alguna manera a la imagen de A Coruña fuera de ella?

2. Impacto, ocio y consumo

- ¿Asistes habitualmente o alguna vez a los partidos que el Deportivo disputa en Riazor?
- ¿Compras o has comprado recientemente algún producto relacionado con el Deportivo, como camisetas, bufandas...?
- ¿Pensas que el Club puede afectar directamente al empleo en la ciudad?
- ¿Qué negocios dirías que obtienen mayores beneficios a través del Deportivo en A Coruña? ¿Por qué?
- ¿Has salido o saldrías por las calles y locales de la ciudad a celebrar algún logro del Deportivo, como un título o un ascenso? En caso afirmativo, ¿a dónde?
- ¿Qué consecuencias negativas piensas que puede obtener la ciudad a causa del Deportivo?

3. Instituciones

- ¿Crees que el Ayuntamiento de A Coruña, la Diputación o la Xunta de Galicia deberían apoyar más o menos al Deportivo? ¿Por qué?
- ¿Qué te parece que en un día de partido se lleven a cabo diferentes dispositivos de emergencias, seguridad o limpieza financiados por fondos públicos?

4. Impacto del R.C Deportivo en los coruñeses no aficionados

- ¿Te gusta el fútbol?
- ¿Qué prácticas de ocio llevas a cabo en la ciudad? ¿Las practicarías antes de asistir a un partido del Deportivo?
- ¿Te agrada que el Deportivo gane partidos y que le vaya bien? ¿Por qué?
- ¿En tu círculo familiar y social conoces a gente que le guste el Deportivo y que asista habitualmente a los partidos? En caso afirmativo, ¿intentan que participes en charlas relacionadas con el equipo o que des tu opinión acerca de él?
- Cuando el Deportivo disputa un encuentro en A Coruña, ¿te afecta o te condiciona de alguna manera en tu vida cotidiana? En caso afirmativo, ¿por qué?

Tabla IX. Perfiles entrevistados

NÚMERO DE ENTREVISTA	SEXO	EDAD	VINCULACIÓN CON EL R.C DEPORTIVO
01	Masculino	57	Aficionado
02	Femenino	32	No aficionada
03	Femenino	29	No aficionada
04	Masculino	22	No aficionado
05	Masculino	25	Aficionado

Fuente: elaboración propia

4. ANÁLISIS Y RESULTADOS

4.1 Contexto económico

En primer lugar se hará una estimación del impacto económico que puede suponer la presencia de un Club profesional importante en una ciudad, para el caso concreto del R.C Deportivo en A Coruña, tomando como referencia y analizando los datos obtenidos en el apartado anterior.

4.1.1 Asistencia media y gasto en la ciudad

Se ha realizado una estimación aproximada del gasto medio que los aficionados locales pueden desembolsar un día de partido del equipo de la ciudad con motivo de la asistencia al estadio de Riazor, concentrándose éste, sobre todo, en los locales de los alrededores del campo de fútbol. Por otro lado, se han excluido gastos de tipo municipal dado la imposibilidad de acceso a ellos y se ha centrado la investigación en los relativos al mundo de la hostelería, el transporte, la restauración y el comercio en general de A Coruña.

Para realizar la estimación de consumo en los sectores anteriormente nombrados, se ha tomado como referencia estudios recientes relativos a equipos y a ciudades de similares características a las del R.C Deportivo y a las de A Coruña. Es el caso del 'Estudio sobre el impacto económico del ascenso del Real Murcia Club de Fútbol, SAD. a Primera División' (Cámara de Comercio de Murcia, 2007), 'Estimación del impacto económico del ascenso de la U.D Almería a Primera División' (Jiménez, 2013), 'Impacto económico del ascenso del Hércules F.C a Primera División' (Cámara de Comercio de Alicante, 2010) y, por último, 'Impacto económico del fútbol de Primera División en Zaragoza' (Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza, 2009). Para contabilizar las medias de gasto en estas investigaciones sólo se ha tenido en cuenta el campeonato de Liga, pues, al igual que el R.C Deportivo, este tipo de equipos no han avanzado demasiado en la Copa del Rey en las últimas temporadas ni se han clasificado recientemente para disputar competiciones europeas y, por lo tanto, no han obtenido un número considerable de asistentes a los encuentros en lo que se refiere a afición visitante o incluso la propia afición de estos clubes.

Para calcular la estimación, se ha hecho una media de gasto en los siguientes sectores: hostelería, transporte, restauración y entradas.

Tabla X. Número de asistentes por encuentro en estudios sobre otros Clubes

ASISTENTES	HÉRCULES C.F	REAL ZARAGOZA	REAL MURCIA	U.D ALMERÍA	MEDIA POR PARTIDO	TOTAL POR TEMPORADA (19 PARTIDOS)
Equipo visitante	30 personas	40 personas	30 personas		33 personas	627 personas
Prensa	15 periodistas foráneos por partido	15 periodistas foráneos por partido		15 periodistas foráneos por partido	15 periodistas foráneos	285 periodistas
Árbitros	4 por partido	4 por partido	4 por partido	4 por partido	4 árbitros	76 árbitros
Porcentaje de afición visitante que pernocta en la ciudad	15% de los aficionados	50% de los aficionados			33 % de los aficionados	33 % de los aficionados

Fuente: elaboración propia a partir de informes de los Clubes citados

Teniendo en cuenta únicamente los datos facilitados en estos informes, ya que algunos de ellos figuran sólo para alguno de los equipos investigados, se han realizado los cálculos pertinentes para estimar el gasto en varias ciudades con características similares a las de A Coruña a través de una media aritmética³:

³ Para el caso de la UD Almería se ha citado directamente la media total de gasto de la afición visitante, al no figurar en el informe un desglose de cada sector.

Tabla XI. Ingresos directos en comercio, hostelería, transporte y restauración por persona (con otros Clubes de referencia)

GASTO	HÉRCULES C.F	REAL ZARAGOZA	REAL MURCIA	MEDIA
Hostelería equipo visitante	300€	300€		300€
Cafeterías y bares	12€		12€	12€
Comercio	15€		15€	15€
Transporte	3€		3€	3€
Restauración (foráneos)	20€	50€	40€	36, 6€
Hoteles (foráneos)	150€	100€	166, 89€	138, 96€
Entradas	30€	30€	30€	30€

Fuente: elaboración propia a partir de informes de los Clubes citados

Tabla XII. Media total de gasto de la afición visitante UD. Almería

MEDIA TOTAL DE GASTO	UD. ALMERÍA
Afición visitante	77,7€

Fuente: elaboración propia a partir de informes de los Clubes citados

Tabla XIII. Media aritmética de gasto total para los 4 equipos (Hércules + Zaragoza + Murcia + Almería)

SECTORES	MEDIA TOTAL POR PERSONA
Afición local Hostelería, transporte y comercio	30€
Afición visitante pernoctando (hotel + restauración + cafeterías + entrada)	155,13€
Afición visitante no pernoctando en la ciudad (restauración + cafeterías + entrada)	93,60€
Árbitros y prensa foránea (hotel + restauración)	175,56€

Fuente: elaboración propia a partir de informes de los Clubes citados

Tabla XIV. Gasto estimado de la afición visitante en desplazamientos al estadio de Riazor en la Temporada 2012/2013 (Primera División)

PARTIDO	PERNOCTAN	NO PERNOCTAN	GASTO
Deportivo – Sevilla ⁴	500	0	77.565€
Deportivo - Valladolid	66	134	22.780,98€
Deportivo – Zaragoza	100	0	15.513€
Deportivo – Athletic Club	750	0	116.347,5€
Deportivo – Real Sociedad	600	0	93.078€
GASTO TOTAL			325.284,48€

Fuente: elaboración propia

⁴ Cuando se trata de un desplazamiento en el que la ciudad de partida está a un número de kilómetros considerable de A Coruña, se ha determinado que estos aficionados pasan al menos una noche en la ciudad gallega.

Tabla XV. Gasto estimado de la afición visitante en desplazamientos al estadio de Riazor en la Temporada 2013/2014 (Segunda División)

PARTIDO	PERNOCTAN	NO PERNOCTAN	GASTO
Deportivo - Zaragoza	300	0	46.539€
Deportivo – Lugo ⁵	0	1500	140.400€
Deportivo – Sporting ⁶	3.000	3.500	792.990€
Deportivo – Ponferradina	165	335	56.952, 45€
Deportivo – Eibar	650	0	100.834,5€
GASTO TOTAL			1.137.715,95€

Fuente: elaboración propia a partir de informes de los Clubes citados

⁵ Al tratarse de ciudades en la que existe una distancia media entre éstas y A Coruña, como es el caso de Ponferrada, se ha determinado que el 33% de aficionados pernoctan en la ciudad (señalado anteriormente), por lo que el gasto medio en la ciudad pernoctando será de 155,15€ y de 93,60€ no pernoctando. Para otras ciudades, como Lugo, se ha considerado que, debido a la cercanía entre ambas ciudades, el número de personas que pernoctaron en la ciudad no sería considerable.

⁶ Para el caso del desplazamiento de aficionados del Sporting de Gijón, no puede aplicarse la media del 33%, ya que en la ciudad de A Coruña y alrededores existen unas 3.000 plazas hoteleras, por lo que se pondrá esta cifra como límite de personas que pernoctaron en la ciudad.

GASTO MEDIO TOTAL EN A CORUÑA A TRAVÉS DEL R.C DEPORTIVO

TEMPORADA 2012/2013. PRIMERA DIVISIÓN

*Tabla XVI. Gasto medio total estimado en A Coruña a través del R.C Deportivo
temporada 2012/2013*

INCIDENCIA	NÚMERO DE PERSONAS	GASTO MEDIO POR PARTIDO	GASTO TOTAL (x 19 PARTIDOS)
Asistencia media al estadio de Riazor	27.525	30€	15.689.250€
Equipos visitantes Hostelería	627	9.900€	188.100€
Equipo arbitral	76	702,24€	13.342,56€
Prensa foránea	285	2.633, 4€	50.034,6€
Desplazamientos afición rival	2.150	155,15€ ó 93,60€ por partido (dependiendo del rival)	325.284,48€
TOTAL REPERCUSIÓN ECONÓMICA TEMPORADA 2012/2013			16.266.011,64€

Fuente: elaboración propia

GASTO MEDIO TOTAL EN A CORUÑA A TRAVÉS DEL R.C DEPORTIVO

TEMPORADA 2013/2014. SEGUNDA DIVISIÓN

Tabla XVII. Gasto medio total en A Coruña a través del R.C Deportivo temporada 2013/2014

INCIDENCIA	NÚMERO DE PERSONAS	GASTO MEDIO POR PARTIDO	GASTO TOTAL (x 21 PARTIDOS)
Asistencia media al estadio de Riazor	21.806	30€	13.737.780€
Equipos visitantes Hostelería	693	9.900€	207.900€
Equipo arbitral	84	702,24€	14.747,04€
Prensa foránea	315	2.633,4€	55.301,4€
Desplazamientos afición rival	9.450	155,15€ ó 93,60€ por partido (dependiendo del rival)	1.137.715,95€
TOTAL REPERCUSIÓN ECONÓMICA TEMPORADA 2013/2014			15.153.444,39€

Fuente: elaboración propia

**COMPARATIVA DE ESTUDIOS DE IMPACTO ECONÓMICO ENTRE EL R.C DEPORTIVO Y
OTROS CLUBES EN PRIMERA DIVISIÓN DE LA LIGA ESPAÑOLA**

*Tabla XVIII. Diferencia entre el impacto económico del R.C Deportivo y otros Clubes
en Primera División*

EQUIPO	TEMPORADA	IMPACTO ECONÓMICO
Real Murcia	2007/2008	10.157.350€
R.C Deportivo	2012/2013	16.266.011€
Xerez C.D	2009/2010	17.257.360€
Hércules C.F	2010/2011	17.430.424€
U.D Almería	2013/2014	19.675.784€
Real Zaragoza	2007/2008	20.629.809€
Granada C.F	2011/2012	28.356.585€

Fuente: elaboración propia a partir de informes de otros Clubes

4.2 Externalidades negativas

La existencia de un equipo de fútbol u otro deporte importante en una ciudad no conlleva únicamente una repercusión positiva dentro de ésta, pues existen también efectos negativos provocados por dicho Club.

Estas externalidades negativas son un coste social indivisible que los habitantes de la ciudad deben abonar sí o sí, independientemente de que sean consumidores del espectáculo o sientan apego al equipo.

Como se ha podido observar anteriormente en la 'cuenta de pérdidas y ganancias' del R.C Deportivo, una de estas externalidades negativas son las subvenciones públicas recibidas por el Club gallego, denominadas en dicha tabla como 'subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio' cifradas en 7.252,89€ en la temporada 2012/2013 y en 112.470, 17€ en la temporada 2013/2014.

Además, otros costes sociales indivisibles para los ciudadanos en cada partido del equipo coruñés son los asociados al gran despliegue de medios públicos debido al importante número de personas que acuden cada partido al estadio de Riazor, con el fin de mantener la seguridad y los protocolos de emergencia necesarios para el buen funcionamiento de cada jornada.

De los servicios públicos y gran despliegue de éstos en cada partido se pueden citar:

- Policía municipal
- Policía nacional
- Limpieza exterior en los alrededores del estadio de Riazor
- Bomberos
- Cruz Roja
- Protección civil

Aunque no sólo los 'gastos públicos' de los ciudadanos pueden considerarse externalidades negativas. Los habitantes que ni participan ni son consumidores de este espectáculo tienen también que sufrir cada partido molestias en su vida cotidiana

ocasionadas por éste, como pueden ser las aglomeraciones, el ruido y suciedad en las calles y portales antes de los partidos, el tráfico y los cortes en determinadas vías o la afluencia masiva de gente en el transporte público de la ciudad, entre otras.

4.3 Contexto social

A continuación se presenta el análisis de las entrevistas en profundidad semiestructuradas llevadas a cabo para la investigación, de las que se han obtenido diversas conclusiones generales que ayudarán a confirmar las hipótesis del estudio.

IMAGEN DEL CLUB PARA LA CIUDAD

Identidad

Se ha podido verificar que todos los entrevistados, amantes o no del fútbol, se sienten identificados con el R.C Deportivo y con la imagen que proporciona para A Coruña, siendo uno de los motivos predominantes el hecho de que sea el equipo de fútbol más importante de la ciudad en la que viven.

Además, se ha valorado positivamente, también por parte de todos los entrevistados, la imagen que el Club proporciona para A Coruña, tanto por aspectos económicos como a nivel de pura identidad con respecto a otros lugares de Galicia, de España o internacionalmente, en parte gracias a los logros conquistados en los últimos años por este equipo y la repercusión que ha ejercido en la ciudad gallega y en su población.

“Sí, afecta, sobre todo positivamente por los logros deportivos que ha tenido ante equipos tanto nacionales de nivel como internacionales y, por ejemplo, una persona inglesa que a lo mejor Coruña no la sitúa muy bien en el mapa, a lo mejor sí que la sitúa gracias al Club.” (Entrevista Borja).

IMPACTO, OCIO Y CONSUMO

Asistencia al estadio

Cuatro de las cinco personas entrevistadas asisten, al menos, a varios partidos cada temporada al estadio coruñés. Se ha constatado que el estadio de Riazor y los partidos del R.C Deportivo que éste alberga despiertan interés entre la población coruñesa, sean férreos seguidores o no del conjunto gallego o incluso muestren interés por el propio

deporte del fútbol. Además, el entrevistado que no asiste habitualmente a los encuentros ha reconocido haber presenciado en varias ocasiones algún partido del R.C Deportivo.

“He asistido alguna vez, acompañando a algún amigo y eso... y bien, pero no... no soy un habitual ni mucho menos.” (Entrevista Denis).

El hecho de que incluso los coruñeses no amantes del fútbol asistan o hayan asistido a algún partido del Club herculino denota que este espectáculo puede destacarse como una de las opciones más recurrentes a la hora de llevar a cabo actividades de ocio dentro de esta ciudad, provocando un gran impacto entre su población.

Comercio

En lo que se refiere a la compra de productos relacionados con el R.C Deportivo existe división de opiniones, aunque sí se puede llegar a una conclusión: el hecho de ser simpatizante o seguidor del Club coruñés no conlleva necesariamente la compra de productos relacionados con él, pues entre los entrevistados puede observarse cómo personas que no siguen al equipo, que no asisten al estadio o a las que ni siquiera les gusta el fútbol compran o han comprado productos del R.C Deportivo, destinados, por ejemplo y como respuesta predominante, a realizar obsequios a terceras personas. Algo que demuestra, una vez más, el impacto que tiene este Club entre los habitantes de A Coruña de manera directa (consumo propio) o indirecta (a través de familiares o amigos), convirtiendo estos productos en otra fuente de ingresos para la ciudad, no sólo en tiendas oficiales del propio equipo, sino a través de numerosas tiendas repartidas por toda la ciudad que suministran productos relacionados con éste y cómo estos productos también forman parte de un contexto social fuera del propio ámbito del fútbol y del R.C Deportivo en particular.

Empleo

La visión de la repercusión que tiene el R.C Deportivo en la ciudad de A Coruña respecto al empleo es positiva, pues la población considera que este Club puede generar trabajo en diferentes sectores.

Entre las diferentes opiniones, existe un predominio en el sector de la hostelería, en cuanto a los bares, cafeterías y restaurantes situados en los alrededores del estadio de Riazor, incluso afirmando en alguna ocasión que algunos de ellos realizan su apertura únicamente los días en los que el equipo gallego disputa sus partidos.

En un ámbito más general también se ha destacado el sector servicios que, además de la hostelería, englobaría otros sectores como el comercio, el transporte o el turismo.

Y, por último, también se han mencionado otras posibles creaciones de empleo, a través de empresas auxiliares que trabajan directamente para el R.C Deportivo, así como otros servicios como el de mantenimiento del estadio coruñés.

Economía y empresas de la ciudad

Respecto a la opinión general acerca del impacto que se pueda originar en la economía y empresas de la ciudad a través del R.C Deportivo existe un predominio y absoluto convencimiento de que el sector que mayores beneficios obtiene a través de este Club de fútbol es el de la hostelería, destacando las cervecerías y bares como negocios con mayor afluencia. Todos los entrevistados ha coincidido en señalar a dicho sector como el gran beneficiado en la ciudad, tanto en las horas previas a los encuentros del equipo como en el ámbito turístico, en el que destacan a las aficiones visitantes que atrae el R.C Deportivo en algunos encuentros.

“La hostelería. Para mí la hostelería es el principal. Y después, pues sí tienes pequeños negocios de alimentación, a lo mejor, cercanos... tiendas de alimentación, incluso supermercados, eh... la típica tienda de chucherías, que hay dos o tres ya al lado del estadio (que ya está ahí porque hay fútbol, simplemente).” (Entrevista Patricia).

Además, también destacan otros negocios de la ciudad como fuente de ingresos y como beneficiados económicamente, como pueden ser las tiendas de alimentación y aperitivos de alrededor del estadio o los supermercados también cercanos al campo de fútbol y a la zona de Riazor.

Por otro lado, se ha podido verificar que el hecho de conquistar un logro deportivo (como un título o un ascenso) se convierte en la excusa perfecta para realizar grandes movilizaciones por la ciudad, sobre todo en la zona de la Fuente de Cuatro Caminos (donde el R.C Deportivo ha celebrado históricamente las diferentes consecuciones deportivas) o en la Plaza de María Pita. Durante dichas celebraciones se han llegado a contabilizar miles de personas, amantes o no del fútbol o del R.C Deportivo, con el pertinente impacto socioeconómico que éstas han producido en las diferentes zonas, calles y locales de la ciudad.

Este hecho se puede demostrar también a través de los entrevistados, ya que el total de personas a las que se les han preguntado por estas celebraciones han contestado que sí han participado en una o más celebraciones deportivas del equipo de fútbol de la ciudad de A Coruña, siendo seguidores o no del Club.

Externalidades negativas

En este apartado se ha intentado averiguar de qué manera afecta negativamente a la población coruñesa la presencia de un equipo de fútbol profesional que provoca un gran despliegue de medios en la ciudad, sobre todo los días de partido o celebraciones.

Para el caso general se ha citado, por parte de los entrevistados, problemas relacionados con la tensión que se crea en los partidos, provocando altercados como peleas o destrozos del inmobiliario, en ocasiones, por parte de aficiones visitantes; el posible malestar de algunos ciudadanos que no ven con buenos ojos que el R.C Deportivo utilice el estadio municipal de Riazor; problemas relacionados con el tráfico y la circulación de vehículos, como el corte de calles en las horas previas y/o posteriores a los encuentros del Club o los escasos estacionamientos existentes en las zonas cercanas al estadio o en la propia zona de Riazor o, por último, la posible “mancha de la imagen” de la ciudad que puede ocasionar el aspecto económico-deportivo de los dirigentes del Club gallego,

en caso de que éstos hayan podido o puedan cometer irregularidades que afecten directamente a ésta.

Para el caso concreto de los habitantes de A Coruña entrevistados se ha destacado como externalidad negativa por parte de la totalidad de coruñeses el colapso de vehículos y lo referente al tráfico que se crea un día de partido, así como el corte de calles o las grandes aglomeraciones que se producen en distintas zonas y locales de la ciudad.

“Sí, o incluso... vamos a cenar... a lo mejor te gusta un sitio cerca del estadio, vamos a cenar y dices “pues ya no podemos ir ahí porque va a estar a reventar”, o aparcar o salir de la ciudad o entrar... imposible.” (Entrevista Lucía).

INSTITUCIONES PÚBLICAS

Apoyo institucional y gasto público

En lo referente al apoyo institucional que las Instituciones públicas como el Ayuntamiento de A Coruña, la Xunta de Galicia o la Diputación de A Coruña ofrecen al R.C Deportivo se ha podido confirmar que la población coruñesa y seguidora del Club gallego es partidaria, por unanimidad, de que éstas deberían ejercerle un gran apoyo por diferentes motivos, como ensalzar los valores del deporte en la ciudad, los beneficios económicos que un Club de fútbol profesional puede aportar en ella o la representación que se obtiene a través del R.C Deportivo para la Comunidad Autónoma de Galicia.

Por otro lado, con respecto al gasto público ocasionado por el propio Club cuando éste disputa sus encuentros en la ciudad, tales como limpieza de calles o dispositivos de emergencias o seguridad, la población entrevistada también ejerce una respuesta firme: los ciudadanos coruñeses, sean forofos o no del fútbol y, en particular, del R.C Deportivo, están de acuerdo con que se empleen fondos públicos para cubrir dichas necesidades requeridas antes, durante y después de un encuentro del equipo coruñés, coincidiendo la mayoría en dos motivos principales. El primer motivo vendría a ser la recuperación económica de esos gastos, es decir, el hecho de que el dinero que se gasta por un lado, la propia ciudad, a través de los ingresos que produce el propio encuentro, los

recuperará con creces. Además, también se ha mencionado que, al igual que en un día de partido se realizan dichos gastos, podría haber ciudadanos que acuden con asiduidad al estadio de Riazor que igualmente estén cubriendo gastos en estos diferentes dispositivos para cualquier otro evento que se realice en la ciudad de A Coruña o, simplemente, para invertirlos en ciertas necesidades de la propia ciudad que la población no utiliza o a la que no les incumbe.

“Me parece normal porque, al fin y al cabo, esos servicios se tienen para otros eventos, ya sean conciertos o... bueno, todo... todo tipo de eventos”. (Entrevista Borja).

CORUÑESES AFICIONADOS AL R.C DEPORTIVO (COLECTIVO 1)

Admiración por el R.C Deportivo

Los motivos por los que los coruñeses eligen seguir a un Club como el R.C Deportivo, principalmente y por respuesta coincidente en las entrevistas realizadas, tienen una raíz familiar, aunque también podría decirse que el hecho de tratarse de un equipo modesto y que se encuentra en una ciudad pequeña también tendría repercusión a la hora de elegirlo y no ser seguidores de Clubes de fútbol más mediáticos como el Real Madrid o el Barcelona.

Con ello, en este apartado se puede deducir la representación que ejerce este conjunto coruñés entre su población a través de la identificación del R.C Deportivo con la ciudad de A Coruña.

Impacto social directo

En este apartado se ha tratado de estudiar aspectos directos en lo que concierne al impacto social que provoca que en una ciudad exista un equipo de fútbol profesional importante, como es el caso del R.C Deportivo. Así, se han estudiado diferentes aspectos

a través de los que, a continuación, se expondrán unas conclusiones generales dentro de este análisis.

En primer lugar, cabe destacar que los seguidores y simpatizantes del R.C Deportivo suelen emplear las cafeterías y bares como medio de visualización de los encuentros del equipo cuando éste no los disputa en A Coruña. Además, en estos locales es donde el aficionado 'deportivista' aprovecha para reunirse con amigos aprovechando los partidos del Club.

Así, para el caso de los encuentros en el estadio de Riazor, los aficionados también se reúnen horas antes del inicio de los partidos con sus amistades y se citan con gente en los alrededores del estadio coruñés.

El contexto del R.C Deportivo también activa el consumo en la ciudad, sobre todo a través de la hostelería, en una zona de A Coruña (Riazor) en la que si no se disputa un encuentro de este equipo de fútbol, por lo general no se asiste de manera masiva a ella para visitar estos locales del ámbito hostelero.

Para acudir a estas reuniones, los aficionados del conjunto herculino llevan a cabo una planificación los días previos al partido correspondiente a esa jornada, ya sea en el estadio coruñés o en otra ciudad de España, a través de informarse sobre qué día y a qué hora el equipo disputará su encuentro, por lo que las movilizaciones sociales que surgen un día de partido no son espontáneas.

En dichas movilizaciones y reuniones podría decirse que el perfil de asistentes que predomina en ellas sería el de, mayoritariamente, hombres y gente joven, como grupos o pandillas de amigos, sobre todo en lo que concierne a las reuniones existentes en los locales y calles próximas al estadio de Riazor antes de los partidos.

Tampoco son espontáneos los desplazamientos de grupos y peñas 'deportivistas' a otras ciudades, pues éstos se realizan con motivo de presenciar el encuentro que el R.C Deportivo vaya a disputar en ellas como única razón principal.

Por otro lado, se puede afirmar que el aficionado del R.C Deportivo está muy preocupado por los resultados deportivos que su Club consiga en una jornada de Liga o en una temporada, pues dicha preocupación puede afectar a su vida diaria, a su estado

de ánimo o a su carácter durante esos días (tanto positiva como negativamente). A mayores de afectar a su vida diaria, el aficionado y fiel seguidor del conjunto gallego intentan mantenerse informado de la actualidad del equipo diariamente, por lo que no sólo los días de partido se ve preocupado por lo que le pase a éste, sino que el interés es constante todos los días del año.

De todo ello puede afirmarse que la carga emocional que este Club puede suscitar a sus seguidores más fieles es muy grande, condicionando incluso su vida cotidiana y afectando a su estado de ánimo.

“Pues sí. Normalmente si pierde un partido siempre quedas algo fastidiado esos días y si gana quedas más contento y sí, afecta al estado de ánimo un poco”.

(Entrevista Borja).

CORUÑESES NO AFICIONADOS AL R.C DEPORTIVO (COLECTIVO 2)

Interés por el principal equipo de fútbol de su ciudad

En cuanto al interés de los entrevistados por el R.C Deportivo existe variedad de opiniones, aunque podría decirse que, en general, no son habituales asistentes al estadio ni presencian los encuentros del equipo, pero sí han ido en varias ocasiones a partidos del R.C Deportivo y siempre han salido por las calles y locales de la ciudad a celebrar los logros del conjunto coruñés, incluso sin sentir admiración alguna por el fútbol y llevando a cabo otras prácticas de ocio en A Coruña antes que asistir a un encuentro del equipo coruñés, como pasear por la ciudad o ir de compras .

A pesar de no sentir gran admiración por el equipo, ni por el fútbol en general, los coruñeses sienten una identificación con el R.C Deportivo y está presente en sus vidas como motivo de orgullo y celebración, incluso dándole la categoría de “icono” de la ciudad. Además, a la población coruñesa que no sigue al Club gallego le agrada que éste gane partidos y que le vaya bien, debido a esa identificación existente con el equipo, como parte importante de la ciudad y que tanto arraigo suscita, sobre todo al tratarse de una ciudad pequeña y siendo este equipo el principal en ella, provocando un gran orgullo cuando éste conquista algún título o consigue ascender de categoría.

En el círculo familiar y social de esta categoría de entrevistados existe un ambiente futbolístico y 'deportivista' constante, intentando incluso que éstos participen en ocasiones en charlas y conversaciones relacionadas con el R.C Deportivo, por lo que podría afirmarse, una vez más, que éste forma parte de la vida de los coruñeses, directa o indirectamente, y siendo partidarios o no de ello.

“Sí, de hecho yo creo que la afición del Dépor es bastante incisiva en ese tema, o sea les gusta mucho hablar del Dépor a todas horas”. (Entrevista Patricia).

Como conclusión general para los no aficionados del R.C Deportivo se puede afirmar que éstos no son consumidores de fútbol ni seguidores del Club, pero sí forman parte de éste sólo por el hecho de ser coruñeses y estar indirectamente relacionados con él.

5. CONCLUSIONES

La presente investigación y los resultados obtenidos de la misma han ayudado a confirmar la hipótesis general en la que se basa el estudio. Dicha confirmación se ha podido realizar a través de las siguientes conclusiones:

- I) Se ha determinado que el sector más afectado positivamente de manera indirecta a través del R.C Deportivo es el de la hostelería, una fuente de consumo e ingresos para la ciudad de A Coruña, sobre todo en épocas de competición liguera o en encuentros puntuales del Club gallego en la ciudad. Además, este sector estaría seguido por el comercio y el transporte, en menor medida. La suma de estos tres sectores podría llegar a generar unos ingresos de hasta 16.266.011 euros (temporada 2012/2013) durante una única temporada en Primera División y de 15.153.444 euros en Segunda División (temporada 2013/2014).
- II) Un equipo de fútbol profesional importante a nivel deportivo mueve una gran cantidad de masa social, ya sea a través de los propios aficionados y habitantes de la ciudad, como de seguidores que provienen de otros municipios de la provincia, de otras ciudades gallegas o incluso del resto de ciudades de España (se han contabilizado 179 peñas 'deportivistas'), a través del R.C Deportivo, con una asistencia media al estadio de Riazor de 27.525 espectadores en la temporada 2012/2013 y de 21.806 en la 2013/2014, o de aficionados de otros Clubes que visitan la ciudad para presenciar el encuentro de su equipo contra el conjunto herculino, como en el caso de las dos últimas temporadas señaladas anteriormente, donde se ha estimado que la asistencia de aficionados visitantes fue de 2.150 espectadores en la temporada 2012/2013 y de 9.450 espectadores en la 2013/2014 teniendo en cuenta los grandes desplazamientos. Tanto los aficionados coruñeses como los foráneos aportan grandes beneficios económicos a la ciudad y refuerzan el sector turístico.
- III) Existe una diferencia considerable entre el impacto económico que supone militar en Primera División y jugar en Segunda División. Sí es cierto que, debido a la cercanía y al mayor número de equipos en Segunda División, se realizan más desplazamientos a la ciudad coruñesa en esta última categoría y la diferencia de beneficios en la

hostelería por parte de las aficiones visitantes es notablemente superior (325.284€ en Primera división la temporada 2012/2013 por 1.137.715€ en Segunda división la temporada 2013/2014), pero el número de aficionados y de gasto en hostelería es menor en líneas generales, ya que esta Liga es menos atractiva y los Clubes visitantes no provocan tanta expectación ni los propios aficionados al R.C Deportivo acuden tanto al estadio de Riazor, por lo que un descenso de categoría podría suponer unas pérdidas de más de un millón de euros para las arcas de la ciudad en una temporada.

- IV) El hecho de disputar competiciones europeas o de clasificarse para rondas avanzadas de la Copa del Rey española supondría también un incremento de los beneficios, pues de esta manera aumentarían los partidos del R.C Deportivo en A Coruña.
- V) No solamente se puede hablar de una repercusión positiva en cuanto al hecho de disponer de un equipo de fútbol profesional importante en una ciudad, también surgen diversas externalidades negativas debido a su presencia, como por ejemplo el gasto de fondos públicos para subvenciones o para diversos dispositivos de seguridad y limpieza o las molestias ocasionadas para los habitantes de la ciudad que residen en zonas cercanas al estadio de fútbol, como la suciedad y el corte de las calles, o en general para los habitantes de cualquier punto de la zona urbana, como los problemas de tráfico de vehículos o las grandes aglomeraciones de gente.
- VI) Se ha podido constatar que la presencia de un Club profesional de importancia favorece el empleo en la ciudad de manera directa o indirecta (en la temporada 2013/2014 el R.C Deportivo invirtió 2.326.733 euros en servicios exteriores del equipo como empresas proveedoras u otras que obtienen ganancias a través de él) y que los propios ciudadanos, aficionados o no al fútbol, exigen apoyo institucional al equipo, pues lo consideran una fuente de ingresos que ayuda a la ciudad.
- VII) El grado de identificación de los coruñeses con el R.C Deportivo es elevado, siendo o no aficionados al fútbol, pues éste se postula como un icono más de la ciudad y se convierte en una 'excusa social' importante, ya que incentiva las reuniones, la planificación de eventos y celebraciones relacionadas con él o las grandes movilizaciones surgidas también a través de este Club.

VIII) El R.C Deportivo tiene un efecto considerable en la vida cotidiana de sus seguidores.

La preocupación constante por lo que le suceda al Club, la tristeza de un descenso o la alegría de una permanencia en Primera División pueden condicionar en gran medida la vida y el estado de ánimo de las personas, por lo que éste también origina una importante carga emocional entre sus aficionados o simpatizantes.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Alcaide, F. (2009): “Fútbol: fenómeno de fenómenos”, Madrid: Lid.
- Arias, Fidias G. (2009): “Economía y Deporte. Analogía entre el sistema económico y el deporte de élite”, *Revista Actividad Física y Ciencias*, 1 (1): 1-27.
- Cámara de Comercio de Murcia (2007): “Estudio sobre el impacto económico del ascenso del Real Murcia Club de Fútbol, SAD. a Primera División” (en línea) w4.cocin-murcia.es/ficheros/biblioteca/documento/Estudio%20Futbol.pdf.
Consulta realizada el 28/04/2015
- Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza (2009): “Impacto Económico del fútbol de Primera División en Zaragoza” (en línea) www.camarazaragoza.com/tomanota/docs/documentoadjunto444.pdf.
Consulta realizada el 28/04/2015
- Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Alicante (2010): “Impacto económico del ascenso del Hércules C.F. a Primera División” (en línea) www.managingsport.com/files/MgSport-Camara_Comercio_Alicante_HerculesCF_Informe_Impacto_Economico.pdf.
Consulta realizada el 28/04/2015
- Carranza, Marta y Carles Vallès (2008): “El deporte en la ciudad: una nueva manera de verlo”, *Apunts*, 91: 9-11.
- Castellanos, P. (2008): “Valoración contingente e fútbol: a cuantificación da disposición a pagar”, *Revista Galega de Economía*, 17 (1): 177-200.
- Cea D’Ancona, M.A (2012): “La metodología cuantitativa y el análisis de la realidad social”, en *Fundamentos y aplicaciones de la metodología cuantitativa*, Madrid: Síntesis.
- Crompton, J. (1995): “Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication”, *Journal of Sport Management*, 9: 14-35.
- Flores Álvarez-Ossorio, Santiago (2013): “Fútbol y manipulación social – análisis desde la sociología, la economía, medios de comunicación y la política”, en *Ssociólogos* (en línea). ssociologos.com/2013/12/01/futbol-y-manipulacion-

social-analisis-desde-la-sociologia-la-economia-medios-de-comunicación-y-la-politica. Consulta realizada el 29/10/2014

- García, Vanessa (2009): “La importancia social del deporte en el proceso civilizador: el caso del fútbol bandera”, *Razón y palabra*, 69.
- Ginesta, Xavier (2006): “Los valores en el deporte: una experiencia educativa a través del Barça-Madrid”, *Revista Científica de Comunicación y Educación*, 28: 148-156.
- Gómez, Pedro M. y Amaia Lafuente (2002): Medición del impacto socioeconómico de los éxitos deportivos del Deportivo Alavés, SAD sobre la ciudad de Vitoria-Gasteiz, Diputación Foral de Álava: Departamento de Juventud y Deporte.
- González, Manuel E. (2003): “La configuración del fútbol español como deporte espectáculo”, *Revista Digital-Buenos Aires*, 66 (9).
- González, Manuel E. (2004): “Incidencia turística da presencia do Deportivo na Champions League”, *Revista Galega de Ciencias Sociais*, 3 (3): 36-56.
- Jiménez Guerrero, J. (2013): “Estimación del impacto económico del ascenso de la U.D. Almería a Primera División”, *Cámara de Comercio de Almería* (en línea) www.noticiasdealmeria.com/pdf/impactoudalmeria.pdf. Consulta realizada el 28/04/2015
- Leontief, W. (1957): “Input-Output Analysis”, *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*. Ed. Aguilar, 6: 70-78.
- Llopis, Ramón (2006): “El fútbol como ritual festivo. Un análisis referido a la sociedad española”, *Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, 6: 115-132.
- López, Hibaí (2012): “El rol de los medios en la transformación del deporte en bien de consumo”, *Doxa Comunicación*, 18: 13-28.
- Meneses, Jorge A. (2008): “El fútbol nos une: socialización, ritual e identidad en torno al fútbol”, *Culturales*, 4 (8): 101-140.
- Otero, Luis E. (2003): “Ocio y Deporte en el nacimiento de la sociedad de masas. La socialización del deporte como práctica y espectáculo en la España del primer tercio del Siglo XX”, *Cuadernos de Historia Contemporánea*, 25: 169-198.

- Pedrosa, Rosario y J. Antonio Salvador (2003): “El impacto del deporte en la economía: problemas de medición”, *Revista Asturiana de Economía*, 26: 61-84.
- Sánchez, J.M., et al. (2003): “El valor de un equipo para una ciudad”, A Coruña: Diputación Provincial.

ANEXO I: TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTAS

FICHA TÉCNICA

DATOS DE LA ENTREVISTA:

Fecha de la entrevista: 16/05/2015	Código: 01 C1
Lugar: A Coruña	Duración: 20'

DATOS DEL ENTREVISTADO:

Nombre: Óscar
Sexo: Masculino
Año de nacimiento: 1958
Vinculación con el R.C Deportivo: Aficionado y socio

OBSERVACIONES:

--

Entrevistador: *Bueno, hola Óscar. Estoy haciendo una investigación sobre el impacto socioeconómico que tiene el Deportivo en Coruña. Te agradecería que me dedicases unos minutos para hacerte unas preguntas sobre tu punto de vista...eh... sobre diferentes aspectos que me servirían de gran ayuda. ¿Empezamos?*

Óscar: Empezamos

E: *Bueno, lo primero que te quiero preguntar es si al vivir en Coruña te sientes identificado con el Deportivo.*

Óscar: Sí que me siento identificado con el Deportivo

E: *¿Por qué?*

Óscar: Es el equipo de mi ciudad, de toda la vida. Lo llevo siguiendo desde...desde que está...desde que estuvo en Segunda División tantos años y desde que era un niño.

E: *Vale. ¿Y crees que el Deportivo afecta de alguna manera a la imagen fuera de la ciudad?*

Óscar: Claro que sí. Es como una especie de bandera de la ciudad. Además representa...eh...La Coruña se conoce en muchos sitios gracias al Deportivo y es bueno para la ciudad que el Deportivo esté en Primera División y, bueno, cuando jugó la 'Champions' no diga...no digamos.

E: *Entonces, ¿crees que afecta positivamente, no? A la imagen de la ciudad*

Óscar: Claro que sí que afecta positivamente. Y afecta negativamente si no... si desaparece, por ejemplo, o baja a Segunda División no es lo mismo que esté en Primera, claro.

E: Vale, bueno... ¿asistes habitualmente a los partidos que el Deportivo disputa en Riazor, como socio que eres?

Óscar: No muy habitualmente, pero de vez en cuando voy a... voy a Riazor. Lo que pasa que bah...por desgana y por verlo en el salón, allí que se está muy cómodo (risas).

E: Vale, eh... ¿compras o has comprado recientemente algún producto relacionado con el Deportivo, como por ejemplo camisetas o bufandas? Recientemente o los últimos años.

Óscar: Habitualmente no compro nada del Deportivo, pero bueno... cuando tengo que hacer algún regalo o me hacen algún regalo pues... sí, puede... puede estar algún artículo del equipo, del Deportivo.

E: Bueno, y en este aspecto, en el tema del 'merchandising' y los productos que tiene el Deportivo o, indirectamente a través de otros campos, ¿piensas que el Club puede afectar directamente al empleo en la ciudad?

Óscar: Hombre eh... no sé en qué porcentaje puede afectar al empleo en la ciudad, pero no creo que el 'merchandising' y la venta de productos del Deportivo cree demasiado empleo.

E: Pero bueno, aunque no sea a través del 'merchandising'... a través de otros campos, por ejemplo.

Óscar: Hombre, yo supongo que a través de toda la estructura del equipo, en relación con el equipo mismo o todas las empresas auxiliares (eh... pues empresas que le venden productos al Deportivo, que le hacen gestiones...) hombre, siempre es... siempre es bueno y creará empleo, claro. No sé en qué porcentaje, lo desconozco totalmente.

E: *¿Y qué negocios dirías que obtienen mayores beneficios a través del Deportivo en La Coruña?*

Óscar: *¿Qué negocios? Hombre, uno de los negocios eh... sería la hostelería porque siempre que hay partido del Deportivo bueno, pues la gente va a Riazor y lo celebra, incluso viene gente de fuera y para en los restaurantes y... y se toman las cervezas y comen fuera y después no sé, pero empresas auxiliares del Deportivo pues también. Yo que sé, la... los que llevan el manimien... el mantenimiento del estadio, el mantenimiento de... de las escuelas deportivas... supongo que en eso también afectará.*

E: *Aham... vale. ¿Has salido alguna vez o saldrías alguna vez por las calles y negocios de la ciudad para celebrar algún logro del Dépor? Por ejemplo, un título o un ascenso.*

Óscar: *Sí, claro.*

E: *¿Sí? ¿Y a dónde fuiste?*

Óscar: *Bueno, a donde fue todo el mundo: a María Pita cuando logramos la... la Liga y... eso fue... una 'pasada', y también cuando le ganamos al Madrid el "centenariazo" (risas).*

E: *O sea, que incluso saliste a celebrar eh... algún logro eh... sin ser en Riazor el partido y eso, ¿no?*

Óscar: *Sí, claro. Sin ser en Riazor, sí.*

E: *¿Y a qué sitios acudiste así que... consumieras o que gastaras en...?*

Óscar: *Es más. Tengo una anécdota, eh... que esa la cuento siempre, que es en el año... creo que fue en el año 83, 1983, cuando jugamos contra el*

Rayo Vallecano... ¿Rayo Vallecano 'fuera'? Creo que sí. Que empatamos... o sea, teníamos que... sólo... nos valía empatar para...para subir a Segun... a Primera División y... y perdimos con el Rayo. Pues lo... lo habíamos ido a celebrar (risas) y nos habíamos 'pegado' una mariscada que no veas, y después...

E: *¿Aun habiendo perdido?*

Óscar: No, no. Fue antes de...

E: *¿Antes del partido?*

Óscar: Antes del partido. Ya lo dábamos por hecho. Una gran "putada" (risas).

E: *(Risas) pues sí, la verdad. Eh... bueno, por otro lado, ¿qué beneficios o consecuencias negativas piensas que tiene la ciudad a causa del Dépor? Cosas negativas.*

Óscar: ¿Cosas negativas?

E: *Sí.*

Óscar: Hombre, puf... no sé. Si el equipo... va mal...

E: *Pero yendo bien el equipo. No me refiero a si desaparece o va mal, eh... costes que el equipo... que la ciudad puede tener a... a causa del Dépor...algo... externalidades negativas ¿no? Que pueda tener la ciudad a causa del Deportivo. No todo es... son ingresos, a lo mejor ¿no? O beneficios económicos.*

Óscar: Pues eh... lo desconozco, pero a ver eh... una cosa negativa pues... hay mucha gente que no ve con buenos ojos que... que, por ejemplo, se

utilice el estadio de Riazor, que pertenece a todos los coruñeses y que lo utilice el Deportivo. Eso podría ser un aspecto negativo, pero bueno... también es un... un... el equipo también pues... le da vida a la ciudad y la conocen a través de... del equipo mismo en otros países, sobre todo cuando... cuando va bien, claro. Y negativo... pues no lo sé. Pues que corten las calles y aparcamiento en... en... en los... en los días de partido. No sé, a eso a lo mejor habría que buscarle una solución.

E: *Aham. Bueno, respecto a las Instituciones... ¿crees que el Ayuntamiento de La Coruña, la Diputación o la Xunta de Galicia deberían apoyar más o menos al Deportivo?*

Óscar: Yo creo que el Ayuntamiento, la Diputación y la Xunta de Galicia debería de apoyar más al Deportivo.

E: *¿Por qué?*

Óscar: Porque es un equipo que representa a la Comunidad Autónoma gallega y creo que no se está tratando... o sea, no sé por qué pero yo pienso que hay otr...otros equipos en Galicia que son 'mejores' tratados por parte de las Instituciones que el Deportivo.

E: *¿Por ejemplo?*

Óscar: Hombre, yo creo que el Celta fue mejor tratado que el Deportivo por parte de la Xunta, por ejemplo (risas) y por parte de su Ayuntamiento.

E: *Aham. Eh... bueno, ¿qué te parece que un día de partido se lleven a cabo diferentes dispositivos de emergencias, seguridad o limpieza financiados por fondos públicos?*

Óscar: Eso es el aspecto negativo del que hablábamos antes.

E: *O sea, eh... puede haber gente en Coruña que no le guste el fútbol y está pagando todo eso. ¿Eso qué te parece?*

Óscar: Nada. Me parece que es una eh... que... aporta más cosas positivas que negativas, quiero decir... que el hecho de que el Deportivo juegue y... y funcione como equipo y como Sociedad, y que vaya bien, que esté en los puestos más altos de la Primera División da más beneficios a la ciudad que... que aspectos negativos. Aunque no a todo el mundo le guste el fútbol, claro (risas).

E: *Aham. En tu caso personal, ¿por qué elegiste el Deportivo, que es un Club modesto y por ejemplo no elegiste otro como... como el Madrid o el Barcelona, que son más mediáticos?*

Óscar: A ver, yo elegí el Deportivo porque es el equipo de mi ciudad y porque es el... el que tengo más cercano, igual que también soy del Atlético de San Pedro (risas) que... que es el de mi aldea, o sea que...

E: *O sea que ¿de dónde dirías que viene tu admiración por el Deportivo? Es algo familiar, por ejemplo...*

Óscar: Hombre, mi padre era socio del Deportivo. Fue socio durante muchos años, eh... fui... fui con él a los partidos, a Riazor, fui a “especial de niños” mucho...muchas veces y, quiero decir, porque me gusta el fútbol y era el equipo de mi ciudad.

E: *Aham. Bueno, ¿qué haces para ver los partidos cuando el Deportivo juega fuera de casa o cuando no asistes al estadio?*

Óscar: Pues... muchas veces los veo en el bar con los amigos y otras veces los veo en casa eh... perfectamente en... en mi casa.

E: *O sea que...está un poco dividido, ¿no? Entre bar y casa.*

Óscar: Sí, sí... o sea no... no sé qué porcentaje es de casa y de bar, no lo sé. Depende del día (risas).

E: *Cuando vas a... al estadio en un día de partido, por ejemplo, ¿sueles aprovechar para realizar alguna compra o para reunirte con otras personas en cafeterías o bares cercanos al estadio eh... justo antes del partido o unas horas antes del partido?*

Óscar: No, eh... raramente... de compras no voy, pero alguna vez sí quedo con... con otra gente, sí.

E: *Quedas por eh...antes de...*

Óscar: Antes del estadio, o sea antes de entrar

E: *O sea, en... en los bares de... por allí del estadio, ¿no?*

Óscar: Sí, sí.

E: *Y...bueno, en caso...en caso de que esta respuesta fuera "positiva", como lo ha sido, eh... ¿acudes normalmente a esta zona de la ciudad para estar en esa cafeterías o bares o solamente acudes cuando hay partido, o sea si no hay partido sueles ir a esa zona de Coruña, a Riazor, a esos bares hasta... a 'tomar algo'?*

Óscar: No, no... habitualmente... a ver, sí voy de vez en cuando, pero no... no... no siempre.

E: *Si no hay partido no frecuentas esa zona, ¿no?*

Óscar: Si no hay partido, no.

E: Eh... bueno, en caso de asistir a estas reuniones, así antes o durante un partido del Deportivo... no tiene por qué ser en Riazor, pero bueno... si ponemos el caso de Riazor mejor... en general, alguna reunión relacionada con el equipo... ¿qué tipo de gente dirías que predomina en los bares o en las cafeterías antes del partido?

Óscar: Pues yo diría que lo que predomina es gente joven y... lo cual me alegra mucho porque bueno... se nota que el equipo pues... es querido en la ciudad por los jóvenes que son... son los... los futuros socios y los futuros y presentes asistentes al... al estadio y eso es bueno para la ciudad porque, bueno, hay una continuidad. Los mayores somos más...más conservadores y a lo mejor no... yo cuando era más joven también hacía lo mismo que hacen ahora los jóvenes: quedaba con mis 'colegas' y nos... y nos reuníamos antes de ir al partido.

E: Vale, bueno, ¿los partidos los ves sólo, en pareja, con amigos, con familiares...?

Óscar: Hombre... en principio lo... los veo, o sea en la... en la zona del estadio normalmente no estoy en mi puesto. Siempre estoy con mis... con mis 'colegas'.

E: O sea, con amigos, generalmente, ¿no?

Óscar: Con amigos, sí. Generalmente sí.

E: Vale. ¿Y te preocupas en saber con antelación qué día y a qué hora jugará el Deportivo el siguiente partido para así hacer planes u organizarte de alguna manera?

Óscar: Eh... sí, suelo... suelo preocuparme, pero bueno no... tampoco eh... o sea, no... no baso mis planes en en... en que juega el Deportivo. No es... No es el... no soy un forofo de decir "bueno, cuando juega el Deportivo

no tengo otros planes nada más que ir para el Deportivo". Puede ser que no vaya a jugar a... a ver al Deportivo y tenga otros planes.

E: *Vale. Como socio que eres, y muy simpatizante del equipo, ¿afecta en tu vida cotidiana una victoria o una derrota o, en general, el resultado que logre el Deportivo una jornada o una temporada, por ejemplo... un descenso o un ascenso...? ¿Eso afecta en tu vida personal?*

Óscar: Sí, claro que afecta. Siempre estoy más contento cuando gana el Deportivo y estoy muy descontento si baja a Segunda División, claro... (risas). Sí que afecta, estoy... además me afecta bastante, eh... (risas).

E: *¿Y haces un seguimiento diario o constante sobre la actualidad del Deportivo, por ejemplo... pues en la prensa, en Internet...?*

Óscar: Sí, sí. Suelo leer en la prensa... todos los días leo las noticias que salen sobre el Deportivo y a veces... eh... miro cosas en Internet, pero bueno... en la prensa diariamente sí me preocupo y además en varios... en varios medios eh...no... o sea, no leo sólo un periódico. Incluso puedo leer periódicos que no son de... de Coruña, por ejemplo el 'Marca' o el 'As' a ver lo que dicen sobre nuestro equipo.

E: *O sea que el... el mayor seguimiento que haces es a través del periódico, digamos... o sea, Internet o algún otro medio...*

Óscar: Internet sí, pero menos.

E: *Vale y... bueno, ya por último, eh... te quería preguntar si... si realizas alguna vez o has realizado algún desplazamiento a otra ciudad con motivo de un partido del Deportivo, es decir, para presenciar algún partido del Depor o...*

Óscar: Sí, sí.

E: ¿Sí?

Óscar: Ahora no, pero... recuerdo varios partidos que fuimos a ver al Deportivo eh...un...una... un fiasco importante también fue un partido que fuimos a ver a Oviedo, que si hubiésemos ganado también ahí hubiésemos subido a Primera División. Claro, estamos hablando de que yo seguía más al Deportivo cuando era más joven que ahora. Ahora me acomodé, pero cuando era joven sí lo iba a ver a ciertos sitios, sobre... más bien cercanos, claro no... no lejos.

E: *Pero bueno, digamos que el desplazamiento sería con motivo de ver el partido del Dépor únicamente.*

Óscar: Sí, sí. Sí, con motivo de ver el partido, sí.

E: *Vale, bueno, pues eso es todo. Muchas gracias por tu tiempo.*

Óscar: De nada.

FICHA TÉCNICA

DATOS DE LA ENTREVISTA:

Fecha de la entrevista: 16/05/2015

Código: 02 C2

Lugar: Oleiros

Duración: 17'

DATOS DEL ENTREVISTADO:

Nombre: Patricia

Sexo: Femenino

Año de nacimiento: 1991

Vinculación con el R.C Deportivo: No aficionada

OBSERVACIONES:

Entrevistador: *Buenas tardes, Patricia. Estoy haciendo una investigación sobre el impacto socioeconómico que tiene el 'Dépor' en Coruña. Te agradecería que me dedicases unos minutos para hacerte unas preguntas sobre tu punto de vista acerca de algunos aspectos que me servirán de gran ayuda. ¿Empezamos?*

Patricia: Sí

E: *Vale. Lo primero que te quería preguntar es si al vivir en Coruña te sientes identificada con el Deportivo.*

Patricia: Sí. Sí, de hecho, sin ser una gran seguidora del fútbol y de "tal" ... dentro de todas las noticias deportivas que escucho estoy mucho más pendiente de las del Dépor y... pues cuando hay polémica o hay algún problema con el equipo sí que me suelo enterar. Y que me... incluso me influye, o sea... me enfado... con lo que pasó con 'Jimmy' estuve enfadada, o sea es una cosa que me sentó mal, me dolió y no soy una gran aficionada tampoco.

E: *Aham. ¿Y crees que el Deportivo afecta de alguna manera a la imagen de Coruña fuera de la ciudad?*

Patricia: Sí

E: *¿En qué sentido dirías?*

Patricia: Tanto... no la imagen del... del equipo que refleje... o sea, no que la imagen del equipo refleje la imagen de la ciudad, sino como que, por ejemplo, ahora mismo tener un equipo en 'Primera' influye mucho sobre todo a nivel económico, o sea... que vengan aficionados pues a lo mejor de otros equipos como puede ser el Madrid o del Sevilla o del 'Barça'... que venga a Coruña los negocios locales los notan un montón, o sea... el turismo sube con las visitas de los equipos visitantes. Y eso es bueno para la ciudad.

E: *Sí, pero... ¿tú crees que la imagen de Coruña la modifica el Deportivo de alguna manera, o sea... la imagen de la ciudad?*

Patricia: Sí, sí porque incluso, volvemos a lo mismo, lo que pasó con 'Jimmy' sí que hubo una especie de cruz negra en los informativos sobre la ciudad de La Coruña y se nos tachó un poco de que apoyábamos a los 'ultras' o que apoyábamos la violencia, que es algo absurdo, pero sí que si viene, al final todo viene relacionado con el Deportivo. No es el Club, son los hinchas pero sí se hace una imagen equivocada de la ciudad.

E: *Aham. O sea, que influye bastante.*

Patricia: Influye, influye.

E: *Bueno, ¿asistes habitualmente o alguna vez a los partidos del Dépor? (En Riazor, claro)*

Patricia: Sí, sí...a... a lo mejor, ¿qué puedo decirte?, tres o cuatro partidos por temporada, más o menos.

E: *Vale, ¿y compras o has comprado recientemente algún producto relacionado con el Dépor, como por ejemplo camisetas, bufandas...?*

Patricia: Sí, sí... tengo la mala costumbre de regalarle a mi novio cosas del Dépor (risas).

E: *Vale... ¿piensas que el Club puede afectar directamente al empleo en la ciudad?*

Patricia: Sí

E: *¿En qué sentido?*

Patricia: Pues, lo que hablamos antes: el... el tener un equipo en Primera, como es ahora mismo, para mí genera turismo, genera visitas de los aficionados de otros equipos, que influyen en la hostelería muchísimo (las zonas de alrededor del estadio, o sea... hay bares cerca del estadio que sólo abren para los partidos), el empleo dentro del estadio, el mantenimiento del estadio, el empleo en los bares del estadio... todo eso está influido directamente por... por el equipo, por la existencia del Deportivo.

E: *Aham. Vale, ¿y qué negocios dirías que obtienen mayores beneficios a través del Dépor en Coruña, en general?*

Patricia: La hostelería. Para mí la hostelería es el principal. Y después, pues sí tienes pequeños negocios de alimentación, a lo mejor, cercanos... tiendas de alimentación, incluso supermercados, eh... la típica tienda de chucherías, que hay dos o tres ya al lado del estadio (que ya está ahí porque hay fútbol, simplemente).

E: *Bueno, ¿tú has salido o saldrías por las calles y por locales de la ciudad a celebrar algún logro del Deportivo, como por ejemplo un título, un ascenso...?*

Patricia: Sí, sí. Sí, ya lo he hecho en varias ocasiones (risas).

E: *¿Y a qué sitios fuiste, entonces, si saliste varias ocasiones?*

Patricia: Pues... lo típico de ir al a Fuente de Cuatro Caminos y después pues tomar algo por la zona, incluso en la zona de Riazor (en los bares que hay en la zona de Riazor, pues parar a tomar algo) y... y ya bueno, eso “culminarlo” en la Fuente (risas).

E: *Vale, ¿crees que al tener a este equipo en la ciudad conlleva alguna consecuencia negativa?*

Patricia: Sí

E: *¿Qué se te ocurre?*

Patricia: Eh... en lo que hablábamos antes, por ejemplo, lo de que a veces pues... la visión sobre el equipo o... o la visión eh... muy conocido Lendoiro, ¿no?, de Lendoiro se ha dicho que se llevó dinero del Club, que malversó los fondos del Club, por ejemplo, pues sí que hubo aspectos que influenciaron, o sea... influyeron negativamente en la ciudad, o sea, por ejemplo, que el restaurante, que era propiedad del Club Deportivo de La Coruña haya pasado a manos de un Club, de otro Club... o sea, habla mal de... de un ciudadano de Coruña, y más siendo el presidente del equipo

de fútbol. O sea, se da como una imagen como un poco de 'caciquismo' dentro de la ciudad y se le conocieron mucho esos aspectos así de Lendoiro.

E: *O sea, que dirías que una de las consecuencias negativas puede ser que, a través del Deportivo se haya manchado la imagen de la ciudad.*

Patricia: No. No tanto como mancharse la imagen de la ciudad, o sea yo no lo llevaría a tal punto, no lo llevaría a tal punto pero sí que muchas veces... eh... la imagen del equipo de fútbol refleja un poco el estatus de la ciudad. Por ejemplo, se asocian los grandes equipos o los equipos que más dinero tienen o que mejor están posicionados en la Liga con los equipos de las ciudades más grandes de España. En el caso de Coruña, tenemos el mismo efecto pero a nivel contrario, o sea, un equipo más modesto que en su momento fue muy grande pero que ahora mismo está sin fondos, está "tal"... que sí que se puede asociar un poco, a lo mejor inconscientemente, a que ese equipo refleja la realidad de esa ciudad, que es una ciudad que fue muy buena pero ahora está más de capa caída.

E: *Aham. Vale, ¿crees que el Ayuntamiento de A Coruña, la Diputación o la Xunta de Galicia deberían apoyar más o menos al Deportivo?*

Patricia: Más

E: *¿Deberían apoyarlo más?*

Patricia: Sí

E: *¿Por qué?*

Patricia: Hombre, porque yo creo... para mí, como ciudadana, me parece que es el equipo más importante de Galicia. Históricamente hablando es el equipo más importante de Galicia, tiene más historia que los otros equipos. Entonces, pues... por Comunidades eso se hace, o sea, en Valencia hay un montón de equipos, pero el Valencia es el equipo por excelencia. En Andalucía hay un montón de equipos, pero el Sevilla es el Sevilla... En Cataluña hay muchos, exactamente, pues en Galicia

también... está el... “Sporting de Ferrol” o... el Racing de Ferrol o el... el Celta o el que quieras, pero realmente el equipo que tiene más historia es el Deportivo, pues debería tener un... un apoyo de las Instituciones.

E: *Vale. Y bueno, al vivir... tú vives en Coruña, ¿qué te parece que un día de partido se lleven a cabo diferentes dispositivos de emergencias, de seguridad, limpieza... que están todos financiados por fondos públicos?*

Patricia: Me parece bien. Me parece bien como cualquier otra competición deportiva, o sea... a mí hace un par de semanas me cortaron la calle y me prohibieron “desaparcar” el coche porque había una maratón. Entonces me parece exactamente igual de bien que se haga por cualquier competición deportiva, igual que si es una causa solidaria o lo que sea, quiero decir... que la gente comparta una afición y que mueva a La Coruña, que mueva a toda la ciudad me parece perfecto, y al fin y al cabo las Instituciones y los Servicios Públicos están para ayudar y para... para tener a los ciudadanos en orden y que todo funcione bien.

E: *¿A pesar de que haya ciudadanos a los que no les guste el fútbol directamente y tengan que pagar eso, que lleva un coste bastante elevado, te parece bien igual?*

Patricia: Sí. Sí porque también hay ciudadanos que jamás pisarán un jardín y se arreglan los jardines con los impuestos de esos ciudadanos... y habrá ciudadanos que, no sé, que haya ciertos... siempre hay Servicios Públicos que no utilizas y se subvencionan igualmente por los fondos públicos, porque para eso es una sociedad democrática, igualitaria. O sea, todos tenemos que subvencionar... o sea, habrá gente que tenga un seguro privado y va a la Sanidad Pública y otros que pagan el “público” y van al privado... quiero decir, es que eso está para eso (risas). A mí me parece bien.

E: *Vale. ¿A ti te gusta el fútbol?*

Patricia: Sí... (duda entre risas). Sí, podríamos decir que sí. No soy una gran aficionada pero puedo ver un partido y algo entiendo.

E: *Vale. ¿Qué prácticas de ocio haces en la ciudad, que no sea el fútbol?*

Patricia: Pues... a mí me gusta mucho lo que es la zona del centro, pasear por el centro y, bueno... la zona toda de... también del Orzán y de Riazor, incluso el paseo marítimo, voy a caminar con la perra y me voy por ahí.

E: *Y, bueno... ¿harías... las prácticas que tengas de ocio, que lleves a cabo tú, las practicarías antes de asistir a un partido del Deportivo? ¿Harías eso antes que ir al estadio, por ejemplo, te gusta más?*

Patricia: No. O sea, yo por ejemplo no soy socia porque tampoco tengo una afición... o sea, no soy tan aficionada como para... para pagar el bono y ser socia, pero realmente si pudiera... a lo mejor si tuviera suficiente dinero para permitirme el bono y para pagarlo, sin que fuera un coste que me supon... que me... no sé, sí que iría, o sea a mí me gusta. Iría al estadio, aunque ya no sea sólo por el fútbol, me gusta el ambiente también.

E: *Vale, ¿y te agrada que el Deportivo gane los partidos y que le vaya bien?*

Patricia: Por supuesto, por supuesto, vamos...

E: *¿Por qué? ¿Por qué dirías que te gusta que le vaya bien?*

Patricia: Hombre, para mí es un orgullo. Quiero decir... es el equipo de mi ciudad. Es que... extrapolándolo a otro nivel, es como si España gana las Olimpiadas, o sea... quiero decir, a nivel orgullo lo local siempre me tira más que lo Comunitario y que lo nacional. Primero prefiero Coruña, luego Galicia y luego España, entonces para mí que gane el Dépor es... vamos...

E: *Aham. ¿En tu círculo familiar y en el social conoces a gente que le guste el Deportivo y que asista habitualmente a los partidos?*

Patricia: Sí, sí. Además bastante gente.

E: *¿Y esta gente intenta que participes en charlas relacionadas con el equipo, que les des tu opinión acerca de él, etcétera...?*

Patricia: Sí (risas). Sí, de hecho yo creo que la afición del Dépor es bastante incisiva en ese tema, o sea les gusta mucho hablar del Dépor a todas horas.

E: *Vale, cuando el Deportivo disputa un encuentro en Coruña, cuando juegan en casa, en Riazor, ¿te afecta o te condiciona de alguna manera a tu vida cotidiana?*

Patricia: No. No, a ver... depende. Si tienes que pasar, tienes que ir a Labañou (risas), pues vas a tener atasco. Tienes que coger la Ronda de Nelle o la Ronda de Outeiro en ciertas horas y vas a tener atasco, que tampoco es una cosa descomunal...

E: *O sea, que... ¿te podría condicionar?*

Patricia: Me podría condicionar, pero no me molesta. Me condiciona pero no me molesta.

E: *Pero te condiciona*

Patricia: Sí

E: *¿Y es una condición negativa? Es decir, ¿el tráfico es algo que, a lo mejor, te puede causar contratiempos?*

Patricia: Sí. Sí, me puede causar alguna molestia, sí, un contratiempo.

E: *Muy bien, pues nada más. Muchas gracias por tu tiempo.*

Patricia: Pues de nada.

FICHA TÉCNICA

DATOS DE LA ENTREVISTA:

Fecha de la entrevista: 17/05/2015

Código: 03 C2

Lugar: Oleiros

Duración: 13'

DATOS DEL ENTREVISTADO:

Nombre: Lucía

Sexo: Femenino

Año de nacimiento: 1985

Vinculación con el R.C Deportivo: No aficionada

OBSERVACIONES:

Entrevistador: *Hola Lucía. Estoy haciendo una investigación sobre el impacto socioeconómico que tiene el Deportivo en Coruña y te agradecería que me dedicases unos minutos para hacerte unas preguntas sobre tu punto de vista acerca de diferentes aspectos que me servirán de gran ayuda. ¿Empezamos?*

Lucía: Vale.

E: *Bueno, lo primero que te quería preguntar es si al vivir en Coruña te sientes identificada con el Deportivo.*

Lucía: Sí, inevitablemente porque todo el mundo habla del Deportivo, las fiestas del Deportivo, tal... aunque no me guste el fútbol ni sea muy “fan” del fútbol, sí.

E: *Bien, ¿y crees que el Deportivo afecta de alguna manera a la imagen de Coruña fuera de la ciudad?*

Lucía: Sí, sobre todo en Galicia. Más que nada, lo típico... bueno, Coruña es el Dépor y... sobre todo por las disputas, ¿no? del Dépor, el Celta... y todo eso. A nivel de España pues la verdad es que no lo sé, igual no tanto, pero en Galicia sin dudarlo.

E: *Vale. ¿Asistes habitualmente o alguna vez a los partidos del Dépor en Riazor?*

Lucía: Alguna vez muy puntual he ido.

E: *O sea, que no vas habitualmente...*

Lucía: No.

E: *¿Y compras o has comprado recientemente algún producto relacionado con el Dépor, por ejemplo, camisetas, bufandas...?*

Lucía: No, yo no.

E: *Aunque no sean para ti.*

Lucía: No (risas).

E: *Vale, ¿y piensas que el Club puede afectar directamente al empleo en la ciudad?*

Lucía: Pues la verdad... no sé qué decirte. Hombre, sí, si realmente fuera... joba, si fuera un mejor equipo, ¿no? en plan el Madrid o tal pues sí, yo creo que generaría también que la gente viniera más, si fueran partidos más importantes, sí que generaría empleo o incluso en los locales que hay pues que tengan más gente, pero bueno actualmente... bueno, un poquito (risas).

E: *Vale. ¿Qué negocios dirías que obtienen mayores beneficios a través del Dépor en Coruña?*

Lucía: Los bares de alrededor son los que más. Y luego pues los sitios que vendan las camisetas y... o incluso las "chuches" y eso, cerca del estadio...

E: *Aham. ¿Has salido o saldrías por las calles y negocios de la ciudad a celebrar algún logro del Dépor, como un título o un ascenso?*

Lucía: Sí (risas). He ido en los... ¿dos ascensos? ¿Han sido dos?

E: *¿Los dos ascensos?*

Lucía: Sí

E: Sí.

Lucía: Y la Liga y eso... que fue hace muchos años. Sí que fui.

E: *¿Y a dónde fuiste?*

Lucía: A Cuatro Caminos.

E: *Sobre todo... o sea, sobre todo estuviste por las calles, ¿no?*

Lucía: Sí, sí, por la calle.

E: *¿Y por locales y eso?*

Lucía: Eh... no, vas a locales a lo mejor a pedirte una cerveza o algo y te vas fuera, así...

E: *Aham. ¿Y qué consecuencias negativas piensas que tiene la ciudad a causa del Dépor?*

Lucía: Yo creo que negativas, la verdad... ninguna. Bueno, vale, sí... cuando vienen, pues precisamente los del Celta, alguna pelea, "te rompo el escaparate", pero bueno... aquí... poquito, ¿no? Bueno o pintadas también, que hay muchas pintadas cerca del estadio.

E: *¿Crees que el Ayuntamiento de La Coruña, la Diputación o la Xunta de Galicia deberían de apoyar más o menos al Dépor de lo que lo apoyan?*

Lucía: Hombre, es que ahora mismo no sé tampoco hasta qué punto lo apoyan, pero no porque sea el Dépor, deberían apoyar a todos los equipos de... hombre, aquí en Coruña evidentemente el Ayuntamiento que apoye al Dépor, pero sí, yo pienso que sí porque nos beneficia a todos.

E: *¿Por qué nos beneficia a todos?*

Lucía: Económicamente. Igual que... bueno, aquí ahora porque puf... pero, por ejemplo, cuando juega el Dépor contra el Madrid... aquí viene muchísima gente, vienen a pasar el fin de semana, a comer, a salir de fiesta, eso... “dinerito” ...

E: *Vale. ¿Qué te parece que un día de partido se lleven a cabo diferentes dispositivos de emergencias, seguridad o limpieza financiados por fondos públicos?*

Lucía: Bueno, nunca lo había pensado, la verdad... pero bueno, seguridad, sí, me parece bien porque siempre... “tal”, pero bueno... pues no sé, no estoy muy de acuerdo pero tampoco estoy muy en contra en el sentido de: como también viene gente de fuera, pues mira... ve la ciudad un poco más “mona”, por así decirlo (risas), pero bueno...

E: *Lo que quiero decir es que hay gente a la que no le gusta el fútbol, que vive en Coruña como tú, por ejemplo, que no sois habitualmente asistentes al estadio y que estáis pagando algo que no... que a vosotros no os afecta directamente.*

Lucía: Ya, hombre... yo entiendo que a gente le moleste y... se cabree y tal. A mí, la verdad, no me... no me... no me importaría porque también es algo que disfrutan todos, ¿sabes?

E: *¿Qué prácticas de ocio llevas a cabo en la ciudad?*

Lucía: ¿De ocio?

E: *Sí.*

Lucía: ¿Como salir y así?

E: *Lo que hagas que para ti sea ocio dentro de la ciudad.*

Lucía: Pues salir de fiesta, ir de compras... ¡ir de compras es ocio!, eh... paseos (sobre todo el Monte de San Pedro) y eso... algún picnic, así...

E: *¿Y alguna práctica de ocio que conlleve, por ejemplo, consumir, aparte de salir de fiesta que me imagino que consumirás?*

Lucía: Hombre, realmente siempre acabas consumiendo. Aunque vayas a dar un paseo por ahí al aire libre, siempre... “bueno, ahora nos vamos a tomar un helado o un... tal”. Yo creo que siempre acabas consumiendo.

E: *Entonces, cualquiera de estas cosas las practicarías antes de ir a un partido del Dépor...*

Lucía: Sí.

E: *Vale. ¿Te agrada que el Dépor gane partidos y que le vaya bien?*

Lucía: Sí, por supuesto.

E: *¿Por qué?*

Lucía: Porque es eso... aunque no soy fan del fútbol es... “¡ay el Dépor, el equipo de mi ciudad, qué bien!” pues... “¡está en Primera!” o... “¡va muy bien en la Liga, qué emoción!”. Aparte es eso, bueno... ahora mismo no, pero cuando mejor vaya es eso... imagínate en Madrid... el Real Madrid. Pues los partidos que tienen en Madrid y los turistas que tienen en Madrid... pues quién nos lo diera a nosotros cuando haya partidos...

E: *Sí, bueno... ¿en tu círculo familiar y social conoces a gente que le guste el Dépor y que asista habitualmente a los partidos?*

Lucía: “Toooda” mi familia...

E: *¿Y ellos intentan que participes en charlas, por ejemplo, relacionadas con el equipo o que les des tu opinión acerca de él?*

Lucía: No, porque saben que paso. No... no lo intentan. Hablan delante de mí, pero yo ya paso de eso.

E: *Bien, ya por último... cuando el Deportivo disputa un encuentro en Coruña, ¿te afecta o te condiciona de alguna manera en tu vida cotidiana?*

Lucía: Sí, al tráfico. El tráfico es lo principal. O las calles cortadas o lo que sea...

E: *O sea, que dirías que afecta más que nada al tráfico y tema de circulación de automóviles, ¿no?*

Lucía: Sí, o incluso... vamos a cenar... a lo mejor te gusta un sitio cerca del estadio, vamos a cenar y dices “pues ya no podemos ir ahí porque va a estar a reventar”, o aparcar o salir de la ciudad o entrar... imposible.

E: *Vale, bueno pues esto es todo. Gracias por tu tiempo.*

Lucía: Gracias a ti.

FICHA TÉCNICA

DATOS DE LA ENTREVISTA:

Fecha de la entrevista: 21/05/2015

Código: 04 C2

Lugar: Oleiros

Duración: 14'

DATOS DEL ENTREVISTADO:

Nombre: Denis

Sexo: Masculino

Año de nacimiento: 1993

Vinculación con el R.C Deportivo: No aficionado

OBSERVACIONES:

Entrevistador: *Bueno, hola Denis.*

Denis: *Hola*

E: *Estoy haciendo una investigación sobre el impacto socioeconómico que tiene el Deportivo en Coruña y te agradecería que me dedicases unos minutos para hacerte unas preguntas sobre tu punto de vista acerca de algunos diferentes aspectos que me servirán de gran ayuda. ¿Empezamos?*

Denis: *Sí, cuando quieras.*

E: *Bueno, lo primero que te quería preguntar es si al vivir en Coruña te sientes identificado con el Deportivo de alguna manera.*

Denis: *Sí, claro que me siento identificado. Cuando... cuando salgo fuera de Coruña más que... más que nada, más que otra cosa. Cuando salgo fuera de Coruña y veo alguna referencia al... al Deportivo pues siempre... siempre tira un poco.*

E: *O sea, que... crees que el Dépor afecta, de alguna manera, a la imagen de Coruña fuera de ella...*

Denis: *Sí, claro. Sí.*

E: *¿En qué sentido?*

Denis: *(Resopla)... ¿En qué sentido...? Pues no “te” sabría decir...*

E: *Vale, bueno... ¿asistes habitualmente a los partidos (o alguna vez) que el Dépor juega en Riazor?*

Denis: *No, prácticamente nada.*

E: *¿Pero has asistido alguna vez?*

Denis: He asistido alguna vez, acompañando a algún amigo y eso... y bien, pero no... no soy un habitual ni mucho menos.

E: *Aham. ¿Y compras o has comprado recientemente algún producto relacionado con el Deportivo como camisetas, bufandas o algún accesorio, aunque no fuera para ti?*

Denis: Sí, para regalar a... a algún niño, a algún primo pequeño que tengo y eso... alguna camiseta...

E: *Vale. ¿Piensas que el Club puede afectar directamente al empleo en la ciudad? ¿Puede crear empleo a través... o sea, se puede crear empleo a través del Deportivo en la ciudad?*

Denis: Hombre, imagino que sí porque cuanta más gente traiga al estadio o al... pues supongo que el sector servicios se verá... se verá, ¿no? Bueno, no me sale la palabra... supongo que... que se verá afectado. No sé cómo se dice, tú sabrás mejor que yo... expresarte...

E: *¿Qué negocios dirías que obtienen mayores beneficios a través del Dépor en Coruña?*

Denis: Pues... la hostelería en general, eh... hoteles, cervecerías, restaurantes, la gente que se desplace a ver el Dépor al estadio, la gente que... el Dépor o el equipo que... ¿no?

E: *¿El equipo visitante?*

Denis: El equipo visitante, claro.

E: *Vale. ¿Has salido o saldrías por las calles y por los locales de la ciudad a celebrar algún logro del Dépor, como por ejemplo un título o un ascenso?*

Denis: Sí, claro. Claro que saldría porque... pues siempre es un... siempre es una alegría, ¿no? para la ciudad.

E: *¿Y a dónde fuiste esas veces que saliste?*

Denis: ¿A qué locales?

E: *Sí, bueno... las zonas de Coruña, a qué calles, a qué locales... ¿qué zonas frecuentaste?*

Denis: A Cuatro Caminos, a la fuente, lógicamente, a... no sé, pues por allí...

E: *¿Consumiste algo en algún bar, por ejemplo...?*

Denis: Cerveza. 'Estrella Galicia' (risas).

E: *Vale, entonces fuiste a algún local de tipo... hostelería*

Denis: Sí, cervecerías, más que nada.

E: *Vale. ¿Qué beneficios o... bueno, más que beneficios, qué consecuencias negativas piensas que obtiene la ciudad a causa del Dépor?*

Denis: ¿Negativas?

E: *Sí*

Denis: Hombre, negativas... puede ser... puede ser cuando hay algún tipo de follón relacionado con... relacionado con ¿no? con las aficiones... pues es una mala prensa eso siempre en el resto de España, pero... pero no creo que tampoco traiga muchas malas... mucho más allá que eso.

E: *Aham. Vale, ¿y crees que el Ayuntamiento de Coruña, la Diputación o la Xunta de Galicia deberían apoyar más o menos al Deportivo de lo que lo apoyan ahora?*

Denis: Tampoco estoy muy enterado de lo que lo apoyan ahora, pero... eh... siempre debería apoyarlo, yo creo, ¿no?

E: *¿Por qué?*

Denis: Porque es un equipo... un equipo de la ciudad, de... que ha conseguido cosas, que ha... ¡joe! Siempre hay que apoyar... siempre hay que apoyar estas... no sé, estos Clubes de la ciudad, digo yo. Sea el Deportivo y sean otros Clubes...

E: *¿Pero por qué hay que apoyarlos?*

Denis: Porque el deporte en la ciudad es muy... es un valor muy importante, ¿no? creo...

E: *Vale. ¿A ti que te parece que en un día de partido en la ciudad se lleven a cabo diferentes dispositivos de emergencias, de seguridad o de limpieza que están financiados por fondos públicos, o sea... por el Ayuntamiento, básicamente?*

Denis: ¿Me podrías repetir? (risas)

E: *Sí. ¿Qué te parece que en un día de partido se lleven a cabo diferentes dispositivos de emergencias, de seguridad o de limpieza que están financiados por fondos públicos?*

Denis: Pues que si son necesarios me parece totalmente lógico, como otro tipo de evento que se... que se financien porque se está gastando un dinero público pero también estará trayendo consumo, como dijimos antes, en cervecerías, en cosas que... pues, por un lado entran y por otro salen, o sea como en todo... como en cualquier evento, digo yo...

E: *O sea, puede haber gente, como tú, por ejemplo, que no asistís al estadio, incluso hay gente que... pues que no le gusta el fútbol, lo odia... y que está pagando eso “de su bolsillo”, digamos, a través de...*

Denis: Sí, pero esa gente también tendrá familiares que trabajen en hostelería o que trabajen en “tal” que... que... que al... que bueno, que es una fuente más de ingresos para la ciudad, supongo, en... en esos sectores y la ciudad tendrá que... que ayudar.

E: *Vale. ¿Te gusta el fútbol?*

Denis: No

E: *¿Y qué prácticas de ocio llevas a cabo en la ciudad?*

Denis: ¿Qué prácticas de ocio? Pues... la vela en el “Náutico” de La Coruña, el gimnasio...

E: *¿Qué más? ¿Algo más?*

Denis: Y... salir a correr por la ciudad, por el paseo, que tenemos un paseo muy bonito...

E: *Y bueno, ¿practicarías esto antes de asistir a un partido del Dépor, no? Cualquiera de estas cosas. Te llamaría más hacer este tipo de cosas antes que ir al estadio...*

Denis: *Sí, sí. A mí sí, pero bueno...*

E: *Vale, ¿te agrada que el Dépor gane partidos y que le vaya bien?*

Denis: *Sí, claro. Sí (risas)*

E: *¿Por qué?*

Denis: *Pues porque, como te dije antes, pues uno siempre se siente identificado con el Dépor. Aunque no te guste el fútbol es un... un icono más de tu ciudad, un... no sé, siempre es agradable que... deportista, que un Club de tu ciudad... le vaya bien, ¿no?*

E: *Aham. ¿En tu círculo familiar y social conoces a gente que le guste el Deportivo y que asista habitualmente a los partidos?*

Denis: *Sí*

E: *¿Y esta gente intenta que participes en charlas relacionadas con el equipo o que les des tu opinión acerca de él?*

Denis: *A veces sí, a veces sí...*

E: *Vale, bueno y ya por último... cuando el Dépor disputa un encuentro en Coruña, ¿te afecta o te condiciona de alguna manera en tu vida cotidiana todo lo que rodea al partido, por ejemplo, la previa, la... el... los minutos posteriores, no sé... te afecta de alguna manera en tu vida cotidiana?*

Denis: Normalmente no me suele afectar... normalmente no me suele afectar, hombre a veces siempre... a veces siempre... siempre hay más tráfico, más "caravana" y... y por el partido, pero bueno, no me suele afectar de una manera importante. O sea, prácticamente nada.

E: *O sea, digamos que no te condiciona...*

Denis: No me condiciona nada, no.

E: *Vale. Bueno, pues esto es todo. Muchas gracias por tu tiempo.*

Denis: Pues nada. Gracias a ti.

FICHA TÉCNICA

DATOS DE LA ENTREVISTA:

Fecha de la entrevista: 21/05/2015

Código: 05 C1

Lugar: A Coruña

Duración: 15'

DATOS DEL ENTREVISTADO:

Nombre: Borja

Sexo: Masculino

Año de nacimiento: 1989

Vinculación con el R.C Deportivo: Aficionado y socio

OBSERVACIONES:

Entrevistador: *Hola Borja. Estoy haciendo una investigación sobre el impacto socioeconómico que tiene el Deportivo en Coruña. Te agradecería que me dedicases unos minutos para hacerte unas preguntas sobre tu punto de vista acerca de diferentes aspectos que me servirán de gran ayuda. ¿Empezamos?*

Borja: Vale

E: *Bueno, lo primero que te quiero preguntar es, si al vivir en Coruña o cerca de Coruña, te sientes identificado.*

Borja: Me siento muy identificado, ya que es el Club de mi ciudad, eh... lo he vivido desde pequeño asistiendo o viendo partidos y las celebraciones en la ciudad y sí, me siento muy identificado con el Club.

E: *Vale, ¿y crees que el Deportivo afecta de alguna manera a la imagen de Coruña, fuera de la ciudad? Afecta positiva o negativamente...*

Borja: Sí, afecta, sobre todo, positivamente por los logros deportivos que ha tenido ante equipos tanto nacionales de nivel como internacionales y, por ejemplo, una persona inglesa que a lo mejor Coruña no la sitúa muy bien en el mapa, a lo mejor sí que la sitúa gracias al Club.

E: *Aham. Bueno, ¿asistes habitualmente a los partidos del Deportivo cuando juega en Riazor?*

Borja: Sí. Asisto a todos, eh... soy socio desde hace 15 años.

E: *Vale. ¿Y compras o has comprado recientemente algún producto relacionado con el Dépor? Por ejemplo, alguna camiseta, una bufanda... algo así que sea de 'merchandising' del Dépor.*

Borja: Sí, suelo comprar casi todos los años la camiseta... la camiseta de esa temporada. Alguna cosa más, a lo mejor... alguna sudadera, eh...alguna bufanda... cosas del estilo.

E: *Vale, eh... bueno, ¿piensas que el Club puede afectar directamente al empleo en la ciudad?*

Borja: Sí, creo que sí. Sobre todo al sector de la hostelería, ya que a los partidos se desplaza mucha gente. Gente que viene de otra ciudad aquí y... y bueno, cogen, alquilan habitaciones para pasar la noche, van a comer a restaurantes, consumen en los bares y... creo que tiene impacto, sí.

E: *Pero ¿crees que afecta directamente al empleo de la gente que vive en la ciudad, es decir, que puede afectar... pues que puede producir empleo, por ejemplo?*

Borja: La verdad ahí creo que no mucho. Quitando ahora que se me ocurra personal del Club y... y poco más no, no creo que afecte mucho.

E: *¿Qué negocios dirías que obtienen mayores beneficios a través del Deportivo en Coruña?*

Borja: La hostelería.

E: *Sobre todo la hostelería, ¿no?*

Borja: Sobre todo la hostelería, sí...restaurantes....

E: *¿Y alguno más que se te ocurra? Bueno, sobre todo la hostelería ¿no?*

Borja: Sí, hostelería, sí. Ahora mismo no se me ocurre ninguno más.

E: *Bueno, ¿has salido o saldrías por las calles y negocios de la ciudad a celebrar algún logro del Deportivo, por ejemplo, un título, un ascenso...?*

Borja: Sí. He salido en varias ocasiones a celebrar algún título, algún buen resultado en la temporada... sí, he salido varias veces.

E: *¿A qué sitios fuiste?*

Borja: Pues... a la Plaza de... a la "Plaza" de Cuatro Caminos, que es donde se celebra por tradición los logros deportivos del Club y, bueno, luego por la zona de locales nocturnos, que se reúne toda la gente a celebrarlo también.

E: *Vale, ¿y qué consecuencias negativas piensas que puede obtener la ciudad a causa del Deportivo? ¿Piensas que puede tener alguna consecuencia negativa?*

Borja: Consecuencia negativa... bueno, el fútbol es un deporte muy de sentimientos y... y bueno, como en todas las aglomeraciones de gente, cuando se mueve tanta gente siempre pasan cosas que no deberían pasar, a lo mejor se ensucia de más la ciudad, algún altercado... algún altercado que siempre es normal porque con tanta gente...

E: *¿Crees que el Ayuntamiento de Coruña, la Diputación o la Xunta de Galicia debería apoyar más o menos al Deportivo, de lo que lo apoya?*

Borja: Creo que debería apoyarlo más porque está demostrado por números que salen en periódicos que... que en ciertos...en ciertos enfrentamientos trae mucha gente a la ciudad que... a lo mejor te llena un fin de semana la ciudad de... de turistas y el impacto económico creo que es importante.

E: *¿Y qué te parece que en un día de partido se lleven a cabo diferentes dispositivos de emergencia, seguridad o limpieza que están financiados por fondos públicos?*

Borja: Me parece normal porque, al fin y al cabo, esos servicios se tienen para otros eventos, ya sean conciertos o... bueno, todo... todo tipo de eventos.

E: *Sí. En este caso eh... bueno, más que nada se puede preguntar porque hay gente que no le gusta el fútbol y está pagando esos servicios que no usa ni disfruta, ¿entonces qué te parece eso?*

Borja: Bueno... en ese caso... todo el mundo... si nos ponemos a pensar así estamos pagando cosas que no... que no nos gustan, no... no queremos disfrutar.

E: *Vale, bueno ahora te voy a hacer unas preguntas más relacionadas con el Dépor. ¿Tú por qué elegiste el Dépor, que es un Club modesto, y no otro Club más mediático como puede ser el Madrid o el Barcelona?*

Borja: Lo elegí por tradición familiar. Mi familia fue lo que me enseñó, aparte me coincidió de pequeño, que coincidió con la... cuando yo era niño coincidió con la época más... de mayores logros deportivos por parte del Club, en ese momento se codeaba con los más mediáticos y...y bueno, todo ayudó un poco, pero sobre todo la... el ser el equipo de mi ciudad.

E: *Entonces, ¿de dónde dirías que viene tu admiración, o sea... “la raíz” de todo?*

Borja: De mi familia

E: *¿La familia? Vale. ¿Qué haces para ver los partidos cuando el Dépor juega fuera de casa o cuando no asistes al estadio?*

Borja: Pues... suelo verlos en la cafetería, en casa de un amigo... por Internet...

E: *Aham, pero... ¿sobre todo?*

Borja: Sobre todo...

E: *¿Si tuvieras que elegir uno de esos sitios?*

Borja: ¿Como preferido o...?

E: *No, lo que más haces...*

Borja: En el bar, quizás.

E: *Vale. ¿Sueles aprovechar un día de partido para realizar alguna compra o para reunirte con otras personas en cafeterías o bares cercanos al estadio de Riazor antes del partido?*

Borja: Sí. Suelo aprovechar con los amigos que voy al estadio... a lo mejor quedamos para... para tomar algo antes del partido o... para comer si nos queda bien de hora. Solemos hacer algo antes.

E: *Sobre todo por la zona de Riazor, ¿no?*

Borja: Sí. Siempre por la zona de Riazor.

E: *Siempre, vale. ¿Y acudes normalmente a esa zona de la ciudad para estar en esas cafeterías o bares si no hay partido del Dépor?*

Borja: No, nunca.

E: *Nunca, vale. Bueno, cuando asistes a estos sitios, a las cafeterías, bares, antes o durante un partido del Dépor eh... ¿qué tipo de gente dirías que predomina en estas reuniones?*

Borja: *¿En la gente... con la que yo estoy o...?*

E: *No, en general. ¿Qué tipo de gente ves, qué perfil?*

Borja: *De todo tipo... de todo rango de edades. De niños a gente mayor, matrimonios, grupos...*

E: *¿Dirías que hay más hombres, más mujeres...?*

Borja: *Más hombres. Diría que hay más hombres, grupos de pandillas, de gente joven...*

E: *¿Los partidos los ves sólo, en pareja, con amigos, con familiares...?*

Borja: *Con amigos.*

E: *Con amigos, sobre todo, ¿no? Eh... ¿te preocupas en saber con antelación qué día y a qué hora jugará el Deportivo el siguiente partido, para así hacer planes u organizarte de alguna manera?*

Borja: *Sí, siempre.*

E: *Vale, bueno esta pregunta ya es un poco más personal... ¿afecta en tu vida cotidiana una victoria, una derrota o, en general, el resultado que logre el Deportivo una jornada o una temporada? porque por ejemplo si desciende pues ¿puede afectar bastante, no?*

Borja: Pues sí. Normalmente si pierde un partido siempre quedas algo fastidiado esos días y si gana quedas más contento y sí, afecta al estado de ánimo un poco.

E: *Vale, ¿y haces un seguimiento diario o constante sobre la actualidad del Deportivo?*

Borja: Sí, leo a diario en...

E: *¿Prensa, Internet...?*

Borja: Prensa, sí... prensa e Internet, sobre todo.

E: *Vale, prensa e Internet. ¿Realizas o has realizado algún desplazamiento a otra ciudad para ver un partido del Dépor?*

Borja: Sí. A ciudades cercanas de aquí... Ponferrada, Gijón...

E: *Aham. Siempre con el motivo de ver al Deportivo, claro*

Borja: Sí, claro

E: *Motivo principal*

Borja: Sí

E: *Bueno, pues eso es todo, muchas gracias por tu tiempo.*

Borja: De nada.