

**CET**

FACULTAD de  
CIENCIAS EMPRESARIALES  
y del TRABAJO de SORIA



**Universidad de Valladolid**

# IMPACTO ECONÓMICO DEL FÚTBOL EN SORIA



Dirigido por: Pablo de Frutos Madrazo

Tutelado por: Antonio de Miguel Hernando

**AUTOR: Emilio Valiente**

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN
2. OBJETIVOS
3. MARCO TEÓRICO
  - 3.1 Problemas
  - 3.2 Desarrollo de los apartados que voy a tratar (KPMG)
4. METODOLOGÍA
  - 4.1 Explicación del trabajo de campo (Fuentes consultadas, encuesta...)
5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS
6. CONCLUSIONES
7. BIBLIOGRAFÍA
8. ANEXOS

## INTRODUCCIÓN

El fútbol, sí, ese deporte tan polémico durante los últimos años y que tanta gente mueve por todo el mundo, es el objetivo de mi trabajo. La elección del tema fue uno de los momentos más difíciles en el trabajo.

Llevo jugando al fútbol desde que tenía 6 años y ha sido siempre el deporte que más me ha llamado la atención y me ha gustado. Mi padre, principalmente, ha hecho que siga jugando a fútbol en la actualidad y que el interés crezca cada año.

Además, es el fútbol es el que me ha traído hasta aquí. La ciudad donde tengo toda mi familia es Aranda de Duero, y yo vivía, estudiaba y jugaba al fútbol allí hasta hace 2 años cuando me trasladé a Soria. El CD Numancia contactó conmigo y como comenzaba el Bachillerato, tuve que trasladarme a Soria a vivir. Así, acabé en el IES Antonio Machado y comencé mi Bachillerato de Investigación y Excelencia (BIE), que me ha llevado a realizar este proyecto.

Otro aspecto que ha hecho que elija el fútbol es la controversia que está creando entre la sociedad y la economía española. Durante los últimos años están apareciendo cada vez más casos de corrupción entre futbolistas, representantes, clubes... Y eso hace que el interés por este deporte crezca. Además, cada día se recalca mucho más la deuda de los clubes profesionales españoles con la Hacienda Pública. Los grandes clubes acumulan deudas de más de 500.000€ y en los telediarios cada vez es más frecuente ver demandas en las que estos clubes se ven involucrados.

Pero el aspecto fundamental que ha hecho que lleve a cabo este trabajo sobre el fútbol, es la gran influencia que tiene en la sociedad. El fútbol aparece prácticamente en todos los aspectos de nuestra vida y cada vez se está desarrollando más. Es el deporte rey en muchos países del mundo y, ahora, con todos los partidos que se pueden disfrutar, va adquiriendo cada vez más fuerza.

Es un elemento esencial para muchas personas en sus vidas y, las grandes organizaciones lo están haciendo aún más importante. En el mes de abril de 2017 no ha habido un solo día que no haya habido un partido de fútbol en Europa, lo que hace que los seguidores cada vez lo sigan con más euforia y dediquen mucho tiempo de su vida a este deporte. Estas organizaciones (UEFA, FIFA) crean competiciones y partidos que no le permiten a la gente olvidarse del fútbol ningún día del año. En Inglaterra se juega incluso el día de Año Nuevo.

Así que, consideré que el fútbol era un tema interesante para analizar en Soria. Sin embargo, dudé, ya que muchas personas están cansadas de oír hablar sobre el fútbol. En los medios de comunicación hay largos problemas supuestamente deportivos pero que dedican más del 80% del tiempo de su programación al fútbol.

A pesar de estas dudas, el amor que le tengo a este deporte y las ganas de analizar su influencia en Soria, una ciudad que me ha acogido tan bien, hicieron que las dudas desaparecieran.

Al final, me decidí por estudiar algo relacionado con este deporte y, como estoy en el Bachillerato de CCSS, me decanté por el estudio del impacto socio-económico del fútbol en la ciudad de Soria, que es donde estudio y vivo en la actualidad.

La intención que tenía al principio del proyecto era analizar el impacto socio-económico del deporte en Soria. Sin embargo, tras unas semanas de reflexión, la decisión tuvo que ser rectificada. El análisis del deporte suponía un campo muy amplio.

La ciudad de Soria destaca por su actividad deportiva, existen clubes de prestigio nacional (CAEP Soria, CD Numancia, CD Gimnasia Soria, entre otros) en muchas de las disciplinas y fue imposible acoger toda esa información. Así, tuvimos que limitar el estudio y centrarnos en el fútbol.

La ciudad de Soria se reconoce a nivel nacional por tres elementos: el poeta Antonio Machado, el cerco de Numancia frente al ejército de Roma y el CD Numancia.

Decidí centrarme en el fútbol ya que en Soria es uno de los deportes más importantes. En una ciudad tan pequeña, que no llega a los 40.000 habitantes, la existencia de un club profesional crea mucha actividad económica y hace que para la sociedad sea un elemento muy importante.

Gran parte de la ciudadanía soriana sigue el fútbol muy de cerca y acude al estadio de Los Pajaritos para disfrutar del fútbol profesional en su ciudad. La tradición hace que el club sea tan importante. La gente iguala a los jugadores del equipo con los guerreros que lucharon contra los romanos para defender Numancia, así esa tradición hace que el CD Numancia sea tan importante en la ciudad de Soria.

### OBJETIVOS DEL TRABAJO

El trabajo tiene como objetivo determinar cuál es el impacto del fútbol sobre la economía y la sociedad sorianas a partir del análisis de los diferentes tipos de efectos: directos e indirectos.

Este trabajo consiste en analizar cómo influye este deporte en la economía, cuánto gastan los sorianos en el fútbol y en todo lo que le rodea. También se pretende observar con qué frecuencia los sorianos llevan a cabo la práctica de este deporte, en qué lugares lo realizan, número de federados etc.

Para llevar a cabo la investigación, me he basado principalmente en el libro El impacto socio-económico del fútbol profesional en España (KPMG SPORTS, Impacto socio-económico del fútbol profesional en España, 2015) del cual he utilizado información sobre la influencia del fútbol tanto en la sociedad como en la economía española en la temporada 2012/2013.

En este estudio se analizan varios aspectos que muestran la gran influencia del fútbol en la economía y sociedad española. En él se analiza tanto el impacto directo e indirecto del fútbol además de la recaudación que las arcas públicas consiguen gracias a la influencia de este deporte.

## PROBLEMAS

El principal problema de este trabajo estuvo al principio. Como ya se ha dicho anteriormente, el trabajo se tuvo que limitar. Al principio se buscó analizar el impacto del deporte en la sociedad y economía sorianas, pero se tuvo que reducir a la influencia del fútbol en estos mismos ámbitos.

El deporte en Soria era un campo demasiado amplio, ya que existen numerosos clubes de diferentes disciplinas deportivas:

- -CAEP Soria (Atletismo)
- -CD Numancia, CD San José, CD Calasanz (Fútbol)
- -CD Gimnasia Soria (Gimnasia rítmica, aeróbica, deportiva...)
- -CB Soria y CD Fuente del Rey (Baloncesto)
- -Club Balonmano Soria

Estos clubes son los más destacados, pero existen muchos más. De esta manera, el estudio se centró en los 3 clubes de fútbol, sobre todo el CD Numancia, y en las campañas deportivas de fútbol organizadas por el Ayuntamiento.

Otro de los problemas que se encuentran en estos trabajos es la falta de información precisa de campo. Las entidades a las que se acuden no están dispuestas a ofrecer todos los datos necesarios para analizar de la mejor manera posible la influencia del fútbol.

Los establecimientos que venden productos deportivos no ofrecen datos con los que se trabaje correctamente, solo ofrecen porcentajes del fútbol sobre sus ventas al igual que las empresas de transportes, que tampoco ofrecen datos precisos y dificulta mucho el análisis.

Por último, nos hemos encontrado algunos problemas de medición de los datos obtenidos. Los problemas plasmados en la obra *El impacto del deporte en la economía: problemas de medición* (Rosario Pedrosa Sanz, José Antonio Salvador Insúa, Universidad de Valladolid, *El impacto del deporte en la economía: problemas de medición*; APARTADO 5, *Problemas de medición*, 2003) son prácticamente todos los problemas a los que nos hemos enfrentado al medir la influencia del fútbol en la economía. Estos problemas son:

“1. CONCEPTUALES: son aquellos problemas que derivan de la forma de entender el deporte (concepciones europea-americana, privada-pública, centralizada-descentralizada), de las numerosas definiciones existentes sobre el mismo e inexistencia de una nítida separación entre el sector deportivo y los otros sectores relacionados con él (entretenimiento, recreación, turismo), de las múltiples funciones que cumple (educativa, sanitaria, social), de los muy variados tipos de actividades que se practican y de la dificultad de precisar algunas de sus magnitudes económicas más significativas.

2. ESTADÍSTICOS. Normalmente, las estadísticas del deporte, escasas, incompletas, deficientes y dispersas en gran número de países, se encuentran afectadas por la complejidad que reviste (amplitud, dispersión, heterogeneidad...). De hecho, a pesar de que en Europa existe mucha información sobre hábitos e instalaciones deportivas, la definición efectiva de deporte no es igual en todos los lugares, ya que cada fuente primaria saca sus datos dependiendo de lo que ellas entienden como deporte. Por tanto, son numerosas las trabas que es preciso superar para obtener una medida de su repercusión económica y social.

En este contexto de diferencias, la obtención de información necesaria sobre ciertas organizaciones demandantes u oferentes de actividades deportivas exige la realización de análisis censales, encuestas a gran escala escrupulosamente diseñadas, instrumentos de investigación calificables y verificables, entrevistadores altamente cualificados...

En ciertos casos, deben ir precedidas de entrevistas cualitativas, para ayudar al diseño del cuestionario y, en otros, de un seguimiento de los datos cuantitativos para estudiar con mayor detalle ciertos aspectos concretos.

Además, la identificación de las empresas que se dedican a la producción y comercialización de artículos deportivos y, consecuentemente, del número de empleos directos que generan, tampoco se encuentra libre de obstáculos. Por ejemplo, es muy difícil segmentarlas de manera clara, por la cantidad y variedad de sus productos, es complicado también encontrar información porque no todas se dedican solo a la producción de material deportivo. Por lo tanto, esto genera muchas más complicaciones.

3. METODOLÓGICOS: Tampoco existe una metodología óptima para evaluar ni la incidencia económica del deporte, ni su impacto. Se plantean, de nuevo, algunos problemas, como:

-La consideración de beneficios las cantidades efectivamente gastadas en una actividad o hecho deportivo y no evalúa los posibles excedentes a que pudieran dar lugar.

-Realmente, solo es correcto evaluar los referidos impactos cuando los recursos puestos en juego sean ociosos o procedan de un ámbito territorial ajeno al del sistema económico objeto de análisis, dado que, de otra forma, requeriría una evaluación de su coste en términos de usos alternativos del capital y del trabajo.

MARCO TEÓRICO

El trabajo se ha basado en dos elementos principalmente. Uno, el trabajo de la consultora suiza KPMG (KPMG SPORTS, 2015, Impacto socio-económico del fútbol profesional en España) y dos, la encuesta realizada a la población soriana (incluida en ANEXOS).

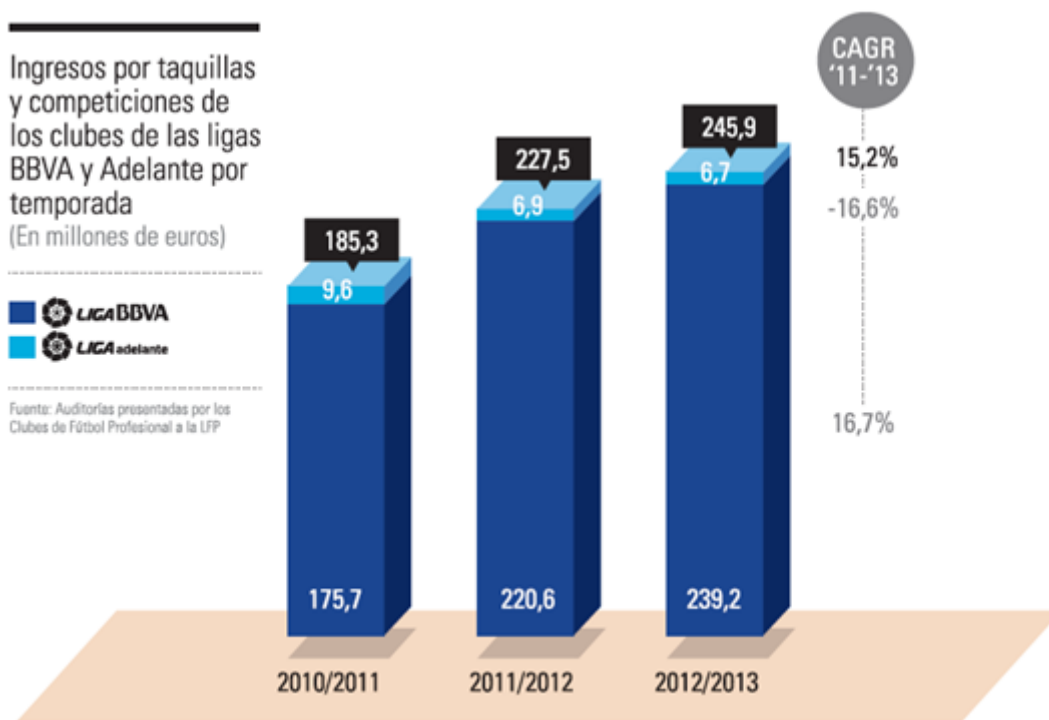
Así, primero se analizaron los apartados del estudio de KPMG, con el objetivo de establecer un guion para desarrollar nuestro trabajo. Después, se creó una encuesta y se lanzó a la población soriana, de tal manera que se obtuvieron unos resultados determinados.

Por otro lado, se contactó con el Ayto. de Soria que nos dio datos sobre las actividades municipales y se consiguieron las cuentas del CD Numancia.

Por último, se analizaron los resultados y se realizó una comparación con el trabajo de KPMG, que tiene cifras a nivel nacional. Y de ahí, se sacaron las diferentes conclusiones.

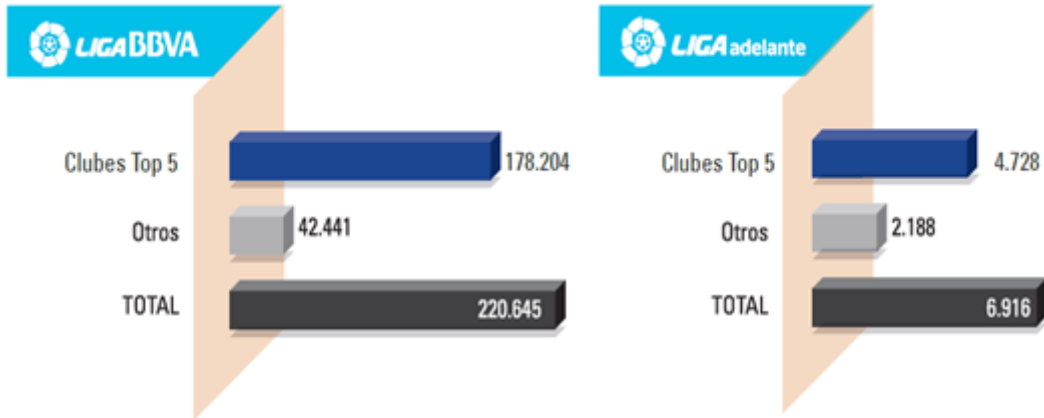
El estudio del impacto de un deporte en la economía y sociedad de algún lugar implica el análisis de factores como los siguientes, aunque por los problemas mencionados anteriormente, ha sido imposible abarcar todos estos factores, que son los que posteriormente detallaré:

TAQUILLAS Y COMPETICIONES: este es uno de los elementos más destacables dentro del gasto de la sociedad en el fútbol. Muchos de los estadios de Primera y Segunda División se llenan todos de los fines de semana que hay partido, y muchos de ellos superan las 10.000 localidades. Además, el precio de la entrada más barata está alrededor de 40 € en Primera División, y en Segunda, de 15 €.



Fuente: Análisis KPMG

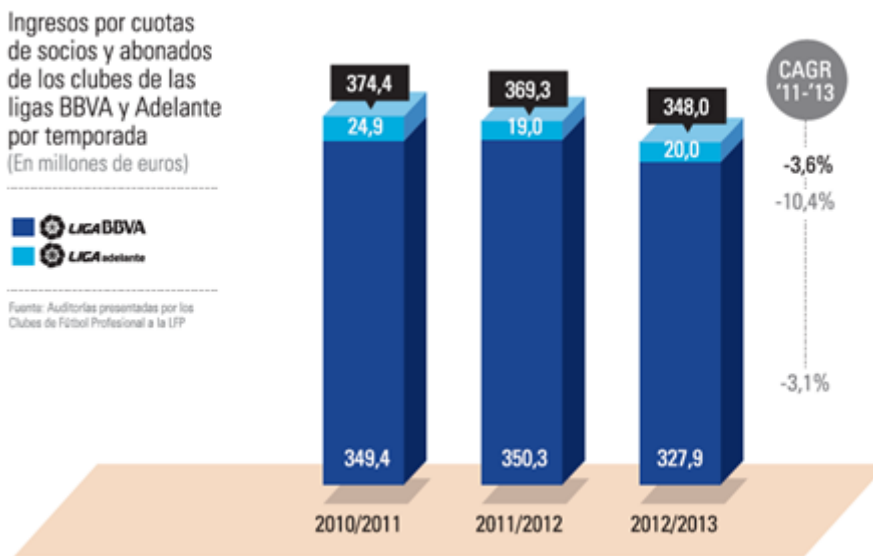




Ingresos por taquillas y competiciones de los clubes de la Liga BBVA y Adelante durante la temporada 2011/2012  
(En millones de euros)

Fuente: Análisis KPMG

·CUOTAS DE SOCIOS Y ABONADOS: otro gasto importante es el de los abonos en los clubes. En España los precios de los abonos son muy diferentes dependiendo de la categoría, el número de partidos por temporada, el seguimiento de ese equipo, la demanda de abonos..., pero la media se encuentra en 500 €, una cuota bastante elevada para los tiempos de crisis en los que se encuentra el país.

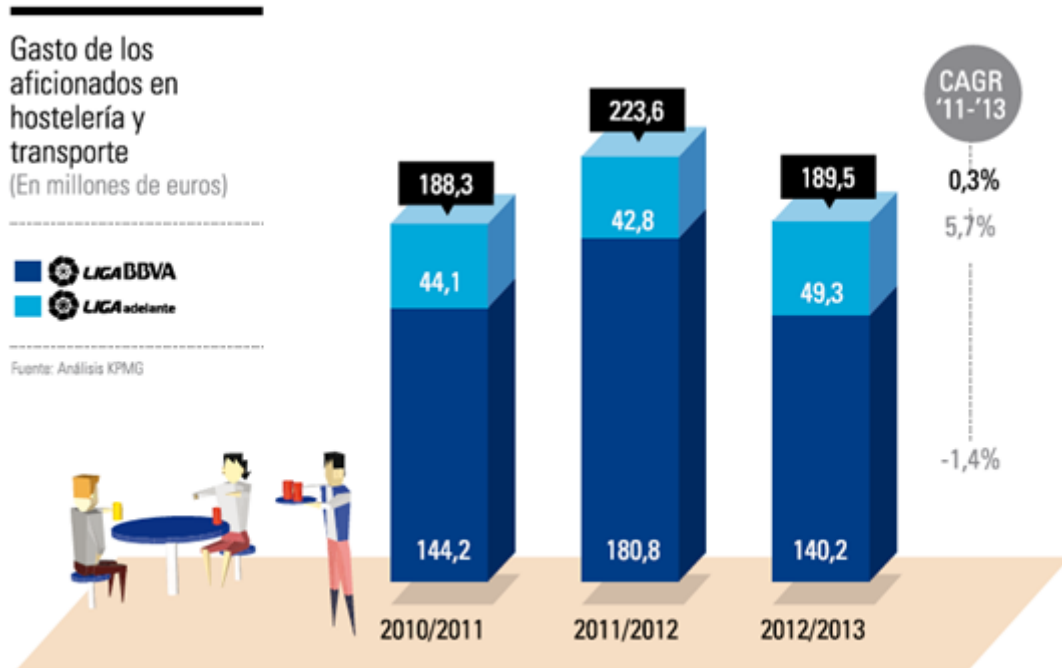


Fuente: Análisis KPMG

MERCHANDISING DE LA LFP:

“Este apartado incluye: publicidad (dinámica y estática), patrocinios, venta en tiendas... Se trata del gasto de los aficionados al fútbol en España en concepto de merchandising relacionado directamente con la LFP (balones, cromos, etc)”

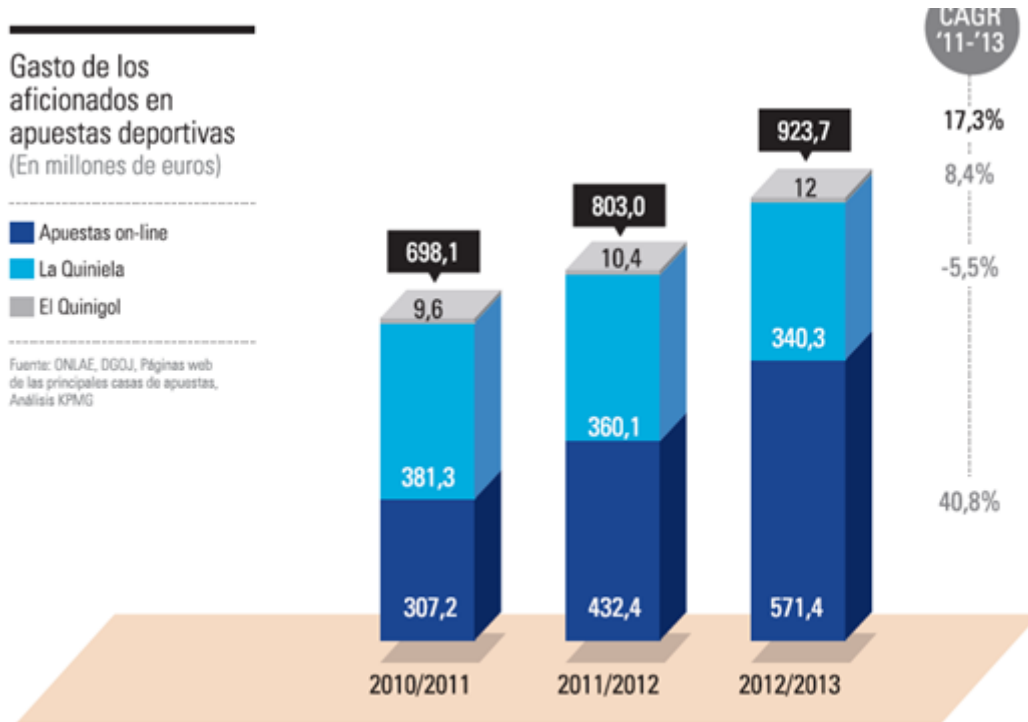
HOSTELERÍA Y TRANSPORTE: el gasto de los aficionados en hostelería y transporte incluye el gasto total en que incurren los aficionados como consecuencia de su asistencia a los estadios de fútbol en concepto de transporte (público o privado, aparcamiento...) y hostelería (comercios, bares y restaurantes, hospedaje...).



Fuente: Análisis KPMG

Estos datos se deben a que durante el año 2011/2012 se produjo un incremento del 20% en los seguidores de los campos de fútbol españoles, debido principalmente a la influencia del Campeonato del Mundo de Sudáfrica 2010, donde la selección española consiguió por primera vez en su historia ganar un Mundial de fútbol.

·QUINIELAS Y APUESTAS ONLINE: en el apartado de apuestas online y quinielas es imprescindible destacar el importante crecimiento que ha vivido en los últimos años.



Fuente: Análisis KPMG

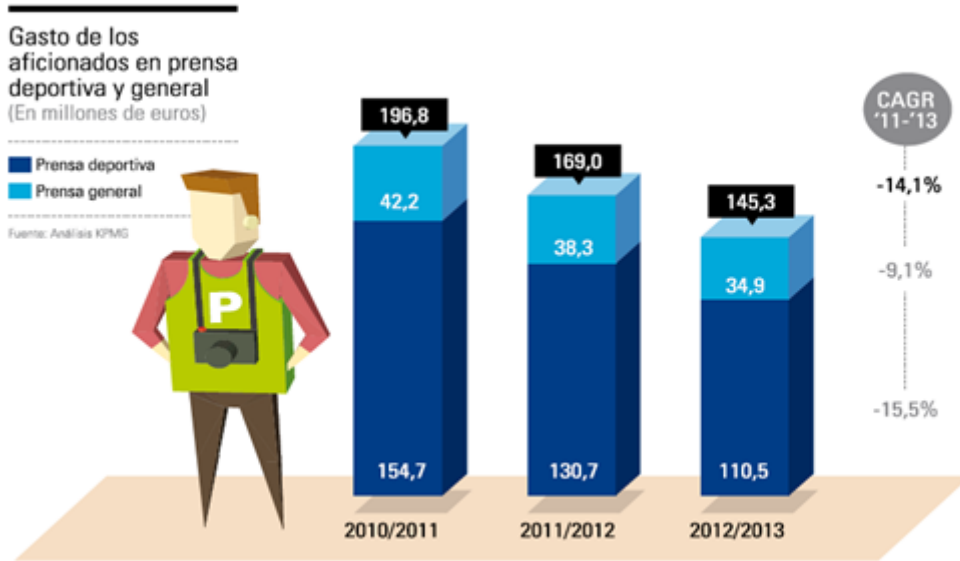
Estos datos muestran una creciente tendencia por las apuestas. La Quiniela ha perdido mucha fuerza, las nuevas tecnologías se han impuesto, la gente busca ganar dinero rápido y con mayor facilidad y las apuestas online suponen más del 50% del gasto en este apartado. El gasto en apuestas se ha duplicado prácticamente desde 2010 hasta 2013, y ha tenido diferentes causas. El crecimiento de estas apuestas online se debe principalmente a la participación de los jóvenes, los cuales se crean cuentas en casas de apuestas (bet365, William Hill, Bwin...) e invierten gran parte de su dinero en ellas. Evidentemente, esto supone un gran riesgo puesto que los jóvenes no conocen con exactitud los diferentes riesgos que conlleva la práctica en estas actividades (enfermedades, ruina económica...) y creen que conseguirán grandes sumas de dinero.

GASTO EN APUESTAS ONLINE Y QUINIELAS					
	Apuestas	Quinielas	Quinigol		TOTAL
2010/2011	307,2 M de €	381,3M de €	9,6 M de €		698.1 M de €
2011/2012	432,4 M de €	360,1 M de €	10,4 M de €		803 M de €
2012/2013	571,4 M de €	340,3 M de €	12 M de €		923,7 M de €

PRENSA: la mayoría de aficionados al fútbol adquiere prensa deportiva, pero también un gran número de ellos compra prensa general. Los periódicos deportivos de mayor tirada nacional son 4: MARCA (más de 275.000 ejemplares diarios), AS (187.000 ejemplares diarios), SPORT (95.100 ejemplares diarios) y MUNDO DEPORTIVO (más de 88.000 ejemplares al día) (DATOS SACADOS DE UN ARTÍCULO DE MARCA, DEL 2009).



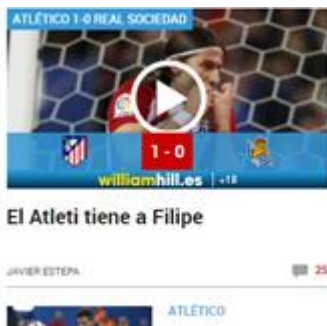
Fuente: Diario MARCA



Fuente: Análisis KPMG

Este descenso de más de 50 millones de € se debe principalmente al crecimiento de visitas a las páginas web de esos periódicos y la mejora de las mismas. En ellas se puede disfrutar de todas las noticias que aparecen en el formato tradicional y también de vídeos, fotos y comentarios de otros periodistas y especialistas, lo que hace que los aficionados se decanten por el formato digital. Por otro lado, en la página web se pueden incluir noticias instantáneamente, de manera que el acceso a la información para el lector es mucho más fácil. Y, cabe añadir, que la mayoría de estos diarios utilizan las redes sociales también como un método para informar, de manera que hay diferentes argumentos por los cuales el formato tradicional de periódico está perdiendo importancia y con ello ventas, lo que explica el descenso en gasto en prensa por parte de los aficionados españoles.

Esta importancia de las páginas web se puede apreciar, por ejemplo, el día 5 de abril de 2017. Se trata de un martes en el que hay competición de LaLiga española entre semana. A las 12.30 de la noche, los resultados de los partidos, que concretamente eran 3: Athletic-Espanyol, Betis-Villarreal y Atlético-Real Sociedad, y se habían celebrado por la tarde, ya se encontraban en la página web de Marca junto a su contenido audiovisual donde se pueden ver los mejores momentos de los partidos.





Otro palo para los béticos

Fuente: Diario MARCA

TELEVISIÓN DE PAGO:



Gasto de los aficionados en televisión de pago

■ Conceptos contabilizados en el modelo de impacto directo del fútbol profesional sobre el PIB

Fuente: Análisis KPMG

“España cuenta con 4,3 millones de abonados a las distintas plataformas de pago de televisión, (...) siendo Canal +, ONO y Movistar TV (datos de 2013) las principales con más de un 80% de cuota sobre el total de abonados en el segundo trimestre de 2014.

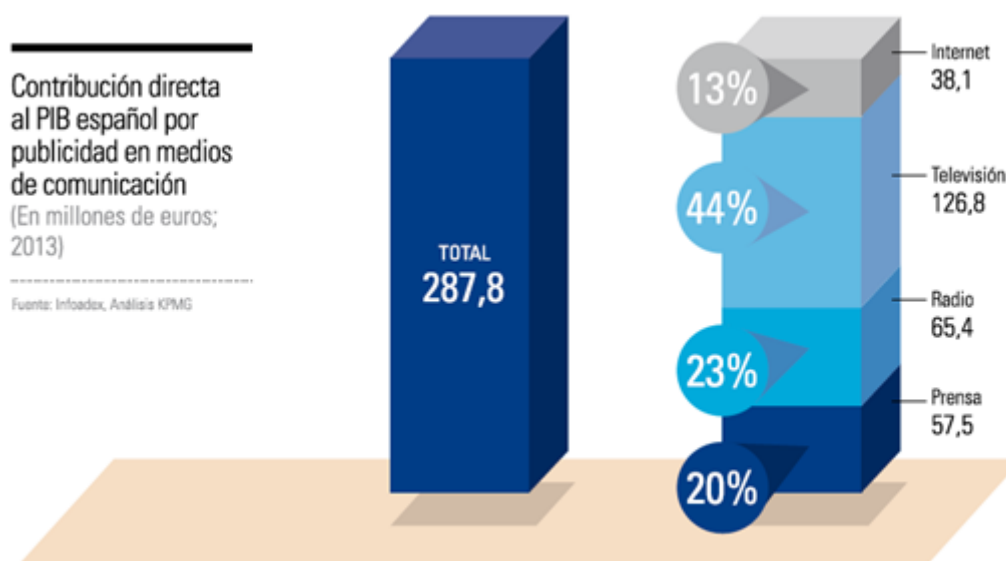
El principal consumo se produce a través de canales temáticos. En particular, en 2013, el 95% de los ingresos totales de estos operadores por contenidos de fútbol de 1ª y 2ª División correspondió a suscripciones a canales temáticos (Canal+ Liga, Canal+ Liga de Campeones, Gol TV) mientras que la modalidad de pago por visión es reducida (5% en 2013) y cada vez más residual (desde 2011 ha caído de manera sostenida un 30% anualmente). Además, determinadas plataformas nacionales de TV de pago

adquieren los derechos de retransmisión de los clubes de fútbol profesional con la posibilidad de comercializar dichos derechos con plataformas internacionales. (...)

No existen datos exactos del importe recibido por la comercialización de los derechos en el extranjero, (...). Existen estimaciones según las cuales el negocio realizado por la venta de derechos al extranjero se valora en unos 200 millones de €. (KPMG SPORTS, Impacto socio-económico del fútbol profesional en España, 2015)

ACCESO A INTERNET: el gasto aproximado de los aficionados en acceso a Internet asociado de forma directa a su interés por las ligas de fútbol profesional es de 204 millones de € en 2013, repartido al 60% entre banda ancha móvil y fija. “Estos ingresos han sufrido un crecimiento anual del 12,1% liderado por la contratación de banda ancha móvil, cuyo crecimiento alcanza el 33,7%, mientras la contratación de banda ancha fija desciende muy ligeramente durante ese mismo periodo.”

GASTO DE EMPRESAS EN PUBLICIDAD A TRAVÉS DE LOS MEDIOS:



Fuente: Análisis KPMG

“Durante la temporada 2012/2013 las empresas invirtieron casi 290 millones de € en los medios de comunicación (...). Del total de la inversión, más de 125 millones de € provienen de la retransmisión televisiva de partidos de fútbol, espacios de noticias deportivas y programas deportivos de tertulias, lo que supuso un 44% del total de la inversión publicitaria en medios. En segundo lugar, la radio ingresó durante ese mismo periodo alrededor de 65 millones de € por publicidad en horarios destinados a la emisión de contenidos relacionados con el fútbol. La prensa alcanzó unos ingresos de 57 millones de € como consecuencia del fútbol profesional de Primera y Segunda División. Finalmente, la inversión publicitaria en Internet superó los 38 millones de €.”

Así, se observa la importancia del fútbol como instrumento de promoción de las diferentes empresas españolas. Pero también se observa en un segundo plano la importancia de los medios de comunicación en el fútbol. Para este deporte son el instrumento más importante de difusión.

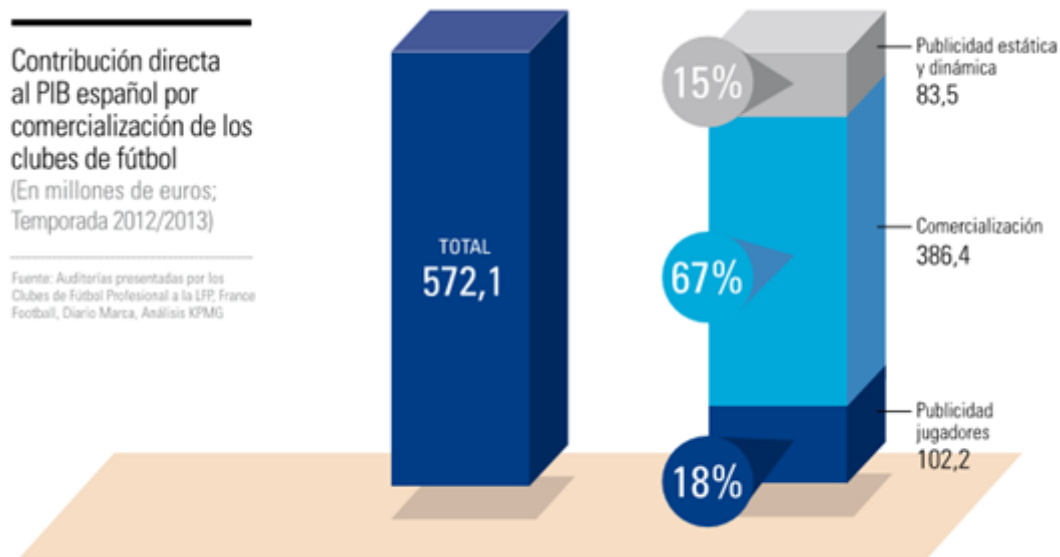
Todos los canales españoles de televisión tienen un espacio dedicado a los deportes, y especialmente al fútbol, e incluso cada año van apareciendo canales temáticos públicos donde se puede disfrutar de eventos deportivos y donde las empresas invierten mucho dinero en publicidad (GOL TV).

En la radio, todos los fines de semana por la tarde, e incluso el domingo por la mañana, las principales emisoras (SER, Carrusel Deportivo; CADENA COPE, Tiempo de Juego; RNE, Tablero Deportivo...) dedican más de 8 horas al fútbol y al deporte.

Además, los grandes periódicos deportivos (MARCA, AS, SPORT, MUNDO DEPORTIVO...) dedican la mayor parte de sus páginas al fútbol, únicamente se centran en otros deportes cuando hay algún evento importante y los españoles consiguen grandes victorias.

Y, por último, en Internet, todos los diarios que ofrecen información deportiva, la página principal habla sobre todo del fútbol.

**GASTO DE SPONSORS EN PUBLICIDAD Y PATROCINIO DE CLUBES DE FÚTBOL:** Los ingresos obtenidos por los clubes en términos de publicidad, patrocinios y comercialización alcanzaron los 572 millones de € en 2013 como consecuencia casi en un 70 % de la venta de camisetas y merchandising, cobro de royalties y patrocinios. Además, los clubes de fútbol profesional ingresaron durante la temporada 2012/2013 más de 80 millones de € en concepto de publicidad estática y dinámica en estadios e instalaciones deportivas. Finalmente, los jugadores de fútbol percibieron cerca de 100 millones de € de media por prestar su imagen a las diferentes marcas que ven en su éxito profesional una oportunidad de penetrar en la sociedad.



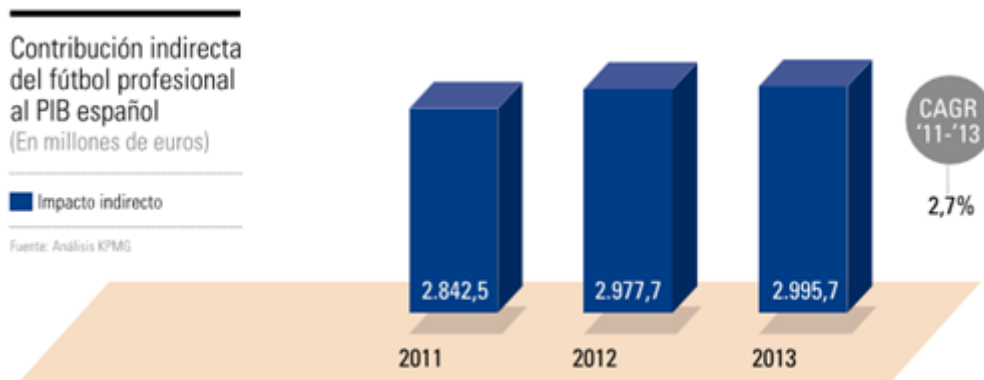
Fuente: Análisis KPMG

Todos estos resultados obtenidos son del impacto directo del fútbol en la economía, pero, por otro lado, analiza el impacto indirecto de este deporte.

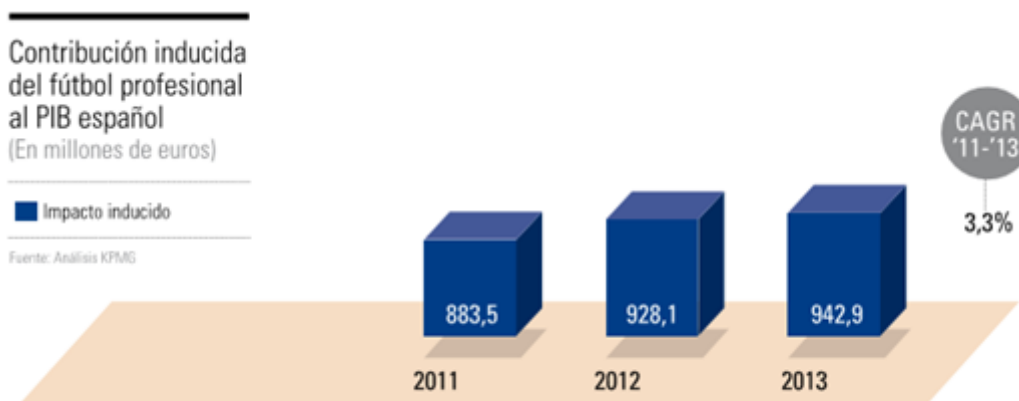


·CONTRIBUCIÓN INDIRECTA DEL FÚTBOL EN ESPAÑA

Según el estudio llevado a cabo por KPMG, la contribución indirecta del fútbol profesional al PIB español es en 2013 de 2.995,7 millones de €, creciendo desde 2011, cuando solo contribuía con 2.842,5 millones de €. Por otro lado, la contribución inducida del fútbol profesional al PIB español fue en 2013 de 942,9 millones de €.



Fuente: Análisis KPMG



Fuente: Análisis KPMG

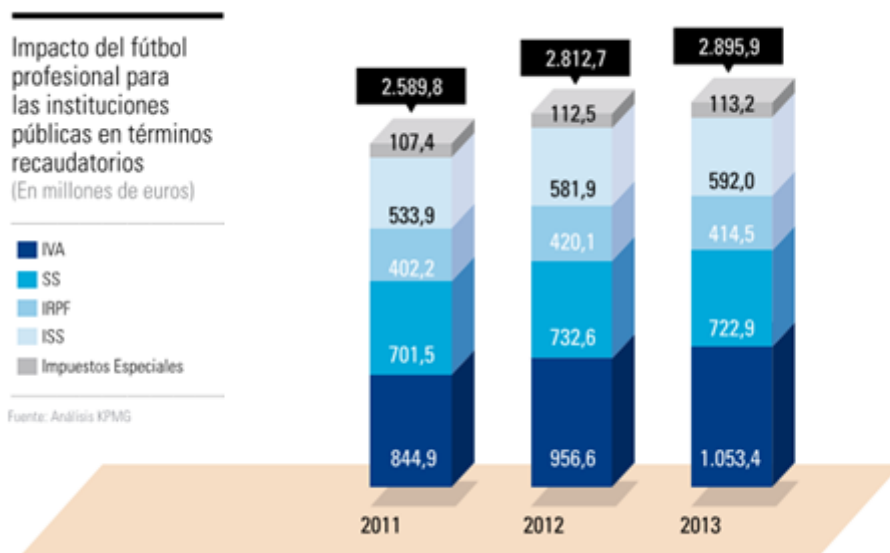
Sin embargo, el aspecto más importante es el de la creación de empleos, ya que el país se encuentra en una situación muy complicada, con una tasa de paro muy elevada. El fútbol, en 2013 creó de manera directa más de 66.000 empleos, de manera indirecta más de 60.000 y, por último, de manera inducida, creó más de 17.000 empleos, llegando así a producir en total más de 144.748 trabajos.



Fuente: KPMG

Por último, sería interesante, a pesar de que en este trabajo no se trata, analizar el impacto del fútbol profesional para las instituciones públicas en términos recaudatorios. En 2013 las arcas públicas recaudaron 2.895,9 millones de € procedentes del fútbol (1.053,4 IVA; 722,9 SS; 414,5 IRPF; 592 ISS; 113,2 Impuestos especiales).

Además, es destacable la importancia que tiene el fútbol en las arcas públicas, consiguiendo recaudar cerca de 3.000 millones de €. Esto supuso en términos de recaudación impositiva para las AAPP, un 3,8% impacto total sobre el PIB español.



Fuente: Análisis KPMG

El objetivo principal por tanto de este trabajo de impacto socio-económico es estudiar cómo el fútbol influye en la sociedad y en la economía de la ciudad de Soria basándonos en el proyecto de KPMG. Evidentemente, las limitaciones de tiempo y de información que se tienen impiden obtener todos los datos necesarios para conseguir un trabajo como el de la consultora suiza.

## TRABAJO DE CAMPO Y CONCLUSIONES

Antes de analizar la influencia económica del fútbol en Soria, primero se busca analizar el número aproximado de jugadores de este deporte en la ciudad.

Se dan cifras desde el Ayuntamiento de Soria y la FCYL (Federación de Castilla y León de Fútbol) y así se puede establecer un número aproximado.

En Soria, no solo se juega al fútbol. Sin embargo, gracias a los datos aportados por el Ayuntamiento de Soria y la Federación de Castilla y León de Fútbol se puede hacer una aproximación del verdadero porcentaje de la gente que juega al fútbol en la ciudad.

Según el Ayto. de Soria, 29.832 personas tienen tarjeta ciudadana, requisito indispensable para hacer uso de los servicios deportivos.

El deporte que destaca sobre los demás es la natación, ya que un 5% de los usuarios (1.674) están abonados a las piscinas municipales. Además, en la campaña deportiva (4.109 usuarios) se encuentran apuntados a natación con monitor 1.226 alumnos, que supone un 30% del total de inscritos a esta campaña.

El fútbol, dentro de esta campaña deportiva municipal, no tiene gran importancia, únicamente 100 niños están apuntados en la escuela de fútbol, lo que supone un 2% del total, dato que contrasta con la supuesta importancia del fútbol en Soria. Cabe añadir, como elemento comparador, que el tenis tiene incluso más importancia que el fútbol, ya que cuenta con un total de 213 alumnos (5%).

Sin embargo, además de esta campaña deportiva, el ayuntamiento organiza ligas municipales que se practican en los establecimientos sorianos. En estas ligas, hay 81 equipos en total: a una media de 15 jugadores por equipo, son 1215 jugadores en total:

·Fútbol: 22 equipos y 330 jugadores.

·Fútbol sala: 43 equipos y 645 jugadores.

·Baloncesto: 7 equipos y 105 jugadores.

·Vóley: 9 equipos y 135 jugadores.

En este caso, el fútbol sala supone más de la mitad de participantes, mientras que el fútbol supone un 27% de los participantes.

El Ayuntamiento, a su vez, posee una escuela de fútbol sala con una participación del 100% de las plazas ofrecidas. Comprende dos turnos: del 6 de octubre al 31 de enero de 2017, y del 1 de febrero al 31 de mayo de 2017. En esta escuela se pueden inscribir niños/as con edades comprendidas entre 2005 y 2010. Se desarrolla los lunes y miércoles en el pabellón de San Andrés de 17.30 a 20.30 con 100 plazas por turno, abonando cada alumno una cuota trimestral de 41€.

Así, se deduce que anualmente, 200 niños practican fútbol en algún establecimiento soriano.

Por otro lado, se organiza una liga municipal de fútbol sala. Se celebra de octubre a febrero, con una participación de 41 equipos durante los fines de semana, abonando una cantidad de 300€ por equipo. Si la media de jugadores por equipo es de 9, cada uno de ellos gasta 30€ aproximadamente.

Y, por último, también se organiza una liga municipal de fútbol, que se celebra de marzo a junio. Participan 22 equipos durante los fines de semana, abonando una cantidad de 250€ por equipo. Si la media de jugadores es de 10, cada participante gasta 25€ por participar en esta liga.

Para participar se debe ser mayor de 16 años y no estar federado en la temporada 2016/2017, en el deporte de fútbol o fútbol sala.

Según el consistorio, el objetivo de estos Juegos es ofrecer a la población soriana que está fuera de las competiciones oficiales, la posibilidad de tener una actividad deportiva continuada, más con carácter de recreación que de competición. La finalidad es intentar que toda la población PRACTIQUE UN DEPORTE.

Tras analizar estos datos, se ve cómo el fútbol sala tiene mayor importancia en las competiciones no federadas en la ciudad de Soria. En la escuela se cubren todas las plazas disponibles y, hay un mayor número de equipos en las ligas municipales. El gasto por lo tanto es mayor en fútbol sala que en el fútbol normal. Esto puede deberse al clima, muchos de los participantes buscan una actividad de ocio y recreación y, el clima soriano, el cual destaca por bajas temperaturas y fuertes rachas de viento, lo que hace que muchos participantes se decanten por la práctica de deportes en establecimientos cubiertos donde ni el frío ni las precipitaciones influyan en su práctica.

Por otro lado, también es importante la edad de los participantes. En la mayoría de los casos, los jugadores del equipo son adultos que, con la edad, van perdiendo capacidad física y prefieren un deporte donde el esfuerzo sea menor.

En lo que a los niños se refiere, otros deportes considerados menos importantes como el tenis o la natación tienen más participación que el fútbol. Esto puede producirse porque muchos de los que juegan al fútbol se encuentran ya federados en los clubes sorianos y la actividad escolar no es destacable. La natación consigue atraer el mayor número de participantes con cerca de un 30% y el tenis, sobre todo en el establecimiento del Fuente del Rey, consigue más de 200 participantes de manera anual, una cifra muy destacable.

De aquí se deduce que el fútbol en el ámbito escolar queda en un segundo plano y es, en el ámbito federativo donde gana más efectivos.

Por lo que, la práctica del fútbol no federativo no es la más importante, hay otras que destacan sobre ella.

En lo que se refiere al ámbito federativo, el fútbol gana mucha importancia y consigue un gran número de jugadores.

Según el INE, Soria posee 39.171 habitantes en 2016, de los cuales, 763 se encuentran federados en la FCYLF y participan en competiciones provinciales, regionales y nacionales representando a clubes sorianos (CD San José, CD Calasanz, CD Numancia).

Esos 763 jugadores son todos, excepto 58, menores de 19 años, de manera que me centro en la influencia del fútbol en la población joven más que en la adulta, en lo que se refiere a la práctica.

Según el INE, la población joven (entre 6 y 20 años) es de 5.768 personas. Así, las personas que juegan el fútbol de forma federada, que son 763, supondrían que un 14% aproximadamente del total de jóvenes practica fútbol de manera federada. Cabe añadir también, la campaña llevada a cabo por el ayuntamiento de Soria, donde otros 100 niños juegan al fútbol. De esta manera, se obtiene que por cada 100 jóvenes sorianos, 15 llevan a cabo la práctica de fútbol, de manera federada o no.

En lo que a población total se refiere, el fútbol federado en Soria no llega ni a un 0,02% si lo comparamos con la población total. Si a esto se le añade los participantes en las ligas municipales de fútbol y fútbol sala se consigue un total de 1.738 participantes/jugadores, que supone un 0,44% de la población practica fútbol en Soria. Se trata de una cifra aproximada, ya que no se tiene control de la población que lo practica esporádicamente y no se puede llegar a toda la población.

#### ·FRECUENCIA EN LA PRÁCTICA

En prácticamente la mitad de las familias encuestadas, alguno de sus miembros practica fútbol. La mayoría de los encuestados que juegan al fútbol lo llevan a cabo semanalmente, de tal forma que se trata de un hábito.

Para el resto de encuestados se trata de una actividad esporádica que se puede combinar con otros deportes (gimnasio, baloncesto, atletismo...) o que llevan a cabo con un fin recreativo sin una frecuencia concreta.

#### ·PRÁCTICA SEGÚN LA ÉPOCA DEL AÑO

La mayoría siente indiferencia para jugar al fútbol. Sin embargo, hay un pequeño grupo que durante sus periodos laborales prefiere centrarse en sus ocupaciones y dedica su tiempo en vacaciones para jugar al fútbol; y otro, un poco menor, que, con el objetivo de relajarse y olvidarse de sus ocupaciones, juega al fútbol durante sus periodos laborales.

Este grupo que juega en sus periodos vacacionales, aparece porque gran parte de los encuestados son jóvenes que juegan en algún club, y en verano se dedican a disfrutar y durante el año juegan con sus respectivos clubes.

## ·ACCESO A LA PRÁCTICA EN SORIA

Para saber si el fútbol es un elemento importante en la sociedad, hay que conocer si el acceso a la práctica es sencillo. Más del 90% cree que la hay gran facilidad para acceder a la práctica del fútbol. En la ciudad hay numerosos establecimientos, tanto públicos como privados, donde los ciudadanos pueden disfrutar de la práctica de este deporte. De ahí, que se haga la siguiente cuestión, si se realiza en establecimientos públicos y privados.

Cerca de un 65% utiliza los establecimientos públicos, que en este caso son: Polideportivo San Andrés, Anexo Los Pajaritos, Polideportivo Fuente del Rey entre otros. La práctica en los lugares privados es menor, evidentemente por el precio, que es mayor que la de los públicos, y por la accesibilidad. En los lugares privados los impedimentos que pueden poner los propietarios son más que en los establecimientos públicos.

En caso de que el encuestado utilizara los establecimientos públicos para jugar al fútbol, se preguntaba el número anual aproximado de las veces que lo utilizaba. Hay un gran contraste, porque un cuarto de los encuestados lo utilizan menos de diez veces, y otro cuarto lo utiliza más de 40 veces. De estos últimos, puede tratarse de los participantes en las ligas municipales organizadas por el Ayuntamiento de Soria. Otro grupo significativo es el que lo utiliza entre 20 y 30 veces, una media aproximada sería la de una vez cada semana, como ya se ha dicho, un posible grupo que cada cierto tiempo forme dos equipos y jueguen en alguno de los polideportivos. Los otros dos grupos, mucho menos significativos son más extraños, ya que no se puede establecer una frecuencia clara.

Lo que se deduce es que la gran mayoría de los encuestados que practican fútbol en establecimientos sorianos (56,8% acude más de 20 veces al año), lo hace con bastante frecuencia, acudiendo prácticamente una vez a la semana.

## ·IMPORTANCIA EN EL GASTO DE LAS DIFERENTES ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL FÚTBOL

Con el objetivo de establecer claramente cuáles eran las actividades en las que más se gasta más dinero, se preguntaba por aquellas actividades que provocaran algún gasto para los encuestados.

La gran mayoría de los encuestados gasta en prendas deportivas. Es un gasto muy importante. Para la práctica del fútbol son necesarias una serie de prendas poco duraderas. Las botas de fútbol, al ser de materiales sintéticos y muy baratas, se rompen con facilidad y es necesario comprar unas cada cierto tiempo. Por otro lado, cada equipo utiliza un chándal y una ropa reglamentaria para los partidos que se debe pagar. Así, las familias tienen que gastar una suma notable de dinero si desean acudir bien equipados a los partidos y entrenamientos.

En este apartado de material deportivo, se tienen datos de diferentes establecimientos deportivos que se verán posteriormente.

Otras actividades también tienen importancia, destacan tanto los carnets de socios como los alquileres de establecimientos deportivos, más de la mitad de los encuestados gasta en alguno de estas dos actividades. Esto puede estar justificado principalmente por carnets de socio del CD Numancia, ya que una parte destacable de la población (más de 3.000 personas), que supone casi un 10% del total, es socio del club.

En lo que a los alquileres se refiere, hemos visto anteriormente que el 64,4% de los encuestados utiliza establecimientos públicos. Estos lugares deben alquilarse con antelación, lo que explica que los alquileres tengan esta importancia.

Por otro lado, hay actividades que no son tan importantes como las mencionadas anteriormente pero que también suponen un gasto destacable para los encuestados. Las entradas a los estadios o recintos además de las cuotas por actividades extraescolares. Estas últimas se relacionan sobre todo con las

campañas deportivas organizadas por el Ayuntamiento, se trata de clases con un monitor donde los niños juegan a un deporte determinado. En Soria, existen varias actividades como tenis, natación, fútbol sala... que se practican en establecimientos públicos y por las cuales se paga una cuota trimestral.

Algunos de los encuestados, el 37,5% concretamente, gasta en merchandising, se trata principalmente de productos oficiales relacionados con LaLiga o los diferentes equipos de la ciudad de Soria. Habitualmente suelen ser regalos, son productos en los que aparece la imagen de alguno de los jugadores, de los escudos etc.

Además, un 42,7% incurre en un gasto de televisión de pago. Consiste en la contratación de las diferentes competiciones tanto nacionales como internacionales que las televisiones públicas no emiten. En este apartado, anteriormente se contrataban partidos concretos, en la actualidad se contrata una competición durante toda la temporada, incluso las propias entidades (Movistar, Ono, BeIN...) han creado canales temáticos ofreciendo siempre contenido de una única competición. Véase, BeIN LaLiga, BeIN Champions, Canal + Liga, Canal + Liga de Campeones etc.

Y, por último, las actividades en las que menos gastan los sorianos son la prensa deportiva, la hostelería y el transporte, y las apuestas y quinielas deportivas.

Ahora se analizará cada uno de los apartados mencionados anteriormente por separado:

#### ·ENTRADAS PARA PARTIDOS:

Más de la mitad de los encuestados no gasta en entradas para partidos de fútbol. Esto puede deberse al gasto en los carnets de socio, ya que si se acude a los partidos con el carnet no es necesario pagar nada, o a gente que no acude a ver los partidos. Una pequeña parte (11,1%) gasta más de 100€ anuales en las entradas, puede tratarse de gente que acude a ver partidos de clubes de los que no es socio o acompaña a su equipo por la geografía española y gasta en las entradas a los diferentes estadios. Una parte aún más pequeña gasta menos de 20€, puede tratarse de gente que acude una vez o dos al año al estadio en algún partido importante.

Y, por último, un grupo que forma el 31,9% del total, gasta entre 20 y 100€ anualmente. Puede deberse a personas que acuden al estadio en un cuarto de los partidos y que no paga el carnet de socio porque sabe que no le será rentable.

En Soria, únicamente existe un club de categoría profesional, el CD Numancia, cuyas entradas son de 25€. Pero, por otro lado, esta ciudad también cuenta con otros clubes que se encuentran en Tercera División (Numancia B y San José) a los que muchas personas acuden para disfrutar del fútbol joven soriano, y cuyo precio se aproxima a los 15/20€. Y, por último, cabe añadir el Numancia Juvenil División de Honor, la máxima categoría juvenil de España, cuyos partidos cuestan 9€.

**ABONOS DE EQUIPOS DE FÚTBOL:**

Un gran porcentaje de los encuestados no gasta en abonos de equipos, lo que explica que en el apartado de las entradas haya una gran parte de los encuestados no gaste en entradas. Se trata este gran porcentaje que no acude al estadio ni se hace socio.

Un pequeño porcentaje (15,1%) gasta más de 300€. Son personas que obtienen más de un abono de algún club como el CD Numancia o que sacan el abono de un club más grande como Real Madrid, Barcelona o Atlético de Madrid, de manera que el gasto en el que incurren es mucho más grande.

Después, existe otro porcentaje que forma el 23,3% que gasta entre 100 y 300€, se trata de personas que adquieren únicamente un abono. La diferencia de precio puede deberse a la edad del socio o de la zona del estadio donde esté ubicado. Existen en todos los clubes zonas donde conseguir un abono es más caro, se trata por ejemplo del palco presidencial o de los laterales en el primer anfiteatro, donde se consigue tener una mejor vista de los partidos.

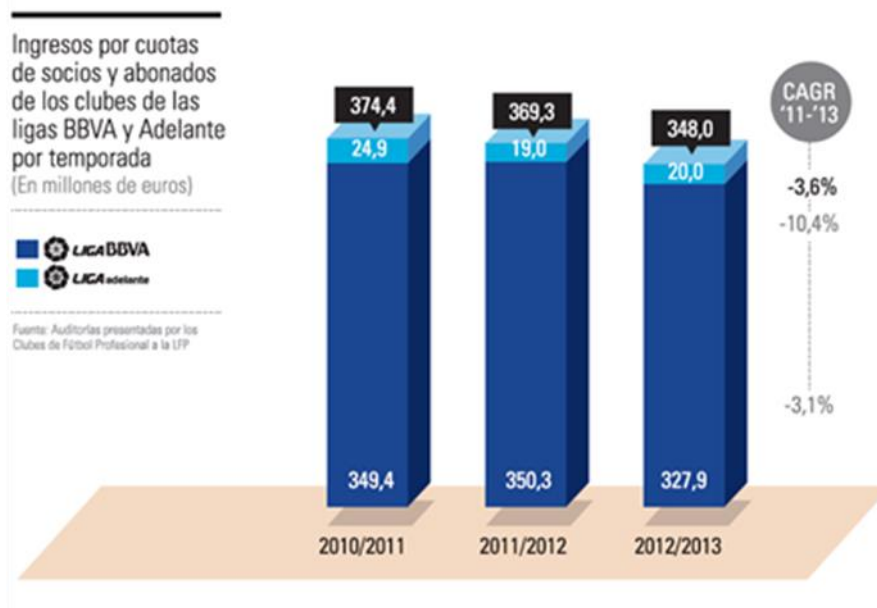


-INGRESOS POR ABONADOS Y SOCIOS DEL CD NUMANCIA: 656.697 €, que suponen un 15% de sus 4.279.398€ en ingresos. La mayoría de los ingresos provienen de la retransmisión de los partidos del club (2.730.000€). Teniendo en cuenta que el CD Numancia posee más de 3.000 socios, de los cuales un gran porcentaje son sorianos, esto supone un gasto medio de cada socio aproximadamente de 220€.

Este último grupo serían principalmente los socios del CD Numancia, ya que el gasto medio de los socios del club soriano se establece en 220€.



·EN EL CASO ESPAÑOL:



·JUEGOS ESCOLARES Y EXTRAESCOLARES:

A pesar de que en el trabajo sobre en el que se basa este trabajo, los juegos escolares son un elemento muy importante ya que se trata de una localidad, no de un país. Además, como en el trabajo de KPMG se analiza la influencia del fútbol profesional en España, los juegos escolares no se estudian, puesto que no se considera profesional.

Las familias incurren también gastos en juegos escolares organizados por el Ayuntamiento de Soria. Se trata de actividades impartidas por un monitor en los establecimientos públicos como el Polideportivo San Andrés o el Fuente del Rey. Las diferencias en cuanto al gasto se deben a los miembros de la unidad familiar. Los encuestados que tienen familia numerosa gastan más de 100€ en estas actividades al igual que los que son varios miembros, aunque estos últimos destacan más en el espacio entre 50 y 100€. Los encuestados que viven solos o con pareja no superan los 50€, ya que no existen varios miembros que gasten más en diferentes actividades.

·GASTO EN PRENDAS DEPORTIVAS:

Pocos de los encuestados incurren en un gasto anual importante, de más de 300€, en cuanto a prendas deportivas, solo un 11,3%. Se trata de familias en las que prácticamente todos sus miembros practiquen deporte y tengan que comprar productos para poder llevar a cabo la actividad bien uniformados.

El grupo más numeroso gasta menos de 100€. Puede tratarse de personas que no practican deporte o si lo practican no tienen un gasto importante en las prendas que utilizan.

Los demás incurren en un gasto anual entre 100 y 300€, forman casi un 50% del total. Se trata de familias con varios miembros en las que algunos de esos miembros practican deporte. También se trata de personas con pareja o solteros que practican deporte con mucha frecuencia y gastan una suma importante de dinero en el material.

Se tienen algunos datos aportados por dos de las tiendas de material deportivo de Soria: Forum Sport y Antón y Cacho. Según estos dos establecimientos, las ventas del fútbol no son muy importantes. En Forum Sport, el fútbol es únicamente un 6,32 % de las ventas totales, y en el Antón y Cacho, según datos aportados por los propietarios la cuota de ventas no llega al 5%. Estos últimos justifican esta situación con la importancia que está ganando Internet, que hace que la venta en las tiendas disminuya en grandes cantidades.

#### ·GASTO EN HOSTELERÍA Y TRANSPORTE:

Gran parte de los encuestados no incurre en un gasto importante en cuanto a transporte y alojamiento por la práctica de fútbol. La mayoría de personas de este grupo no gasta nada en hostelería y transporte. También son aquellos que acuden a algunos partidos fuera de casa de su equipo favorito de forma esporádica. El resto de encuestados que se encuentra entre 100 y 300€ viaja únicamente a los lugares más cercanos o acude a acompañar a alguno de sus amigos o familiares mientras este juega algún partido.

Y, el último grupo, que solo supone un 3,3%, gasta más de 500€. Puede tratarse de personas que acuden a todos los partidos fuera de casa de su equipo favorito también familiares o amigos de algunos jugadores que siguen al equipo en todos sus viajes e incluso hace noche en algún lugar.

El CD Numancia, al participar en una competición tiene que trasladarse por todo el territorio nacional para disputar sus partidos. En el apartado de hostelería y transportes gasta un total de 167.532€.

El gasto medio de los aficionados locales en hostelería llegó a la cifra de 190 millones de € en la temporada 2012/2013, correspondiendo más del 25% a los aficionados de Segunda División. El gasto medio de los aficionados locales en Primera División fue de 17€/persona, mientras que el de los visitantes ascendió a 55€/persona. En el caso de Segunda División, el gasto medio de los aficionados locales fue de 14€/persona y 32€/persona en el caso de los visitantes” (CITA TEXTUAL KPMG)

Cabe destacar que durante la temporada anterior a la ya mencionada 2012/2013, el gasto en hostelería y transporte fue de 220 millones de €, que la supera en más de 30 millones de €.

#### ·GASTO EN MERCHANDISING:

Con merchandising me refiero sobre todo de productos oficiales de los equipos destinados a ser regalos para algún amigo o familiar. Van desde camisetas y chándals de los diferentes equipos hasta tazas o bolis con el escudo de esos equipos. En este apartado, el gran grupo (36,5%) no gasta prácticamente nada o gasta muy poco.

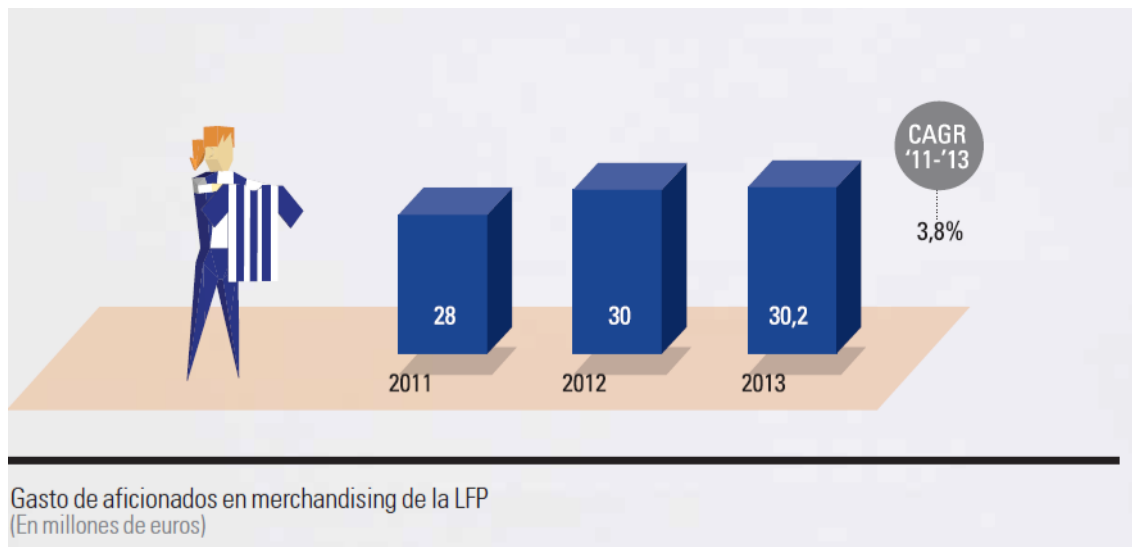
El grupo más reducido es el que más gasta, un 14,3%. Se trata de personas que compran productos oficiales de los clubes para su propio consumo o para regalarlos.

Existen otros dos grupos que gastan aproximadamente entre 20 y 100€, que suponen casi la mitad de los encuestados (49,2%).

“El gasto de los aficionados en merchandising ha ascendido durante 2011 y 2012, llegando a superar los 30 millones de euros (30,2€) en el caso español en 2013.” (KPMG SPORTS, Impacto socio-económico del fútbol profesional en España, 2015)

En lo que se refiere al CD Numancia, el club soriano ingresa en su tienda oficial y tienda online, localizada en Soria (Avda. Mariano Vicén nº 16), un total de 51.657€, que supera en más de 12.000€ el

ingreso del ejercicio anterior, donde consiguió 39.442€. Estas cifras suponen un ingreso mensual de más de 4.000€, mayoritariamente procedente de la tienda online, ya que los encuestados no incurrían en un gasto destacable en estos productos.



Fuente: KPMG

#### ·GASTO EN QUINIELAS Y APUESTAS DEPORTIVAS:

En este apartado se incluyen tanto las apuestas deportivas realizadas en casas de apuestas (Bet365, Bwin, William Hill...) como la Quiniela (Loterías Oficiales del Estado).

Un gran porcentaje (80,5%) no gasta más de 20€ al año. La mayoría de los encuestados de este grupo son personas adultas con familia numerosa o varios miembros.

Los grupos que gastan más de 100 € solo son un 7%, en su totalidad se trata de jóvenes. Todos los encuestados de este grupo tienen menos de 35 años, la mayoría son estudiantes y gastan en esta actividad porque creen que es una manera fácil de conseguir dinero sin esfuerzo. Sin embargo, al ser jóvenes e inexperimentados, no conocen las posibles consecuencias que puede traer una adicción a las apuestas.

El gasto en apuestas ha crecido rápidamente durante los últimos años, un signo que puede ser preocupante, ya que el exceso de esta actividad tiene consecuencias muy duras sobre los apostantes, no solo personales.

#### ·GASTO EN PRENSA DEPORTIVA:

Más del 90% de los encuestados no gasta más de 20€ al año en prensa deportiva. Esto se debe a la influencia de Internet, ya que en la actualidad es mucho más fácil y barata la información a través de la web. Los periódicos deportivos tienen páginas donde ofrecen el mismo contenido que en el formato en papel y además contenidos audiovisuales añadidos, lo que hace que la gente interesada se informe a través de Internet.

Hay un grupo muy reducido, un 8,6% del total, que gasta más de 20€. Se trata de personas adultas que no tienen la misma facilidad que el resto para entrar en Internet y a las cuales les gusta el formato en papel, donde se pueden leer diferentes opiniones y se mantiene la tradición.

·EN EL CASO ESPAÑOL: El gasto de los aficionados al fútbol profesional en prensa deportiva y general en España se situó en los 150 millones de € en 2013. Durante ese mismo año, los periódicos de prensa deportiva alcanzaron los 110 millones de € como consecuencia del interés de los aficionados de Primera y Segunda División, mientras que 35 millones de € de los ingresos de la prensa española de información general fueron consecuencia del fútbol profesional en nuestro país.

·GASTO EN TELEVISIÓN DE PAGO:

En cuanto a la televisión de pago donde se puede disfrutar de todas las competiciones nacionales e incluso internacionales, se aprecia cómo un gran número de encuestados no tiene contratada la televisión de pago (69%). Este apartado supone un gasto importante para las familias, ya que adquirir todas las competiciones cuesta mínimo 50€ mensuales. Por otro lado, las operadoras incluyen en estas ofertas series y películas, de manera que para conseguir una debes comprar la otra. Así, el gasto es mucho mayor y hace que las contrataciones bajen. A pesar de esto, a nivel nacional, más de 4,3 millones de personas tiene contratada alguna de estas tarifas.

El porcentaje que lo tiene contratado son sobre todo solteros o familias con varios miembros, ya que se trata de un gasto importante. Se trata de personas que lo tienen contratado desde hace varios años y que lo mantienen o de aquellos que les gusta el fútbol y quieren disfrutar de todos los partidos posibles.

·EN EL CASO ESPAÑOL: El gasto de los aficionados españoles en la televisión de pago relacionado directamente con la visualización de cualquier contenido futbolístico profesional fue de 515 millones de €.

Tras analizar el estudio de KPMG, se puede observar cómo los gastos en cuanto al total de la población española son muy similares al de la encuesta, que se puede aplicar a Soria. De aquí, se deduce que el fútbol es un deporte muy importante tanto en España como en Soria.

·GASTO DE LAS EMPRESAS SORIANAS EN PUBLICIDAD (CD Numancia)

En el estudio llevado a cabo se trata el apartado del gasto de las empresas en patrocinio y publicidad de clubes de fútbol. En el caso español, los clubes ingresaron un total de 80 M de € en la temporada 2012/2013.

En el caso del CD Numancia, la publicidad y patrocinio de las diferentes empresas sorianas (CAJA RURAL, SOLARIG, MONTE PINOS...) suponen el tercer ingreso más importantes tras los derechos de retransmisión y los abonados. El ingreso gracias a la publicidad supone un total de 492.395€, casi medio millón de euros.

·EMPLEOS DIRECTOS CREADOS POR EL FÚTBOL

En el caso de los empleos directos creados por el fútbol, en Soria, el club que los genera verdaderamente es el CD Numancia.

Los clubes sorianos, pero sobre todo el CD Numancia, crean un gran número de empleos. Todos los entrenadores de los equipos formativos sorianos no reciben una gran suma de dinero por el trabajo desempeñado en sus clubes, ya que el máximo que reciben es 250€/mes. El único que recibe una retribución mayor es el entrenador del primer equipo del CD Numancia, ya que se dedica única y exclusivamente a ser entrenador. Se trata de Jagoba Arrasate que, acompañado de su cuerpo técnico, lleva entrenando al CD Numancia 2 años.

En lo que a entrenadores se refiere, los 3 clubes sorianos crean un total de 130 empleos directos. A pesar de esto, la mayoría de estos empleos, 94 concretamente, no se pueden considerar empleos como tal, ya que se llevan a cabo por gusto y no reciben un salario importante, como ya se ha dicho antes, no llega a 250€ mensuales.

El CD Numancia es el club que más empleos propiamente dichos crea, ya que posee establecimientos propios que deben mantenerse diariamente para que los diferentes equipos puedan entrenar.

El CD Numancia posee: la Ciudad del Fútbol Francisco Rubio Garcés, el Estadio de los Pajaritos, los cuales crean varios empleos. Además, al ser un club profesional, posee una estructura interna importante, donde hay directores deportivos, delegados, trabajadores en los bares de sus grandes establecimientos, mantenimiento de los campos etc.

El CD Numancia incurre en un gasto en el pago de los sueldos de estos trabajadores de 762.366€. Así la media de los sueldos de estos trabajadores está en torno a 1.800€.

Cabe añadir que el resto de clubes sorianos, al no ser profesionales no tienen la estructura del CD Numancia y tampoco sus establecimientos, ya que se sirven de lugares públicos para entrenar y jugar.

Y, por último, los futbolistas. Se consideran trabajadores puesto que son profesionales y reciben grandes remuneraciones. La plantilla del CD Numancia está compuesta por 24 jugadores.

En este caso, el CD Numancia incurre en un gasto de más de 2,5 M de € en sus sueldos, y genera otros 24 empleos directos. La media de los sueldos de los jugadores es aproximadamente de 9.000 € mensuales.

Por lo tanto, de aquí se deduce que, de manera directa, el fútbol crea 60 trabajos en Soria. Todos ellos pertenecen al CD Numancia.

·De los bares que posee tanto en la Ciudad Deportiva y en Los Pajaritos salen 7 trabajadores.

·Del mantenimiento del césped de Los Pajaritos y del estadio: 5 trabajadores.

·Del primer equipo: 11 trabajadores.

·Del cuidado de la ciudad deportiva:2 trabajadores.

·De la dirección deportiva y el fútbol formativo: 6 trabajadores.

·Jugadores del primer equipo: 24 trabajadores.

Otro aspecto importante a destacar es el de los entrenadores, el trabajo de la consultora KPMG no hace mención directa a este elemento tan importante, sin el cual los jugadores no irían preparados a los partidos. En Soria, el número de entrenadores está creciendo mucho, al igual que su formación.

Sin embargo, en Soria, no se puede considerar un empleo, ahora se ve el porqué.

Como ya todo el mundo conoce, el fútbol no es solo un deporte donde 22 futbolistas corren detrás del balón. Tras ellos, se encuentra un cuerpo técnico que cada semana prepara a los jugadores técnica, táctica, física y psicológicamente. Ese cuerpo, en la ciudad de Soria, no cuenta con una gran

especialización, pero la formación de entrenadores ha crecido mucho durante los últimos años, un signo de que, por consiguiente, el fútbol ha ganado mucha importancia.

El interés por los jóvenes sorianos por calzarse unas botas de tacos no es nuevo, lo que sí es noticiable es su inclinación por ocupar un asiento en los banquillos. El número de entrenadores ha alcanzado su máximo histórico acumulando un incremento cercano al 30% en la última década en la provincia. La temporada pasada se tramitaron 43 inscripciones para ser técnico culminando una evolución que se inició hace doce años cuando se inscribieron 15 personas, tal y como recogen las memorias anuales de la Federación de Castilla y León de Fútbol (FCyLF). (Pablo G. Valero. Artículo en Heraldo de Soria, *El boom de los entrenadores*, 2017)

Un crecimiento, sobre todo desde la juventud, nos muestra el interés de los jóvenes por formar jugadores. Este interés se debe principalmente a la obligatoriedad marcada por la Federación de Castilla y León de Fútbol y al interés de los clubes de tener personas cualificadas en la formación de sus jugadores.

De esta forma el perfil del técnico de balompié ha evolucionado hacia el de un chico joven que milita en alguno de los equipos más 'mayores' del propio club, que en algunos casos le costea incluso su formación en aras de mejorar su capacitación, evitar posibles sanciones por ausencia de título y potenciar su vínculo simbólico con la entidad.

El objetivo de dichas entidades no es solo que los entrenadores entiendan de fútbol, sino que desde abajo se inculquen unos valores de respeto y esfuerzo como fórmula para llegar al éxito, por lo que los clubs buscan formadores más que entrenadores. Sin embargo, un gran impacto económico de este aspecto es la competencia desigual que está viviendo este sector en Soria. Esta competencia desigual se plasma en la existencia de dos vías (pública y privada) por la que conseguir la titulación. En Soria existen:

- Cursos impartidos por la FCyLF con el objetivo de atraer parte de la escasa población soriana al fútbol.
- Una escuela privada llamada CENETED en la que se puede conseguir una titulación equivalente a un Grado Medio de Formación Profesional y que rivaliza con los cursos de la FCyLF.

CENETED, con 40 alumnos, ofrece varias titulaciones (nivel inicial y final), sin embargo, los cursos de la FCyLF únicamente ofrecen la titulación más baja (Monitor de Fútbol Base Nivel 0) y cuenta con 12 alumnos.

Y, por último, el aspecto que más llama la atención es la remuneración que reciben la mayoría de estos entrenadores y los costes de su formación. El coste de la matrícula para conseguir el título de entrenador de nivel intermedio es de 1.000€, cifra que contrasta con los 250€ que reciben como máximo todos los entrenadores de los equipos de la ciudad.

Esto puede ser una muestra del escaso poder adquisitivo de los clubs sorianos, incluido el CD Numancia. A pesar de ser un club profesional, todos sus entrenadores, excepto el de la primera plantilla (Jagoba Arrasate) reciben una remuneración muy escasa, al igual que en el CD Calasanz o el San José.

El gasto que tienen las familias cuyos miembros cursan estas titulaciones es notable, pero la remuneración es muy escasa para todo el trabajo que conlleva dirigir un equipo, por muy pequeño que sea. Se necesitan horas para preparar entrenamientos y partidos, se pierde mucho tiempo en el trayecto, entre semana todos los equipos entrenan mínimo 2 días a la semana más el partido del fin de semana.

Por otro lado, todos los entrenadores incurrir en un gasto adicional que es la ropa que deben vestir en los partidos y que deben pagar.

Por lo tanto, se puede deducir que el coste que conlleva la formación y la posterior ejecución del trabajo de entrenador acaba siendo superior a la remuneración recibida desde los clubs. La mayoría de las personas que ejercen como entrenadores no lo hacen por conseguir ingresos adicionales, sino por un gusto especial por el fútbol. Así, la influencia sería más social que económica, ya que el fútbol atrae a

muchas personas no por el dinero, sino por los valores que transmite y por el disfrute de verlo. Los entrenadores se aventuran a dirigir un equipo por querer formar personas y futbolistas, por sentirse orgulloso de sí mismo y de sus jugadores, porque les gusta disfrutar del fútbol de una manera muy cercana, y esa es la única forma que les queda.

Por otro lado, también se obtiene que en la ciudad de Soria la retribución que reciben los entrenadores es muy escasa.

También, como idea más importante, es que la juventud soriana cada vez se está volcando mucho más en la formación de nuevos jugadores. Evidentemente que la práctica es el aspecto más importante del fútbol, sin embargo, el ser entrenador se está convirtiendo en un aspecto muy importante, aumentando en un 30% el número de matriculados.

En resumen, el fútbol se practica principalmente entre los jóvenes y de manera federada, en las actividades organizadas por el Ayto. de Soria la población prefiere otros deportes como tenis o natación.

El gasto de la población soriana es muy similar al de la población española. Se gasta principalmente en prendas deportivas, alquileres de los establecimientos y, en el caso soriano, en juegos escolares, ya que en una ciudad se consideran importantes.

En Soria, a pesar de que hay diferentes clubes, el que provoca prácticamente toda la actividad económica y crea todos los empleos es el CD Numancia.

## CONCLUSIONES

Tras analizar todos los datos obtenidos, ya sea por investigación propia o por otras fuentes, se sacan diferentes conclusiones:

-El fútbol es un deporte que principalmente practican los jóvenes. Sin embargo, destaca porque la mayoría lo hacen federados, ya que 15 de cada 100 sorianos juega en algún club.

-En los cursos impartidos por el Ayuntamiento, el fútbol es un deporte secundario, ya que el tenis o la natación tienen más participantes. Pero, en lo que a competiciones se refiere, es el deporte en el que más gente participa.

-El gasto de los sorianos es similar al del resto de los españoles. De una manera aproximada gracias a la encuesta, se observa cómo las cifras de gasto en la población son muy parecidas, al igual que los empleos creados de forma directa. Al comparar los resultados obtenidos en la encuesta y los del estudio de KPMG, se ve cómo el fútbol en Soria y en España influye prácticamente de igual manera. Así, se deduce que el fútbol es uno de los deportes más importantes en el país y en la ciudad.

-Un porcentaje muy alto de la actividad económica generada por el fútbol en la ciudad de Soria la provoca el CD Numancia. La categoría en la que compite hace que consiga grandes ingresos e incurra en una gran cantidad de gastos. Además, es el club que más empleos genera, lo que hace que prácticamente toda la actividad económica del fútbol en Soria la provoque el CD Numancia.

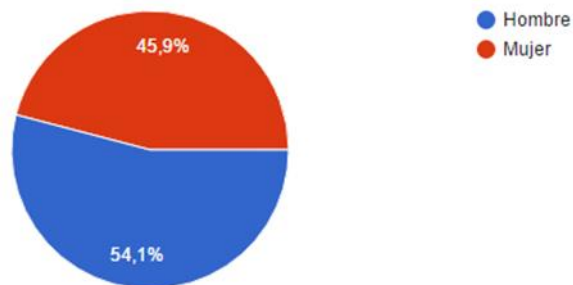


BIBLIOGRAFÍA

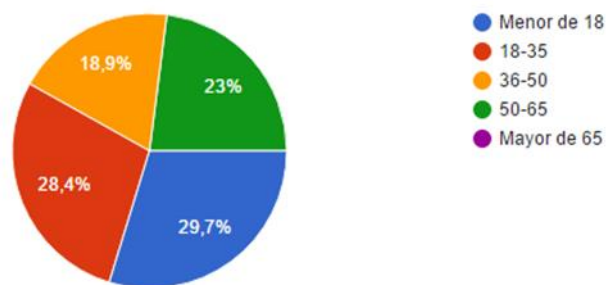
- KPMG SPORTS, 2015. Impacto socio-económico del fútbol profesional en España.
- Rosario Pedrosa Sanz, José Antonio Salvador Insúa, 2006. El impacto del deporte en la economía: problemas de medición.
- José María Gay de Liébana, 2013. Informe sobre la situación económica del fútbol español y europeo en la temporada 2011/2012
- INE. Población por municipios, 2016. [www.ine.es](http://www.ine.es)
- Página web Diario Marca. [www.marca.com](http://www.marca.com)
- Heraldo de Soria [www.heraldodesoria.es](http://www.heraldodesoria.es)  
[www.sociosrealmadrid.wordpress.com](http://www.sociosrealmadrid.wordpress.com)

ANEXOS

SEXO (74 respuestas)

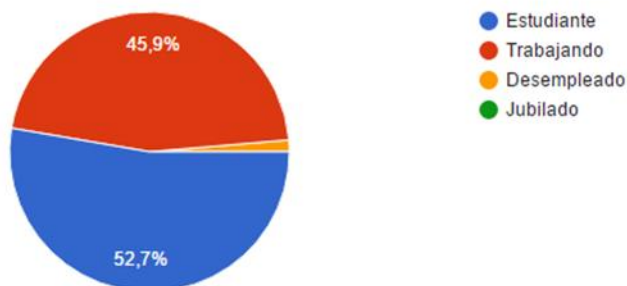


EDAD (74 respuestas)



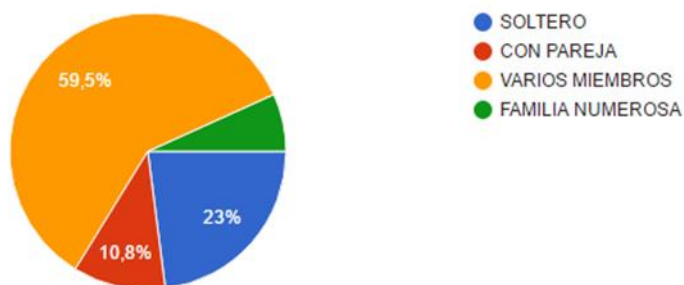
Con la idea de obtener la mayor variedad posible, la encuesta se ha intentado realizar a todos los segmentos de población posibles. De ahí, que en el gráfico se vea la igualdad de los diferentes grupos de edad establecidos. Hay una mayor cantidad de respuestas por parte de los menores de edad, ya que es un segmento más accesible.

### SITUACIÓN LABORAL (74 respuestas)



Otro aspecto a destacar es la situación laboral del encuestado, sobre todo para conocer la procedencia del dinero que se gastará o no posteriormente en el fútbol o en algo relacionado con él. En la encuesta hay igualdad entre estudiantes y trabajadores, los desempleados suponen una cifra muy pequeña no destacable.

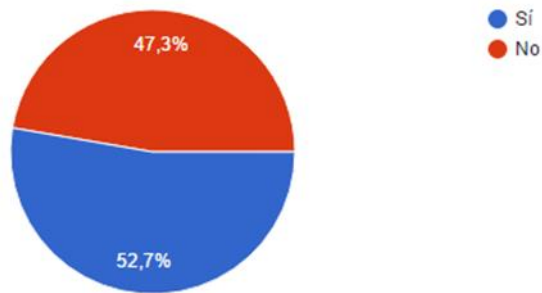
### UNIDAD FAMILIAR (74 respuestas)



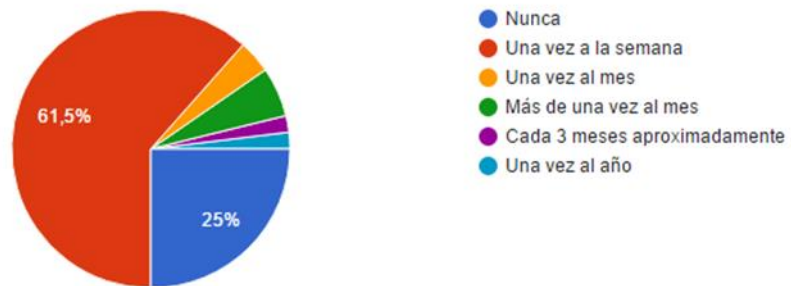
En este ámbito más personal de la encuesta, la pregunta más importante es la de la unidad familiar, ya que se puede deducir cómo se organizan los ingresos y gastos de la familia dependiendo del número de personas que forman la familia. En la encuesta, como se ve, una gran parte de los encuestados forman una familia de varios miembros (entre 3 y 4). Entre las otras tres posibilidades, destacan los solteros. La familia numerosa únicamente supone un 6,7% de los encuestados y las personas con pareja no llegan al 11%, de manera que son dos grupos poco importantes.

A partir de conocer la situación personal de los encuestados, comienzan las preguntas acerca del fútbol, para saber la influencia del mismo en el gasto de las familias sorianas.

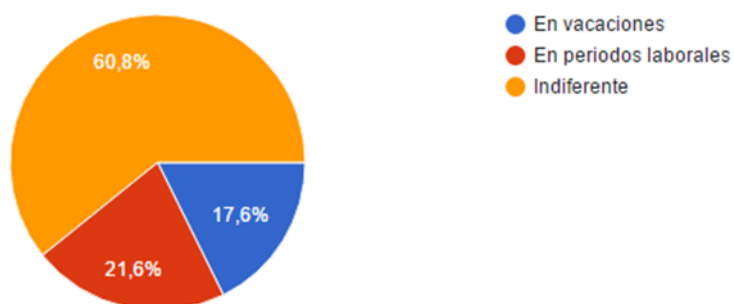
¿Alguno de los miembros de su unidad familiar practica fútbol? (74 respuestas)



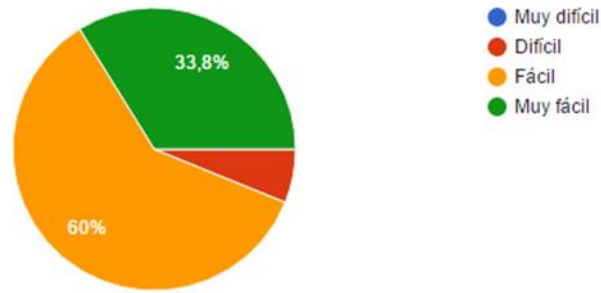
En caso afirmativo... ¿con qué frecuencia? (52 respuestas)



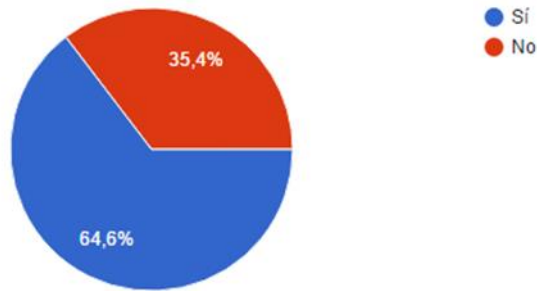
¿En qué época del año lo practica con mayor frecuencia? (51 respuestas)



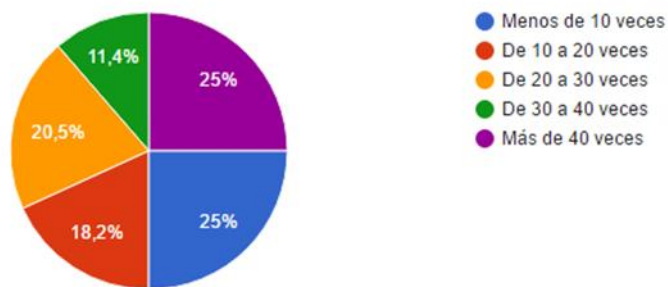
El acceso a la práctica del fútbol en Soria es... (65 respuestas)



¿Utiliza establecimientos públicos sorianos para la práctica de este deporte? (65 respuestas)

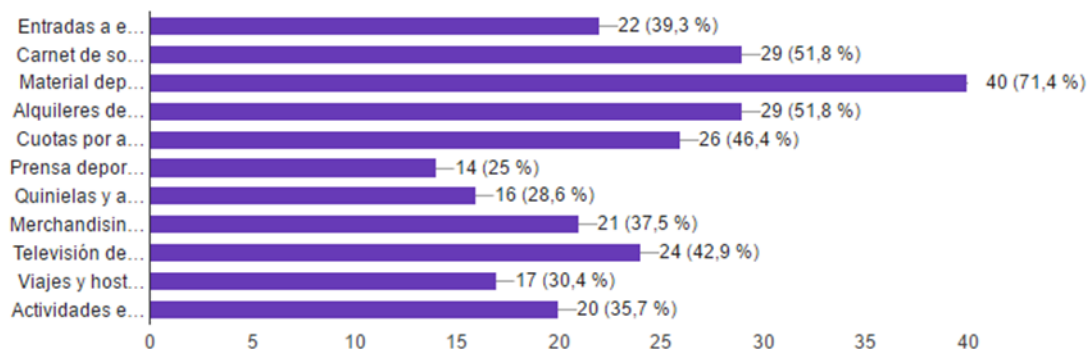


En caso afirmativo...¿sabría hacer un cálculo anual aproximado de cuántas veces suele utilizarlo? (44 respuestas)

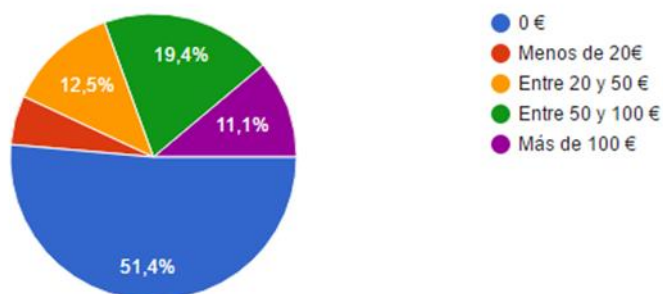


La práctica de este deporte supone un gasto en las siguientes actividades (indique las que correspondan)

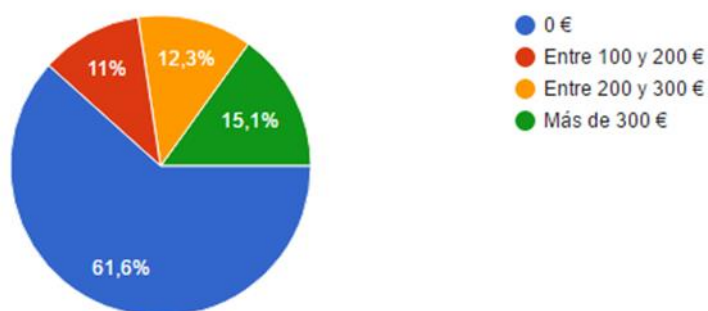
(56 respuestas)



¿Cuál es su gasto anual en entradas para los partidos de fútbol? (72 respuestas)

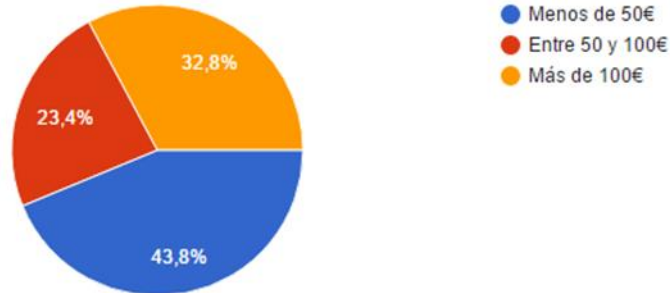


¿Cuál es el gasto anual en abonos de equipos de fútbol? (73 respuestas)

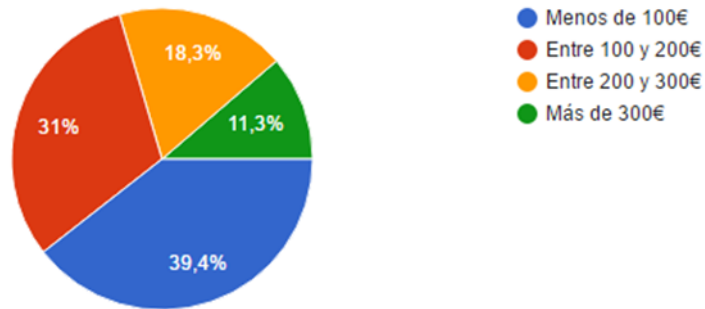


### ¿Qué gasto anual supone para la familia la práctica en juegos escolares y extraescolares?

(64 respuestas)

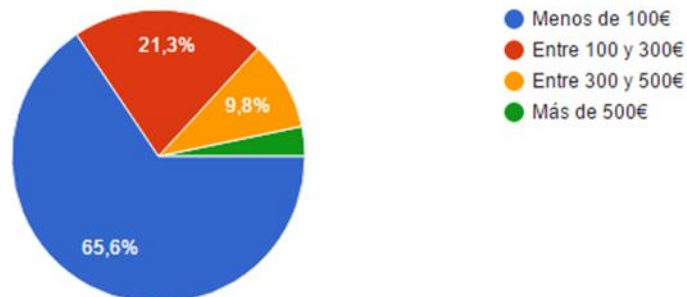


### ¿Cuál es el gasto anual en prendas deportivas? (71 respuestas)

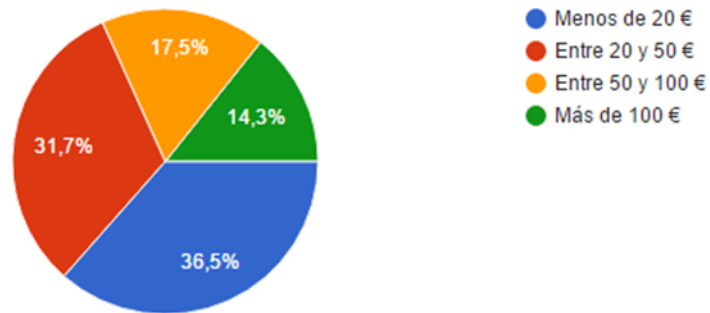


### ¿Cuánto gasta anualmente en transporte y alojamiento motivados por la práctica del fútbol?

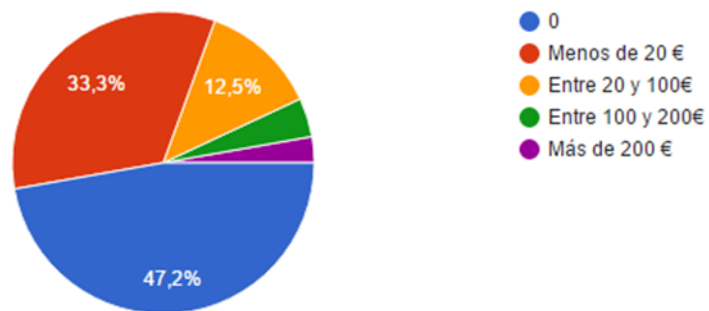
(61 respuestas)



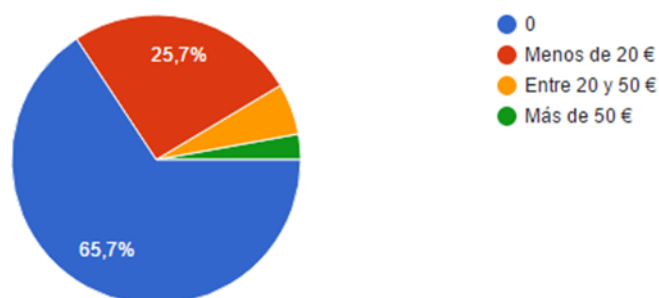
El gasto anual en merchandising es... (regalos...) (63 respuestas)



¿Cuál es el gasto mensual aproximado en quinielas o apuestas? (72 respuestas)

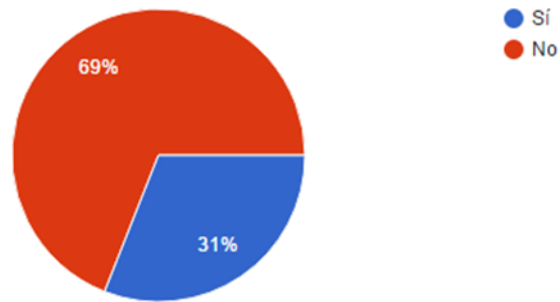


El gasto mensual en prensa deportiva es... (70 respuestas)





¿Tiene televisión de pago con el fútbol contratado? (71 respuestas)



¿Podría indicar cuál es el ingreso mensual de su unidad familiar? (68 respuestas)

