

**Estudio sobre el impacto
económico del ascenso del Real
Murcia Club de Fútbol, SAD. a
Primera División**



INDICE

1. Introducción
2. Objetivos y metodología del estudio
3. Estimación de aficionados visitantes y locales
4. Estimación del gasto realizado por los aficionados visitantes
5. Estimación del gasto realizado por los aficionados locales
6. El efecto de transferencia del presupuesto
7. Conclusiones



Introducción

Después de militar tres temporadas en la categoría de plata del fútbol español, el club insignia de la Región de Murcia, según su palmarés, va a retornar a la élite del fútbol profesional, categoría en la que ha competido en 17 temporadas. La ciudadanía espera que en esta ocasión, la permanencia en la llamada “Liga de las estrellas” sea más duradera que la que históricamente ha caracterizado al Club.

El Real Murcia disputará los encuentros de la Liga Nacional de Primera División la próxima temporada en el estadio Nueva Condomina. Este estadio está situado en la zona norte de la ciudad, donde existen importantes áreas de ocio, comerciales y de negocios, y donde está previsto el desarrollo de un importante parque empresarial con edificios de oficinas, hoteles y otras infraestructuras. Esta circunstancia potenciará la actividad comercial y de negocios de la ciudad, y ofrecerá nuevas oportunidades al tejido empresarial murciano.



Objetivos del estudio del impacto económico del ascenso del Real Murcia

El ascenso del Real Murcia a Primera División despliega indudables beneficios económicos sobre la ciudad y, por extensión, sobre la Región. Tales efectos se pueden sintetizar fundamentalmente en los siguientes:

1. El estímulo económico derivado de las visitas de aficionados foráneos con motivo de las jornadas deportivas.
2. El mayor dinamismo del consumo interno, coincidiendo con las jornadas de la liga.
3. La oportunidad comercial para la ciudad y la Región de Murcia en términos de imagen de marca.

Este trabajo tiene como objeto estimar el impacto económico en la Región del ascenso del Real Murcia. Para ello seguirá una metodología cuantitativa que, con unas premisas de partida basadas en datos oficiales y estimaciones propias, permiten extrapolar los resultados más allá de los datos referentes a la temporada pasada y cuantificar los ingresos que para la Región generará el ascenso.

Para ello se ha considerado el aumento que se producirá en la demanda de determinados sectores a partir de la estimación de las siguientes premisas:

1. Impacto directo en la economía regional generado por los aficionados locales y foráneos.
2. Impacto transferencia de presupuesto, que incorpora los efectos positivos sobre el consumo como consecuencia del aumento de los ingresos del club.
3. Repercusión en términos de imagen de marca que generará el ascenso a Primera.



Estimación de aficionados visitantes y locales

El objetivo del trabajo es ofrecer una aproximación cuantitativa a aspectos que a priori, y por su carácter más cualitativo, tienen dificultades para ser cuantificados. Para poder ofrecer unos resultados lo más ajustados posibles a la realidad, se hace imprescindible disponer como punto de partida de unos datos de visitantes y de gasto realizado, por lo que parece necesario analizar, siquiera brevemente, las cifras globales de partida.

Tabla 1. Datos básicos de clubes de Primera División en la temporada 2006/2007

CLUBES	Nº DE SOCIOS	ASISTENCIA MEDIA	CAPACIDAD ESTADIO	Nº DE PEÑAS	PRESUPUESTO 2006/2007
Recreativo de Huelva	17.050	12.406	20.594	31	4.200.000
Athletic de Bilbao	34.373	33.726	39.750	370	41.106.000
F. C. Barcelona	155.428	65.150	98.771	1.782	242.300.000
R. C. D. Español	25.284	19.800	56.000	150	33.000.000
R. Madrid	69.000	68.670	80.000	1.859	346.000.000
Atletico de Madrid	42.000	52.000	54.851	620	60.000.000
Sevilla F. C.	42.309	42.000	42.649	180	30.000.000
R. C. D. Coruña	22.722	29.716	33.597	216	77.000.000
R. Betis B.	35.000	35.473	51.309	325	35.000.000
Real Sociedad de Futbol	20.636	24.405	32.200	147	37.150.943
Levante U. D.	14.123	18.000	25.534	48	12.000.000
R. Racing C.	16.505	11.368	22.271	46	27.000.000
C. Gimnastic T.	12.500	10.000	14.600	25	4.000.000
R. C. D. Mallorca	15.000	17.375	24.142	45	
Valencia C. F.	39.000	46.894	55.000	716	133.624.891
C. A. Osasuna	15.200	17.090	19.800	83	20.000.000
Villarreal C. F.	17.340	16.157	21.700	28	32.000.000
R. C. Celta de Vigo	18.218	21.410	31.800	81	23.450.000
R. Zaragoza	27.700	25.500	34.596	101	35.000.000
Getafe C. F.	12.000	9.000	14.400	16	15.500.000
TOTAL	651.388	576.140	773.564	6.869	1.208.331.834

Fuentes: Datos oficiales de la Liga de Fútbol Profesional y Marca.

Para la obtención del impacto económico derivado de los visitantes ha sido necesario estimar tanto el número de personas que visitarán la ciudad, como el gasto medio por persona.

De acuerdo a los datos oficiales de asistencia recogidos en la memoria de la Liga de Fútbol Profesional, 9,8 millones de personas asistieron a partidos de la liga de primera división en la temporada 2005-2006.

Según estos datos oficiales, la serie histórica muestra que aproximadamente un 20% de los asistentes a los campos de fútbol corresponde a aficionados no socios, siendo el resto aficionados abonados. Por tanto, los asistentes no socios ascendieron la temporada pasada a 1.860.015 en Primera División.

De los asistentes no socios, podríamos estimar que en el caso del Real Murcia la ponderación para este estudio podría ser del 40% para aficionados visitantes y el 60% restante locales.

Tabla 2. ASISTENCIA DE ESPECTADORES TEMPORADA 2005/2006 EN LA LFP

	NUMERO
SOCIOS	7.918.747
NO SOCIOS	1.860.015
ENTRADAS	1.148.046
INVITACIONES	549.372
PASES	162.597
TOTAL ESPECTADORES	9.778.762

Fuente: LFP

Los datos referentes al Real Murcia, muestran que el año pasado el club tuvo 9.971 socios, teniendo los partidos una asistencia media de 11.500 personas, con una capacidad del estadio de 31.179 localidades a final de temporada, tras la inauguración del estadio Nueva Condomina. Con motivo del ascenso, las estimaciones indican que el número de socios se elevaría la próxima temporada hasta los 15.000.



Dado que la asistencia media para la próxima temporada se desconoce a priori, ésta se ha estimado según una ponderación tanto del número de socios de los distintos clubes en Primera División, como de la capacidad de los diferentes estadios de esta categoría en esta temporada. El resultado arroja una cifra de asistencia media aproximada por partido de 18.750 en la Nueva Condomina.

Tabla 3. DATOS REAL MURCIA EN LA TEMPORADA 2006/2007 Y ESTIMACIÓN DEL 2007/2008

	NUMERO DE SOCIOS	ASISTENCIA MEDIA	CAPACIDAD ESTADIO	PEÑAS	PRESUPUESTO
REAL MURCIA 2006/2007	9.971	11.500	31.179	44	11.000.000
ESTIMACIÓN 2007/2008	15.000	18.750*	31.179		28.000.000

Fuente: * Estimación propia según la ponderación del número de socios y la capacidad del estadio sobre el total nacional

Siguiendo una proporción similar entre asistentes socios y no-socios, a la cifrada por la Liga de Fútbol Profesional en la pasada temporada en Primera División, se estima que el 20% de los 18.750 asistentes que asistirán de media a cada jornada la próxima temporada serán no socios. De este grupo se ha estimado que un 40%, podrían ser foráneos. Por tanto, la media de aficionados foráneos que recibirá Murcia cada jornada de liga ascendería a 1.500.

Tabla 4. ASISTENCIA ESTIMADA PARA EL REAL MURCIA EN PRIMERA DIVISIÓN

ASISTENCIA MEDIA POR PARTIDO	AFICIONADOS FORANEOS MEDIOS POR PARTIDO	AFICIONADOS FORANEOS POR TEMPORADA
18750	1500	28.500

Fuente: Elaboración Propia

Deben tenerse en cuenta estas cifras en su contexto de estudio, pues la estimación depende de multitud de variables que podrían empujar al alza o a la



baja estas magnitudes. En este sentido, factores como la clasificación del Real Murcia a lo largo del campeonato, la propia clasificación de los distintos equipos a la hora de visitar la Nueva Condomina, e incluso otros factores más aleatorios como los climáticos o el sorteo del calendario, podrían influir significativamente en estas variables, teniendo consiguientemente incidencia en el resultado del estudio. Asimismo, junto con el desplazamiento de los aficionados, cada jornada de Liga conlleva el viaje de un número de profesionales técnicos y directivos, periodistas y árbitros.

Tabla 5. PROFESIONALES FORANEOS ASISTENTES A LOS ENCUENTROS POR TEMPORADA

GRUPOS	Nº DE PERSONAS
Equipos, cuerpo técnico y directivos (media de 30 por equipo)	570
Periodistas (media de 15 periodistas foráneos por partido)	285
Árbitros (5 por partido)	95
TOTAL	950

Fuente: Elaboración propia

Una vez cuantificados los dos grandes grupos (aficionados foráneos y aficionados locales), se estima el gasto realizado por cada uno de ellos

Estimación del gasto realizado por los aficionados visitantes

La visita de esos aficionados provocará un incremento en la demanda de los sectores que le proveerán de bienes y servicios, fundamentalmente sectores asociados a la hostelería, el comercio y el transporte.

En primer lugar, en lo referente al sector hostelero, de esos 1.500 asistentes foráneos por partido, equivalentes a 28.500 por temporada, se estima que un 15% podría pernoctar una noche en Murcia. A esto se suma el gasto generado en los hoteles murcianos por la estancia del personal del equipo, así como periodistas y árbitros. Del grupo de árbitros, 4 pernoctan la noche previa al encuentro, al igual que la totalidad de los componentes de las expediciones deportivas (jugadores, cuerpo técnico, directivos). Por su parte, el 50% de los periodistas foráneos pernoctan una noche.

Salvo los deportistas y cuerpo técnico, que contratan con el respectivo hotel una pensión alimenticia especial (unos 300 euros por persona), el resto de grupos de interés (aficionados, periodistas, árbitros) pueden gastar una media de 150 euros por persona (70 euros por habitación y 80 euros distribuidos en comida y cena). Con esas premisas se estima que los ingresos generados en los hoteles de la Región ascenderán a 845.025 euros.

Tabla 6. INGRESOS DE LOS HOTELES MURCIANOS EN UNA TEMPORADA

GRUPO	Nº DE PERSONAS	GASTO/PERSONA	TOTAL GASTO (€)
Aficionados	4.275	150,00	641.250
Equipos	570	300,00	171.000
Periodistas	143	150,00	21.375
Árbitros	76	150,00	11.400
TOTAL	5.064		845.025

Fuente: Elaboración propia



De los datos recabados se puede inferir que la mayor parte de los visitantes (85%) no pernoctan. En este grupo el gasto por persona es inferior, y la mayor parte del gasto realizado se distribuye entre comercio y otros servicios. El total de los ingresos generados por los aficionados que no pernoctan ascendería a 1.680.000 euros.

Tabla 7. INGRESOS DE LOS RESTAURANTES MURCIANOS EN UNA TEMPORADA

GRUPO	Nº DE PERSONAS	GASTO/PERSONA	TOTAL GASTO (€)
Aficionados	24.225	40,00	969.000
Periodistas	143	40,00	5.700
TOTAL	24.368	40,00	974.700

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. INGRESOS DE OTROS SECTORES MURCIANOS EN UNA TEMPORADA (partido sábado o día de la semana)

SECTORES	Nº AFICIONADOS	GASTO/PERSONA	TOTAL GASTO (€)
COMERCIO	7.500	15,00	112.500
CAFETERIAS Y BARES	7.500	12,00	90.000
TRANSPORTES	7.500	3,00	22.500
ENTRADAS	7.500	30,00	225.000
OTROS	7.500	10,00	75.000
TOTAL	7.500	70,00	525.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9. INGRESOS DE OTROS SECTORES MURCIANOS EN UNA TEMPORADA (partido en domingo)

SECTORES	Nº AFICIONADOS	GASTO/PERSONA	TOTAL GASTO (€)
CAFETERIAS Y BARES	21.000	12,00	252.000
TRANSPORTES	21.000	3,00	63.000
ENTRADAS	21.000	30,00	630.000
OTROS	21.000	10,00	210.000
TOTAL	21.000	55,00	1.155.000

Fuente: Elaboración propia



Para la estimación de los gastos los aficionados que no pernotan se ha tomado como referencia el patrón del gasto medio del turista. Los cálculos efectuados en este apartado están sujetos a un mayor margen de discrecionalidad y aleatoriedad, debido a que son gastos menos controlables, aunque esta circunstancia se ve compensada por su menor influencia en el cómputo del total de ingresos que puede repercutir en Murcia. Dentro de estos gastos podríamos incluir los vinculados al comercio en general, a los bares, kioscos, y otros servicios que puedan ser demandados por los grupos de interés analizados.

Se va a distinguir también la distinta circunstancia que se produce si los partidos se juegan en domingo (la mayor parte de ellos, según calendario de la jornada) o bien en sábado por la tarde –5 de las 19 jornadas de la próxima temporada caen en sábado o día de semana–, ya que ese día se corresponde con jornada de apertura del comercio local, mientras que no ocurre así los domingos, salvo festivos previamente establecidos.

Los ingresos totales en concepto de comercio, cafetería, transportes y entradas procedentes de los visitantes foráneos ascenderán a 1.680.000 euros por temporada.

Tabla 10. INGRESOS DE OTROS SECTORES MURCIANOS EN UNA TEMPORADA

SECTORES	Nº AFICIONADOS	GASTO/PERSONA	TOTAL GASTO (€)
COMERCIO	7.500	15,00	112.500
CAFETERIAS Y BARES	28.500	12,00	342.000
TRANSPORTES	28.500	3,00	85.500
ENTRADAS	28.500	30,00	855.000
OTROS	28.500	10,00	285.000
TOTAL			1.680.000

Fuente: Elaboración propia

A modo de recapitulación se puede observar en las siguientes tablas los ingresos totales que generarían los visitantes foráneos agrupadas todas las partidas estimadas con anterioridad:



**Tabla 11. INGRESOS DE TODOS LOS SECTORES MURCIANOS EN UNA TEMPORADA
(FORANEOS)**

SECTORES	Nº DE PERSONAS	GASTO/PERSONA	TOTAL GASTO (€)
HOTELES	5.064	166,89	845.025
RESTAURANTES	24.368	40,00	974.700
COMERCIO	7.500	15,00	112.500
CAFETERIAS Y BARES	28.500	12,00	342.000
TRANSPORTES	28.500	3,00	85.500
ENTRADAS	28.500	30,00	855.000
OTROS	28.500	10,00	285.000
TOTAL SECTORES			3.499.725

Fuente: Elaboración propia

Estimación del gasto realizado por los aficionados locales

Una vez estimada la cifra global de ingresos que pueden generar los aficionados foráneos, se ha considerado oportuno incluir el impacto económico que el ascenso a Primera División puede tener derivado de los mayores ingresos provenientes del aumento de consumo de bienes y servicios de los aficionados locales. Los ingresos derivados de espectadores murcianos, en concepto de incremento del gasto en comercio, cafeterías y bares, restaurantes, transportes, entradas y el grupo de otros ascenderían según la estimación realizada a 3.257.625 euros.

Este resultado ha sido cuantificado teniendo en cuenta el impacto que en el comercio tendrá la afición murciana que normalmente asiste al estadio, suponiendo un mayor gasto medio de 10 €. Igualmente se ha estimado el gasto en cafeterías y bares en base a la afluencia al estadio a lo largo de toda la temporada, teniendo en cuenta esta afición en los 19 partidos en los que el Real Murcia C. F. jugará como local. La partida de transportes, contempla tanto el desplazamiento al estadio de la afición local como los desplazamientos que puedan ser contratados a empresas murcianas para seguir al equipo fuera de la Región. Además del ingreso derivado de la venta de entradas, se incluyen también otros ingresos residuales que puede ocasionar la asistencia a los partidos del equipo en Primera División, como el caso de alimentación, prensa, etc...

Tabla 12. MAYORES INGRESOS DERIVADOS DE ESPECTADORES MURCIANOS POR TEMPORADA

SECTORES	Nº AFICIONADOS	GASTO/PERSONA	TOTAL GASTO (€)
COMERCIO	17.250	10,00	172.500
CAFETERIAS Y BARES	327.750	1,50	491.625
TRANSPORTES	327.750	2,00	655.500
ENTRADAS	42.750	30,00	1.282.500
OTROS	327.750	2,00	655.500
TOTAL			3.257.625

Fuente: Elaboración propia



El efecto transferencia del presupuesto

El total de los ingresos generados por los aficionados locales y foráneos, que viajarán a la Región para seguir los partidos de la Liga, ascendería siguiendo las premisas de partida a 6.757.350 euros. Junto con este efecto directo que puede generar el ascenso de Murcia, el crecimiento del presupuesto del club tendrá una mayor incidencia en la economía regional, derivada del impacto de la transferencia de esos fondos en la economía regional. Esta cantidad, que se ha estimado en un 20% del incremento del presupuesto estimado para el próximo año, equivale a 3.400.000 euros.

En este apartado solamente se ha contemplado la transferencia a la economía regional del crecimiento del presupuesto, pues se considera que la parte del presupuesto no contemplada ya tenía su impacto en la economía en la temporada anterior.



Conclusión

Tabla 13. INGRESOS DE TODOS LOS SECTORES MURCIANOS EN UNA TEMPORADA

SECTORES	Nº DE PERSONAS	GASTO/PERSONA	TOTAL GASTO (€)
HOTELES	5.064	166,89	845.025
RESTAURANTES	24.368	40,00	974.700
COMERCIO	24.750	11,52	285.000
CAFETERIAS Y BARES	356.250	2,34	833.625
TRANSPORTES	356.250	2,08	741.000
ENTRADAS	71.250	30,00	2.137.500
OTROS	356.250	2,64	940.500
TOTAL SECTORES			6.757.350
EFECTO TRANSFERENCIA DEL PRESUPUESTO			3.400.000
TOTAL REPERCUSIÓN			10.157.350

Fuente: Elaboración propia

El ascenso del Club Real Murcia SAD a Primera División generará un negocio significativo que tendrá un impacto positivo en la economía regional, especialmente en el sector servicios.

La repercusión económica más inmediata que tiene para la Región un equipo de fútbol en Primera División puede cuantificarse a partir de determinados supuestos, que no tienen porqué coincidir en todas las temporadas, pero que en cualquier caso, representan un cálculo aproximado.

El impacto económico en la economía regional como consecuencia del ascenso del Real Murcia a Primera División se puede cifrar en aproximadamente 10.157.350 euros a lo largo de la temporada. Estos ingresos serán fruto de los ingresos generados por la atracción de aficionados a Murcia que se producirá en cada jornada, así como del incremento del gasto generado por los aficionados locales y el efecto inducido por la transferencia de fondos derivada del significativo incremento del presupuesto del club.



Como conclusión puede añadirse que el impacto económico del ascenso implica una mayor demanda de bienes y servicios. Dicho aumento es un efecto directo, que se ha estimado en 6.757.350 euros y que equivale al 66,5% del impacto total, cifrado en 10.157.350 euros. Asimismo, los resultados apuntan a una concentración del gasto en alojamiento y hostelería, sin perder de vista la magnitud de transporte.

Como aspecto final, se puede subrayar la importancia de elementos difícilmente cuantificables que conllevará el ascenso del Murcia, pero que tendrán su repercusión en la economía regional. Dentro de los efectos indirectos puede señalarse que los sectores afectados generarán un mayor dinamismo, como consecuencia del incremento de la demanda, produciendo un efecto arrastre tanto en el sector como en la economía regional.

Asimismo hay otro elemento difícilmente cuantificable, como es la difusión de la imagen y nombre de la Región, hecho al que sin duda contribuirá el ascenso a Primera División. La repercusión mediática puede ser uno de los intangibles de más valor de este ascenso.

Existe una relación entre el ascenso a primera y el aumento de los niveles de notoriedad de la ciudad. La publicidad a través del nombre del equipo de fútbol, debido a la repercusión mediática que genera la cobertura informativa de los partidos de la Liga, conlleva acciones de notoriedad de la marca difícilmente estimables. Dichas acciones de marca están, al igual que el resto de aspectos, sujetos a aspectos diversos, como la evolución del equipo la próxima temporada, lo que generará una determinada capacidad de atracción de los partidos.

Por tanto, además del impacto económico analizado hasta aquí, el ascenso del Murcia a Primera División supondrá para la ciudad toda una serie de beneficios de carácter más cualitativo, entre los que se encuentran el aumento de la notoriedad de la ciudad y una mejora de su imagen que, a la postre, puede trasladarse en mayores posibilidades para la captación de inversión extranjera.



Cámara

Murcia

Para la estimación de la repercusión en términos de imagen de marca puede tomarse como referente la inversión en patrocinio de algunas empresas regionales. Dentro del marketing deportivo el patrocinio es una práctica habitual que permite a las grandes empresas invertir en campañas de imagen gracias a la repercusión mediática que les permite su presencia en eventos deportivos.

Por lo tanto, la repercusión que tendrá para la Región la asociación del nombre de la ciudad y de la provincia a un club de élite del fútbol español, puede suponer efectos aún más positivos que los estrictamente pecuniarios, aunque en este caso el retorno no sea inmediato y su cuantía difícilmente evaluable.