



RS!
Realsocialismo!

Grupo de trabajo de aficionados
y accionistas de la Real

Realeko zaletu eta
akziodunen lantaldea

De estadio a campo de fútbol

Por qué reformar Anoeta

Índice

Por qué este documento	p. 3
1. Razones deportivas	p. 4
2. Razones sociales	p. 6
3. Razones comunitarias	p. 13
I. Anexo: Mapa conceptual	p. 17

Por qué éste documento

En muchas ocasiones se ha hablado de las razones que avalan la adecuación de Anoeta a su uso principal, el fútbol de alta competición, pero en ningún momento se han recogido estos argumentos en un mismo documento público, hasta el punto que hay quien pudiera pensar que se trata de un simple capricho de unos particulares con respecto a un bien público. Con la vista puesta en su utilidad para los futboleros convencidos, este documento se dirige a aquellos aficionados no convencidos de la necesidad de la reforma o para quienes aborrecen el fútbol pero comparten el espíritu de progreso de Donostia, Gipuzkoa y Euskadi.

El fútbol de élite ha sufrido en la última década y media una gran transformación que no tiene visos de detenerse a corto plazo. La prueba más evidente es que lo que eran sus hogares, los campos de fútbol, han pasado de ser unos simples rectángulos de hierba rodeados de unas gradas, unos vestuarios y una tribuna de prensa a ser una fuente de ingresos que, tal y como recomienda la UEFA, debería suponer un tercio de los ingresos ordinarios de un club. El actual Anoeta no permite a la Real Sociedad pasar del 20%, lo que su repercusión en la Hacienda foral en conceptos como IVA es mucho menor que las haciendas de otros territorios, lo que si la facturación de las empresas es menor, a su vez repercute en una menor recaudación.

Los agentes implicados en este escenario son diversos y sería deseable que vieran la luz pública uno o varios estudios que, estamos convencidos, avalan la idoneidad de un paso que tanto para la Real Sociedad como para Donostia, Gipuzkoa y Euskadi es importante habida cuenta de las repercusiones que este mismo documento esboza.

1. Razones deportivas

1.1. Las pistas de atletismo en Europa, rara avis

En las cinco grandes ligas europeas, nos encontraremos con que solo 13 de los 98 equipos cuentan con pistas de atletismo en su instalación: uno en la española, otro en la francesa, dos en la alemana, nueve en la italiana y ninguno en la inglesa. ¿Por qué tan pocos?

- De los que cuentan con pistas de atletismo, equipos como Udinese lo están reformando, otros como la Roma está trabajando para construir uno nuevo y en las últimas décadas, campos como los del Olympique de Marsella, el Olympique de Lyon o la UD Las Palmas han acometido obras para eliminar las pistas de atletismo y funcionalizar unas instalaciones que, como en el caso del Manchester City -cuyo actual campo fue sede de los juegos de la Commonwealth en 2002-, eran públicas.
- Anoeta, sin entrar en si la inversión pública para tener un estadio ha quedado justificada por sus usos en estos 23 años, es un caso más atípico. A la presencia de las pistas de atletismo les tenemos que añadir que los fondos alberguen mucha menos capacidad de localidades que las tribunas. Solo hay dos campo entre los 97 clubes restantes que presente este condicionante: el Stadion am Böllenfalltor del Darmstadt alemán con capacidad para 16.500 aficionados y el Carlo Castellani del Empoli, construido en 1965, con capacidad para 16.800 espectadores y con unos fondos... prefabricados.
- De acuerdo con los expertos de la FIFA que elaboraron las Recomendaciones técnicas y requisitos para estadios de fútbol (2011), “quizás las ciudades más grandes del mundo, con grandes presupuestos y con la aspiración de acoger algún día unos Juegos Olímpicos, pueden pretender satisfacer las necesidades del fútbol y

del atletismo. En la mayoría de las situaciones, sin embargo, se debe evitar la pista de atletismo alrededor de un campo en un estadio moderno”.

- En este sentido, los expertos aseguraron que “no cabe duda alguna de que un estadio funcional no podrá nunca compararse, en lo que respecta al aspecto de diversión del espectador, con un ‘verdadero’ estadio de fútbol, construido expresamente para el deporte más popular del mundo. Existen muy pocos acontecimientos atléticos que generan realmente buenos ingresos, y un estadio multifuncional no podrá contar con este tipo de eventos más que una o dos veces cada diez o veinte años”.

1.2. Rendimiento deportivo

El acercamiento de las gradas supone al final de temporada una serie de puntos adicionales, gracias tanto al apoyo que recibe el equipo local como a la presión que sufren el equipo visitante y el árbitro.

The Influence of Crowd Noise upon Judging Decisions in Muay Thai (2012). Según este estudio elaborado por Tony Myers, Alan Nevill y Yahya Al-Nakeeb (Newman University College y University of Wolverhampton, en Reino Unido), "Pettersson-Lidbom y Priks compararon 24 partidos jugados sin espectadores con los partidos disputados en campos llenos. Fueron capaces de comparar las decisiones tomadas por el mismo árbitro en los partidos sin espectadores, y con muchos miles de ellos. Compararon decisiones clave (faltas, tarjetas amarillas y tarjetas rojas) tomadas por el árbitro. Los resultados evidenciaron que los árbitros italianos castigaban de manera más dura y a los locales de manera más benévola cuando los partidos se jugaban frente a los espectadores. Los autores sugirieron que esto era la evidencia de que la presión ejercida sobre los árbitros modifica su comportamiento”.

2. Razones sociales

2.1. Calidad de la experiencia

Dos problemas actuales.

2.1.1. Calidad de visión

- Desde la inauguración del Estadio de Anoeta en 1993 muchas voces han demandado eliminar las pistas de atletismo que rodean al terreno de juego. Esta petición ha cobrado fuerza conforme se ha demostrado que la incomodidad experimentada por los espectadores del fútbol, los principales usuarios de la instalación, no queda justificada por la utilización de Anoeta para otras prácticas deportivas, que en estos 22 años ha sido casi circunstancial.
- Angulatura y visibilidad:
 - La Guía UEFA de estadios de calidad (2013) dice: “En el diseño de cualquier estadio es un requisito indispensable asegurarse de que todas las localidades tienen una excelente visión de todo el terreno de juego. Por lo tanto, es preciso extremar el cuidado para optimizar los ángulos de visión desde cada asiento. El objetivo principal es reducir al mínimo la distancia entre los espectadores y la acción desarrollada sobre el terreno de juego y asegurar una visión libre y despejada de todo el terreno de juego. En todas sus competiciones principales, la UEFA y la FIFA excluyen del cálculo de aforo todas aquellas localidades situadas a una distancia superior a 190 m del terreno de juego o que tengan ángulos de visión obstaculizados. En resumidas cuentas, una buena visión se logra asegurándose de que cada localidad tenga un buen campo visual, esté lo más cerca posible al terreno de juego y no tenga obstrucción alguna que pueda estropear la visión”.

- En Anoeta, las pistas de atletismo hacen que la angulación de visión sea deficiente en muchas de sus localidades. Es habitual ver que los aficionados de abonos en las primeras filas (principalmente en los fondos) se desplazan a los pasillos o asientos superiores para ver el partido de pie o en localidades ajenas. Todo el anillo inferior alberga a 10.152 espectadores (31% del aforo), de los cuales están en los fondos 4.742 (el 15% del aforo). En estos casos, la valla publicitaria impide la visión de las áreas pequeñas o las 9s de fondo o banda.

Los aficionados tienden a comprar los abonos en las gradas y filas más superiores. A junio de 2014:

- En las tribunas centrales, la grada alta rozó el 92% de ocupación de abonados mientras que en las bajas, más próximas al terreno de juego (y a las pistas), se quedó en el 70% cuando los precios de los abonos eran casi los mismos (fuente de los datos: elaboración propia partiendo de los últimos datos completos del club).
 - En el caso aún más concreto del anillo inferior de las tribunas, las filas más elevadas estaban ocupadas en el 96% frente al 46% de las primeras filas junto a la pista de atletismo. La diferencia del precio entre las filas más altas de la tribuna baja (597 euros) y las más bajas (517 a 545 euros) es de 52 a 80 euros, evidenciando que los aficionados de Anoeta prefieren alejarse del campo y pagar más, con tal de tener mejor ángulo de visión. Caso opuesto a lo que es habitual en los demás estadios o campos de fútbol (fuente de los datos: elaboración propia analizando la web de venta de entradas del club).
- A destacar que desde ninguna de las 4.742 localidades que existen en la planta baja de los fondos (norte y sur) se puede ver la línea de fondo del terreno de juego. Estos casi 5.000 asientos suponen casi el 15% del aforo de Anoeta. Una imagen de ejemplo:
<https://twitter.com/gabimadrid79/status/531573318592520192>
 - En las tribunas ocurre algo similar si reparamos a las localidades más próximas a las pistas de atletismo. Estas plazas del anillo

inferior de todo el estadio serían las mejores para presenciar una final del Mundial de 100 metros lisos de un hipotético Mundial de atletismo o unos Juegos Olímpicos, pero para los partidos de fútbol, el uso más que mayoritario de la instalación, no. La misma valla publicitaria o los banquillos de los equipos, el cuarto árbitro o la seguridad policial son obstáculos para la visión desde estas localidades. En este sentido y como apunte, convendría preguntarse cuánto ha dejado de ingresar la Real Sociedad por no poder comercializar estas localidades de acuerdo a las exigencias del consumidor. Una imagen de ejemplo:

<https://twitter.com/BUTTANO/status/194077469777735681>

2.1.2.Lluvia

Pese a que sobre plano todas las localidades quedan a cubierto, la realidad demuestra lo contrario. Una imagen de ejemplo:

<https://twitter.com/Jurdan/status/426070642187071488/photo/1>

Ha ocurrido en San Mamés, donde tras cerca de 200 millones de inversión -nótese la diferencia con lo invertido en el total de Anoeta-, varios miles de aficionados han protestado por la calidad de su localidad y alguno de los propietarios se plantean una nueva inversión de 10 millones de euros.

2.1.3.Tienda

Otro de los factores vinculados con la experiencia se encuentra en la tienda. Como la gran mayoría de los clubes de fútbol profesionales (de Primera o Segunda B), la Real cuenta con una tienda en la instalación en la que disputa sus partidos como local. A diferencia de muchos competidores, en los momentos de mayor apogeo -que coincide con los días de partido- la tienda no es capaz de absorber la entrada de posibles compradores, que han de quedarse fuera a la espera de su turno para entrar incluso en el establecimiento.

La gestión opuesta es la que llevan a cabo clubes pioneros en materia de merchandising como el Manchester United y que la propia afición donostiarra pudo comprobar en octubre de 2013. A diferencia de Anoeta, nadie tiene que esperar ni para entrar ni para pagar, puesto que la existencia de 40 cajas registradoras que se abren o cierran en función de la demanda sirven para atender a los clientes como tales.

2.2.Crecimiento

	Capacidad	Reservadas	Discapacitados	Capacidad	Ocupadas	Libres	%	Precio
		taquilla		real			ocupadas	
ZONA BARATA	16332	542	26	15764	15559	205	98.70	240€ a 350€
Fondos	10892	450	0	10442	10391	51	99.51	240€ a 264€
Corners	5440	92	26	5322	5168	154	97.11	280€ a 350€
ZONA CARA	15101	0	0	15101	12742	2359	84.38	517€ a 608€
Tribuna superior	9615	0	0	9615	8873	742	92.28	517€ a 608€
Tribuna inferior	5486	0	0	5486	3869	1617	70.52	517€ a 597€
PALCOS	776	0	0	776	776	0	100.00	(desconocido)

(Fuente: elaboración propia partiendo de los últimos datos completos del club)

2.2.1.Zona barata y zona cara

Hagamos el ejercicio de dividir Anoeta en dos zonas, una barata, que englobaría los fondos y los corners (unas 10.900 localidades más 5.400); y otra zona cara, que incluiría los 15.100 asientos de ambas tribunas. En la

primera área, con abonos de 240 euros a 350 euros, a junio de 2014 solo quedaban libres el 1,3% de los asientos, una vez descontados los que se deben destinar para taquilla. Solo había 205 asientos libres y, además probablemente dispersos y en las primeras filas (peor visibilidad). Esta circunstancia dificulta mucho en la práctica que grupos de amigos o familiares puedan aprovecharse de esas pocas localidades o que personas individuales puedan darse de alta junto a amigos o familiares que ya sean abonados.

Esto derivó en que en la práctica, el abono más barato pasara a ser de 517€ (mayores de 21 años). Esto suma problemas para que los jóvenes, donde se encuentran los abonados que sostendrán el club durante las próximas décadas, puedan abonarse, con el consabido riesgo de una ruptura generacional y dos consecuencias: perder ingresos estructurales y no transmitir la afición a las siguientes generaciones.

Pequeñas lecciones de historia:

- Los datos de ocupación de los fondos no son extraordinarios: están llenos o prácticamente llenos desde la inauguración de Anoeta en 1993, con un aforo total de 29.000 espectadores. En el verano de 1998 se acometió una obra para añadir 3.000 localidades en los fondos mediante sendas entreplantas. En la temporada 1995-1996, la Real tenía 21.025 abonados. Tras la construcción de la entreplanta, en 1998-1999, 26.993 personas. En once de las siguientes catorce temporadas en Primera División, la Real tendrá más de 25.000 abonados.

La temporada 1997-98 (la anterior a la construcción de las entreplantas), el porcentaje de abonados respecto al aforo era del 79,83%. A pesar de estar libres el 20,17% de los asientos, las 3.000 nuevas plazas de las entreplantas se vendieron. Actualmente, el porcentaje de abonados es parecido:

- Temporada 2013-14: 81,89%.
- Temporada 2014-15: 78,17%.

- En el invierno de la temporada 2012-13, la Real Sociedad realizó una campaña que liberó cerca de 600 asientos en los fondos, trasladando sus actuales abonados a los córners. Dichas nuevas plazas no duraron mucho vacías y acabaron siendo nuevamente ocupados por la demanda como se puede constatar en los datos a junio de 2014.

2.2.2.Palcos

En un estudio que la propia Real Sociedad encargó a Ikerfel en 2003 y publicado en la revista oficial del club, se dio a conocer que “el índice de ocupación de los palcos ha sido y es del 100% desde el año 1993, sin rotación desde su ocupación inicial. Y, si en algún momento se ha producido alguna baja, incluso antes de ser notificada a la Real Sociedad, son los propios ocupantes del palco quienes traen al nuevo abonado. Disponemos de una importante lista de peticiones de localidades de palco que nos permitiría en este momento doblar el número de abonados, principalmente empresas, sin realizar ninguna gestión publicitaria especial”.

En junio de 2014 se puede constatar que los 776 asientos de los palcos siguen ocupados en su totalidad. Además, a la poca cantidad de asientos, se suma la nula variedad de estas. En cambio:

- El estadio Cornellà-El Prat del Espanyol cuenta con 1.900 localidades VIP repartidos en 4 modalidades.
- El Nuevo San Mamés cuenta con 2.860 localidades VIP repartidos en 2 modalidades: Palcos y butacas premium. Por este concepto, el Athletic de Bilbao ha presupuestado en 8 millones los ingresos, una cantidad parecida a la que la Real obtiene actualmente con todos sus abonados.
- Querer abarcar este público supone, además, mejorar los servicios, desde los bares hasta las plazas de aparcamiento, así como ascensores y otras facilidades que exige este tipo de abonados.

2.2.3.Derechos de TV

Conocido el nuevo reparto de los ingresos de derecho de televisión, un campo de fútbol en las condiciones óptimas, para lo que la Liga de Fútbol Profesional utilizará una empresa externa, determinará al 25% del dinero que se repartirá según criterios de notoriedad. Como se ha dicho, mejorar la instalación redundará en una mayor facturación de la empresa de fútbol y, por lo tanto, en una mayor contribución fiscal en Donostia, Gipuzkoa y Euskadi.

2.2.4.Techo en penetración

La Real Sociedad cuenta con uno de los índices de penetración de abonados respecto a la población de su territorio de referencia más elevados de Primera. Este dato, válido pero limitado, se extrae con base en la población de Gipuzkoa, donde también compiten la SD Eibar (con unos 5.000 abonados) y el Real Unión (con unos 3.000), además de que obvia los territorios limítrofes, incluido Iparralde.

Un ejemplo europeo con índice de penetración superior a la Real Sociedad es el del Borussia Moenchengladbach, cuya población de referencia son 256.000 habitantes y su asistencia al campo es superior a los 50.400 espectadores.

En las redes sociales, un dato de poco valor cuantitativo pero sí cualitativo, la Real Sociedad es con diferencia la entidad guipuzcoana que con más apoyo cuenta. En Twitter supera los 365.000 seguidores y en Facebook sobrepasa el millón, lo que da cuenta de la potencialidad de crecimiento en el caso de convertir una parte de esos seguidores en visitantes ocasionales de Anoeta.

3. Razones comunitarias

3.1. Impacto para la actividad económica de la ciudad

3.1.1. Estudio en Donostia

El último conocido sobre el impacto del fútbol en la ciudad data de 2007, realizado por Fomento de San Sebastián y relativo a la temporada 2006-2007, con hasta 800 encuestas a realistas en las últimas dos jornadas. En él, se recogen los siguientes datos:

- Asistencia y entrada: 430.405 asistentes (22.652 por cada uno de los 19 partidos de Liga); y 101.945 entradas vendidas (5.365 entradas por encuentro).
- El 34,5% de los realistas no residentes en la capital ha realizado actividades vinculadas con la gastronomía, el 27% ha cursado una visita turística por la ciudad, el 17% dice haber ido de compras y el 12,7% fue a las playas. Menos de tres de cada diez encuestados fue tan solo al partido.
- El 56,5% de los aficionados visitantes ha realizado actividades vinculadas con la gastronomía, el 45% ha cursado una visita turística por la ciudad, el 3,5% dice haber ido de compras y el 35,7% fue a las playas. El 18% de los encuestados fue tan solo al partido.
- El gasto medio del aficionado local el día del partido asciende a 17 euros en el exterior del estadio; el del visitante, a 64,76 euros. El aficionado local gastó 6,1 millones en hostelería restauración; 512.106 euros en transporte; 358.474 en hotelería; 273.123 euros en el comercio minorista; y 59.746 en ocio y cultura. El visitante, 139.795 en restauración; 62.050 en hotelería, 25.185 en comercio minorista, 6.023 en transporte y 3.322 en otras actividades

culturales. El total de gasto en la ciudad ascendió a 7,3 millones de euros.

- A partir de estos gastos en la ciudad y según las tablas input-output del Eustat, la suma de producciones intermedias para satisfacer las demandas generadas con motivo de los partidos fue valorada entre 54 millones de euros y 59,7 millones.
- Gasto directo que efectuó la Real Sociedad en la temporada 2006/2007: 38 millones de euros, de los que 28,5 se gastaron en Donostia y Gipuzkoa.
- La valoración económica de las noticias entre enero y junio de 2007 (más de 35 horas de televisiones estatales y autonómicas, con más de 840.000 impactos) ascendió a 19,6 millones de euros. La hora y media que tuvo el Real Valladolid (de Segunda División) en ese mismo semestre tuvo un valor de 925.000 euros.

3.1.2. Impacto Glasgow

El estudio *The Economic Impact of Regular Season Sporting Competitions: The Glasgow Old Firm Football Spectators as Sports Tourists* elaborado entre 2004 y 2007 por Grant Allan, Stewart Dunlop y Kim Swales (facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Strathclyde de Glasgow), concluye que la actividad turística que provocan los dos principales clubes escoceses, el Celtic de Glasgow y el Glasgow Rangers, "es para Escocia comparable al que genera el Festival de Edimburgo y, para Glasgow, el nivel de gasto turístico deportivo es similar al de la celebración de unos Juegos Olímpicos cada 12 años".

3.1.3. Otros estudios

Las cámaras de comercio de Zaragoza, Almería o Murcia, por citar tres ejemplos, han elaborado en la última década informes de impacto económico de los ascensos de sus equipos a Primera. Las previsiones del posible impacto de un ascenso para la ciudad son muy variables. Van desde las modestas (una previsión de 5 millones, que hicieron en Valladolid, o 10, en Murcia) hasta los 28,4 millones que calcularon en Granada en la

temporada 2011/2012 o los 23 millones que concluyeron en Girona en la temporada 2013/2014. A medio camino quedan los 19.675.784 euros de impacto que estimaron en Almería en 2014 o el estudio de Zaragoza:

- Zaragoza, temporada 2007-2008: acudieron 14.707 aficionados, 759 miembros de los clubes (jugadores, cuerpos técnicos y directivos); 592 periodistas, 76 árbitros. Un total de 16.134 personas. Lo que supone:
 - Hoteles. Suponen 12.476 pernoctaciones. Unos ingresos de 1.399.440 euros.
 - Restauración. Con gasto medio por persona de 50 euros y teniendo en cuenta que también se incluyen los aficionados locales que se desplazan a la capital, el estudio concluye que 26.600 personas hacen uso de la hostelería. 1,33 millones de euros. Las 15.375 personas foráneas gastarían, a su vez, 768.750 euros.
 - Comercio y otros gastos: entre los aragoneses que acuden a La Romareda en día de partido más la afición visitante (41.975 personas) gastan 2.144.906 euros en comercio, transportes, etc.
 - Efecto económico total. A los 5,4 millones de euros anteriores, habría que sumar los efectos indirectos (2,3MM), mediáticos (5,5MM) y transferencia del presupuesto del club a las arcas locales (7,15MM): 20.629.809 euros.

3.2.Desestacionalización

Más allá de los meses de verano, entendido este en el sentido amplio de mayo a octubre, la Real Sociedad genera visitantes en épocas que no coinciden con estos meses, lo que ayuda a desestacionalizar este sector y hacerlo más sostenible. Lo mismo ocurre con otros eventos que acoge el campo de fútbol, como los partidos europeos de rugby o los conciertos multitudinarios, que se mantendrían o incluso mejoraría debido a la ampliación de aforo.

3.3. Atractivo turístico y empresarial

Una reforma del estadio realizada no solo con criterios funcionales puede suponer que la instalación se convirtiera en una imagen icónica de la ciudad:

- Las aficiones tienen en cuenta varios factores a la hora de desplazarse: lo atractiva que sea la ciudad de destino, el trato por parte de la afición local y la experiencia dentro del estadio. En el caso de Anoeta, la mayoría de los aficionados visitantes es colocada en la Tribuna Norte Baja, cuyas localidades presentan una visibilidad mala.
- El fútbol como espectáculo global que es y la Liga española, como una de las más importantes del mundo, son un atractivo que puede ser utilizado por las empresas guipuzcoanas, un territorio eminentemente industrial, para ofrecer a sus clientes cuando les visitan ofreciendo entradas en palcos VIP de las que en estos momentos Anoeta carece.

I. Anexo: Mapa conceptual

El mapa conceptual que engloba e interrelaciona los conceptos recogidos en este documento puede consultarse a través del siguiente enlace:

<http://realsocialismo.org/wp-content/uploads/2015/12/mapa-conceptual.pdf>