

Más fieles que nunca

- Hay más de 3.000 hinchas en lista de espera



No ha fallado nunca y no tenía por qué hacerlo ahora, pero la afición del Atlético de Madrid está volviendo a superarse una vez más. Si en las duras ya cumplió, con el título liguero en el bolsillo la hinchada está desatada y promete ser más fiel que nunca a sus colores.

Eso al menos se desprende de la nueva campaña de abonados que está realizando el conjunto rojiblanco. A solo cuatro días de que finalice el plazo para dar de baja los carnés de los seguidores que no quieran continuar vinculados al club, apenas 300 personas han renunciado. La cifra es meramente anecdótica, ya que en otras campañas se registraban al menos un par de miles de bajas. Esta vez, apenas un 0,006 por ciento de los abonados han decidido no serlo en la 14-15.

Que hayan causado baja 300 hinchas no quiere decir, irónicamente, que haya menos abonados que la pasada temporada. Nada más lejos de la realidad, ya que el Atlético ya ha cubierto esas 300 ausencias con los más de 500 socios que han pasado a ser abonados desde que se abriera la campaña. Cabe recordar que estos no necesitaban inscribirse en la lista de espera para contar con una butaca en el Vicente Calderón el próximo curso.

De este modo, el Atlético ya está rozando los 44.000 abonados de cara a la próxima temporada (...)

Así, con estos 44.000 seguidores, más los 3.000 que ya han completado el formulario pertinente para inscribirse en la lista de espera -ya tienen asignada cita y serán atendidos antes de que finalice el presente mes-, el Atlético sumará alrededor de 47.000 abonados apenas un mes después de finalizar la campaña en la que se proclamó campeón de Liga (...)

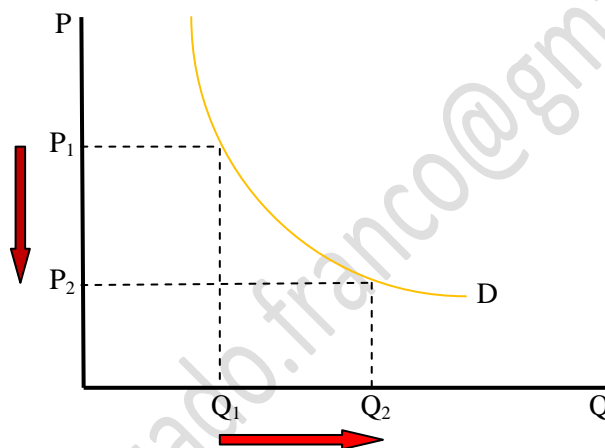
Fuente: <http://www.marca.com/2014/06/16/futbol/equipos/atletico/1402912568.html#comentarios>

Comentario:

El redactor de esta noticia no nos cuenta, en principio, nada nuevo: la fidelidad de los aficionados del Atlético de Madrid a sus colores es bien conocida. Aporta a continuación un dato: según sus cifras, tan solo el 0'006 por ciento de los abonados han decidido no serlo en la temporada siguiente (en realidad es el 0'6 por ciento). Dado que las bajas se cubren sobradamente con las nuevas incorporaciones, el número de abonados se prevé que se incremente en varios miles.

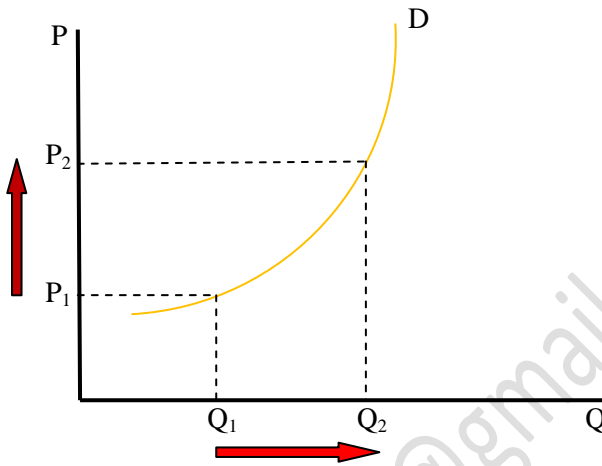
Los economistas echamos de menos en esta noticia al menos un dato: ¿qué ha pasado con el precio de los abonos?

En efecto, si nos hablan de que el número de abonados va a aumentar notablemente, una rebaja en el precio estaría justificando este hecho, como ocurriría en la figura siguiente:



Aunque el redactor no dé los datos, yo sí que los tengo. En mi caso, si consideramos únicamente el abono normal, se ha producido un incremento desde 760 € hasta 780 €. Si tenemos en cuenta el abono total (incluyendo también los partidos de Copa del Rey y de la Champions, además de la Supercopa de España), el aumento que se ha producido es de 960 € hasta 995 €. Es decir, un incremento de un 2'63% ó de un 3'65% según tengamos en cuenta únicamente los partidos de liga o la totalidad de los partidos.

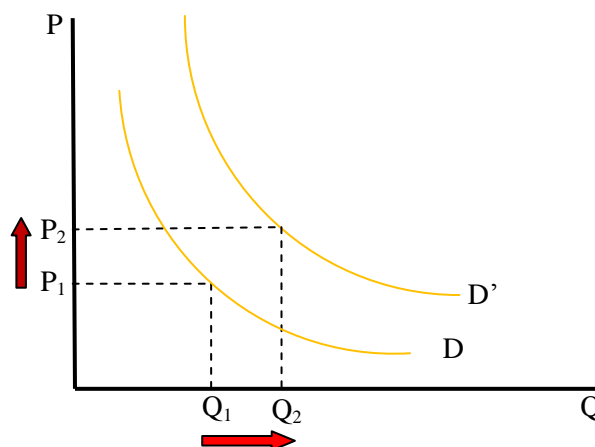
Se ha producido un incremento en el precio, y también en la cantidad demandada ¿Qué deberíamos concluir en este caso? Podríamos deducir, erróneamente, que se trata de un bien Giffen, como el de la figura siguiente:



Sin embargo, si queremos analizarlo correctamente, hemos de tener en cuenta al menos dos hechos: el incremento de precios, -que provocaría un desplazamiento a lo largo de la función de demanda-, y el desplazamiento que se haya podido producir de la función de demanda.

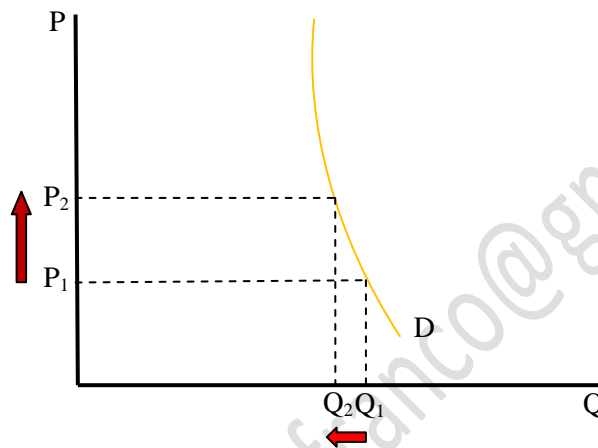
En efecto, como se señala en el texto, el Atlético de Madrid se acaba de proclamar brillante campeón de la Liga española, y ha sido finalista de la *Champions League*. Pero es que, desde 2010 hasta aquí, muestra un palmarés espectacular: además de la Liga recién mencionada, ha ganado dos *Europa League*, dos supercopas de Europa -frente al Inter y el Chelsea-, y una Copa del Rey derrotando en el estadio Bernabéu a su eterno rival, el Real Madrid.

Todos estos triunfos continuados han hecho que sea un club que se ha puesto “de moda”, y que por consiguiente la función de demanda se haya desplazado hacia la derecha. Así, aunque se produzca un incremento en los precios que pueda hacer que alguien se vea obligado a renunciar a su abono, la cantidad demandada es mayor, como se puede apreciar en el gráfico siguiente:



El último aspecto que queda por reseñar es el que se destaca en el titular del artículo: “Más fieles que nunca”. Esa fidelidad a su equipo de esta hinchada ejemplar nos estaría hablando de la existencia de una función de demanda muy rígida o inelástica. Recordemos que una demanda es muy inelástica cuando se trata de bienes de primera necesidad, o que carecen de sustitutos. En estos casos, aun cuando se produzcan incrementos de precios, la cantidad demandada apenas disminuiría.

Obsérvese que en el gráfico siguiente, aunque se produce un incremento muy notable de los precios, la cantidad demandada permanece prácticamente inalterada.



El hecho de que en la noticia se obviasen todas estas consideraciones económicas nos ha permitido que, a partir de una noticia cotidiana de un periódico, pudiésemos repasar varios conceptos relevantes de la microeconomía.