PASOS
Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
www.pasosonline.org

Vol. 23 N.º 2. Págs. 509-522. abril-junio 2025
https://doi.org/10.25145/j.pasos.2025.23.034

El caso del Trofeo Teresa Herrera de fútbol como paradigma de la infrautilización de un producto turístico

Héctor José Pena Taboada* José Antonio Fraiz Brea**
Universidad de Vigo (España)

Valentín Alejandro Martínez Fernández***
Universidade da Coruña (España)

Resumen: Dentro de la infinidad de formas de practicar y entender el turismo, una de las más pujantes es el turismo deportivo. Los acontecimientos deportivos pueden llegar a crear numerosos puestos de trabajo, generar ingresos sustanciales en varias ramas de la economía y, en definitiva, tener un importante efecto multiplicador. El trofeo Teresa Herrera de fútbol, durante sus mejores tiempos, no hacía sino confirmar este postulado, ya que repercutía positivamente a nivel turístico, económico e incluso mediático no solo en A Coruña ciudad, sino también en toda su comarca. Para demostrar el peso como reclamo turístico ya no solo del Teresa Herrera en la ciudad de A Coruña, sino de este tipo de competiciones deportivas locales con gran valor simbólico, siguiendo la clasificación elaborada por Penot, se ha recurrido aquí a las técnicas de investigación cualitativa, y concretamente a la entrevista enfocada a una serie de expertos en la historia del decano de los torneos españoles de fútbol, revelando además los factores que han provocado la pérdida de esplendor de este tipo de eventos y proponiendo acciones que los impulsen y revitalicen.

Palabras clave: Turismo deportivo; A Coruña; Teresa Herrera; Fútbol; Turismo urbano.

The case of the Teresa Herrera football trophy as a paradigm of the underuse of a tourist product

Abstract: Within the many ways of practising and understanding tourism, one of the most thriving segments is sports tourism. Sport events can create a significant amount of jobs, generate substantial income in various branches of the economy and, ultimately, have a significant multiplier effect. The Teresa Herrera football trophy, in its better moments, confirmed this postulate, since it had a positive impact on tourism, economics and even the media, not only in the city of A Coruña, but also in the whole region. However, the Teresa Herrera Cup did not adapt to the circumstances imposed by the new era, so it began to progressively decline from the 90s until it became a minor tournament with hardly any impact. To reveal the importance as a tourist attraction not only of the Teresa Herrera in the city of A Coruña, but of this kind of local sports competitions with great symbolic value, following the classification developed by Penot, qualitative research techniques have been used, with specific focused interview of experts in the history of major Spanish soccer tournaments, also revealing the factors that have caused the loss of splendour of this kind of events and proposing actions to promote and revitalise them.

Keywords: Sports tourism; A Coruña; Teresa Herrera; Football; Urban tourism.

* Universidad de Vigo (España); https://orcid.org/0009-0004-9856-402X; E-mail: hectorjose.pena@uvigo.gal
** Universidad de Vigo (España); https://orcid.org/0000-0002-3190-6492; E-mail: jafraiz@uvigo.es
*** Universidade da Coruña (España); https://orcid.org/0000-0003-0069-675X; E-mail: valentin.martinez@udc.es

Cite: Pena Taboada, Héctor J.; Fraiz Brea, José A. & Martínez Fernández, Valentín A. (2025). El caso del Trofeo Teresa Herrera de fútbol como paradigma de la infrautilización de un producto turístico. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural,* 23(2), 509-522. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2025.23.034.

© PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. ISSN 1695-7121

1. Introducción

El fútbol hace mucho tiempo que dejó de ser solo un juego -si es que alguna vez lo fue- para convertirse en un negocio. Hoy, no solo genera pasiones, sino también miles de millones de euros al año en todo el mundo.

El deporte rey se alza como gran *business* internacional especialmente a partir de la década de los 90 del siglo XX, un tiempo en el que la globalización llegó al mundo del fútbol con la generalización de la televisión en todo el planeta, la expansión de internet, la ampliación del calendario futbolístico y por ende de las competiciones internacionales a lo largo de todos los meses del año -con partidos oficiales durante todos los días de la semana- y con la Ley Bosman (Crespo Pérez, 1996) como símbolo del cambio de paradigma que permitió a los equipos europeos hacerse con los servicios de futbolistas con pasaporte comunitario sin límite de ningún tipo.

Al mismo tiempo se produjo la caída en barrena de una serie de competiciones no oficiales, pero sí de gran tradición y relevancia pasada, los conocidos como "torneos de verano". Trofeos como el Teresa Herrera, el Ramón de Carranza o el Colombino permitieron durante décadas que los aficionados al fútbol de A Coruña, Cádiz o Huelva, cuyos equipos no eran habituales de la Primera División, viesen en acción a las mejores escuadras del mundo, y como ellas una infinidad de localidades españolas que contaban con su trofeo de verano, todas siguiendo la estela de los pioneros, los coruñeses, que crearon el Teresa Herrera en el año 1946 (Pena, 2015).

Cuadro 1: Año de fundación de los principales torneos de verano en España

Trofeo	Año de fundación
Teresa Herrera	1946
Emma Cuervo	1952
Corpus de Ourense	1952
Vendimia de Jerez	1952
San Ginés de Arrecife	1953
Concepción Arenal	1954
Carranza	1955
Corpus de Lugo	1955
Corpus de Cádiz	1958
Luis Otero	1959
Festa d'Elx	1960
Costa del Sol	1961
Villa de Gijón	1962
Ciudad de Marbella	1961
San Agustín de Avilés	1964
Colombino	1965
Feria de Toledo	1965
Joan Gamper	1966
Cervantes de Alcalá de Henares	1967
Ibérico de Badajoz	1967
Ciudad de Melilla	1967
Ciudad de Mérida	1967
Ciudad de Murcia	1967
Ciudad de Pamplona	1967
El Olivo de Jaén	1967

Luis Bermejo	1967
De la Uva y el Vino	1968
Conde de Fenosa	1968
Ciudad de Hospitalet	1968
Ciudad de Palma	1969
Ciudad Bahía de Cartagena	1969
De l'Estany	1969
Conde de Fontao	1969
Naranja	1970
Ciudad de la Línea	1970
Costa Brava	1970
Vallecas	1970
De la Galleta	1970
Ciudad de Vigo	1971
Ayuntamiento de Ciudad Real	1971
Villa de Estepona	1971
Ciudad de Las Palmas	1971
Príncipe Felipe	1971
Ciudad de Zaragoza	1971
Trofeo Teide	1971
Ciudad de Valladolid	1972
Ciudad de Sevilla	1972
Villa de Madrid	1973
Ciudad de Albacete	1973
Ciudad de Granada	1973
Ciutat de Barcelona	1974
Nostra Catalunya	1974
Ciudad de Córdoba	1975
Ciudad de Ceuta	1975
Ciudad de Tenerife	1975
Ciudad de Oviedo	1976
Inmortal de Girona	1977
Ciudad de Cáceres	1978
Bernabéu	1979
Maspalomas International	1984
Ciudad de Alicante	1984
Principado de Asturias	1988
Juan Acuña	1989
Memorial Quinocho	1995
De la Cerámica	2000

Fuente y elaboración: Propias

Como se puede observar en el Cuadro 1, la mayoría fueron creados entre mediados de la década de los 50 y mediados de los 70 del siglo XX, la época dorada de estos trofeos, que con el paso de los años se vieron afectados por muchos de los males que padeció el Teresa Herrera. Al igual que sucede con el

decano de los torneos de verano, las conclusiones de este trabajo son extrapolables a estas competiciones que llenaban estadios aún en los años 80 y que hoy están muy venidas a menos, hasta el punto de que varias de ellas ya ni se disputan, como el Ciudad de La Línea, el Ciudad de Alicante o el otrora importantísimo Villa de Madrid, desapareciendo con ellas un recurso que atraía un perfil diferente de turista a numerosas localidades que quedaban excluidas del circuito de sol y playa en un tiempo en que esa era la forma principal de entender el turismo (Ruíz Vega & Olarte Larrea, 2011) o que diversificaba el perfil del visitante en destinos como Mallorca, Valencia o Marbella.

Durante su larga historia el Teresa Herrera vivió numerosos altibajos, pero a lo largo de muchos años llegó a ser un importante foco de atracción turística, pues a la ciudad acudían ingentes cantidades de visitantes a nivel comarcal, provincial, regional e, incluso -en sus mejores tiempos- nacional, atraídos no solo por la presencia de los mejores equipos del mundo -como el Santos de Pelé, el Ajax de Cruyff, el Real Madrid de la Quinta del Buitre o el Barcelona del *Dream Team*- en el cartel del decano de los torneos de verano, sino también por toda la parafernalia festiva que rodeaba al evento, que durante décadas fue el acontecimiento más importante de las fiestas de A Coruña.

Porque el Teresa Herrera fue conocido durante muchos años como "la gran fiesta del fútbol gallego" por la calidad de los partidos de fútbol que ofrecía, aunque también por el espectáculo que se vivía año tras año en las gradas de Riazor, lo que diferenciaba al torneo coruñés de cualquier otro trofeo veraniego (Muiños, 1995).

Este fenómeno se magnificó en la época dorada del Teresa Herrera, a partir de 1973, cuando la competición adoptó el formato cuadrangular y en su última jornada, siempre un domingo de agosto, se celebraban dos partidos consecutivamente: el del tercer y cuarto puesto y luego la final, lo que para muchos significaba estar más de cuatro horas seguidas encerrados en un estadio de fútbol.

Para sobrellevar tal maratón, los numerosos aficionados que acudían en grupo al estadio -ya fueran cuadrillas de amigos, peñas, entidades sociales y vecinales o visitantes procedentes de otros puntos de la geografía gallega, española o incluso portuguesa-, dejaron de lado el tradicional bocadillo para sustituirlo por una serie de manjares mucho más contundentes, que iban del jamón asado a los callos pasando por el marisco. Había nacido lo que en lengua gallega se dio en llamar "as merendiñas" (Mundiario, 2013).

Teniendo en cuenta todo lo descrito anteriormente, en este trabajo se pretende realizar una aproximación, desde el punto de vista del turismo, a una época ya pasada e, incluso, a una forma de hacer turismo ya olvidada, pero que tuvo una enorme importancia para ciudades como A Coruña o Cádiz y que ha sido ignorada no solamente por la literatura, sino por sus gestores y responsables, infrautilizando y desaprovechando todo su potencial como activo turístico, en esta caso de la localidad de A Coruña (Castillo-Palacio & Castaño-Molina, 2015).

2. Revisión teórica

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el término turismo como la actividad de las personas que se desplazan a un lugar distinto de su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año y por un motivo principal distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado (2006).

Dentro de las múltiples formas de practicar y entender el turismo, una de las más pujantes es el turismo deportivo. Deporte y turismo están más unidos que nunca, ya que forman parte esencial del modo de vida de millones de ciudadanos en todo el planeta. Como indicó Peter Keller en el informe *Deporte & Turismo* elaborado para la primera conferencia mundial sobre dicha temática que tuvo lugar en febrero de 2001 en Barcelona, "turismo y deporte son, en gran medida, hermanos siameses, pues ambos son componentes clave de una nueva cultura mundial en el que los acontecimientos deportivos contribuyen a hacer del mundo un lugar más pequeño" (Keller, 2001).

No obstante, cabe realizar una matización a las palabras de Keller, pues él solo hace referencia al turismo deportivo pasivo -en el que el turista viaja para presenciar un acontecimiento deportivo, en calidad de espectador-, cuando su opuesto, el turismo deportivo activo -en el que el principal objetivo del viaje es practicar deporte- también existe y es cada vez más importante (ANETA, 2018).

Al hilo de todo lo anterior cabe añadir que aun entendiendo que tanto el deporte como el turismo son fenómenos complejos, nada fáciles de entender ni de explicar en términos netamente económicos por su carácter poliédrico, a día de hoy la experiencia empírica y la literatura coinciden en señalar que el acoger y organizar acontecimientos deportivos de forma seria y bien gestionada supone una

enorme oportunidad para activar una economía, atraer inversiones y potenciar el turismo, además de ser una ocasión ideal para posicionar -o reposicionar- un destino turístico (Salgado-Barandela, 2021).

Empero, es importante precisar, como indican Rodríguez y Sánchez (2010), que no en todos los casos se aguardan bondades económicas, pues estas vendrán determinadas por una buena organización, sin trasfondo corrupto o urbanístico de ningún tipo (Mestre, 2012). Mas no son el posible fracaso económico o la sombra de la corrupción las únicas repercusiones negativas de la relación creada entre turismo y eventos deportivos, ya que las molestias a las personas residentes, el ruido excesivo, masificaciones, atascos de tráfico, los daños en el medio ambiente o incluso modificaciones en la cultura y el sistema de valores de la comunidad receptora son consecuencias muchas veces pasadas por alto en favor de los beneficios económicos en lo que se ha dado en conocer como la cara 'B' del *Barcelona effect* que trajeron consigo los Juegos Olímpicos del 92 a la Ciudad Condal (Poczta et al., 2020).

La cada vez más prolija producción bibliográfica sobre el tema permite adoptar como válidas las definiciones de una serie de conceptos fundamentales para comprender el todo, empezando por la de "evento" o "acontecimiento". Shone y Parry (2004) definen los eventos o acontecimientos, en general, como fenómenos que surgen de ocasiones rutinarias y que tienen objetos de ocio, culturales, personales u organizativos establecidos de forma separada a la actividad normal diaria, cuya finalidad es ilustrar, celebrar, entretener o retar la experiencia de un grupo de personas. En cuanto a los acontecimientos o eventos deportivos, en particular, resulta interesante la conceptualización que realizan Patricio Sánchez y Ángel Barajas (2008), definiéndolos como todos aquellos eventos que tienen como objeto fundamental el desarrollo de una -o varias- modalidades deportivas. Su modelo permite, a mayores, elaborar una descripción y clasificación minuciosa de las características del evento a estudiar, según el cual se puede distinguir entre:

- Ámbito geográfico: Puede ser local, provincial, autonómico, interautonómico, estatal o internacional. Cuanto mayor sea, mejor, ya que abre las puertas a que lleguen más visitantes atraídos por el cartel del acontecimiento. Sin embargo, aquí cabe realizar un matiz importante, ya que no todos los eventos atraen espectadores del mismo ámbito geográfico que tiene la competición. Así, que un evento deportivo cuente con participantes internacionales no significa que vayan a llegar visitantes de todo el mundo, ya que ese fenómeno está reservado a un pequeño grupo de selectos acontecimientos, como la Eurocopa, el Mundial de Fútbol, los Juegos Olímpicos, carreras de Fórmula 1…
- Modalidad y tipo de competición: Este factor hace referencia a si se trata de una competencia individual o colectiva y a si su formato es el de una liga, un campeonato o una prueba. Este elemento -el tipo de competición- es de los más importantes a la hora de determinar el impacto turístico y económico de un acontecimiento deportivo, ya que si se trata de un campeonato o de una prueba su influencia sobre la economía y el turismo de la ciudad que la acoge suele ser menor que si se trata de una liga, ya que esta se extiende en el tiempo, al contrario que el campeonato o la prueba, que se concentran en una única o en escasas fechas.
- Duración del evento: El punto anterior enlaza directamente con este concepto, pues, a mayor duración del evento, mayor probabilidad de que los visitantes realicen gasto en la localidad receptora.
- Tipo de deporte, edad y sexo de los participantes: El tipo de deporte, la edad y el sexo de los participantes en el acontecimiento deportivo resultan vitales para determinar su impacto a nivel turístico y económico, ya que un deporte de masas -por ejemplo, el fútbol- practicado por personas en edad sénior siempre tendrá más poder de atracción que un deporte minoritario, por la diferente atención mediática y del público, lo que repercute en el número de potenciales espectadores, visitantes y consumidores.
- Necesidad de infraestructuras y periodicidad de la prueba: Por último, la necesidad de construir o no infraestructuras para acoger el evento deportivo determina sobremanera el impacto económico del mismo, ya que por sus características estos recintos suelen demandar una importantísima inversión económica; además, la periodicidad también influye a la hora de evaluar ese impacto. Esta puede ser irregular, regular o regular con cambio de sede.

Figura 1: Elementos definitorios de un evento deportivo

Fuente: Sánchez, Patricio; Barajas, Ángel (2008, p.115-117).

Robert Wilson (2006) complementa esta caracterización de los eventos deportivos desarrollando una clasificación tipológica que diferencia entre cinco diferentes:

- Tipo A: Eventos irregulares y únicos, con gran asistencia de participantes y espectadores internacionales. Generan una actividad económica más que considerable, así como un importante interés mediático.
- Tipo B: Eventos regulares, con gran asistencia de espectadores. Generan una gran actividad económica y gran interés mediático.
- Tipo C: Eventos regulares o irregulares, con cierta asistencia de espectadores y competidores internacionales que generan una actividad económica limitada.
- Tipo D: Eventos regulares o irregulares, que generan una actividad económica limitada, incluso con mayor asistencia de competidores que de espectadores, además de impacto a nivel nacional.
- Tipo E: Eventos regulares, con poca asistencia de competidores y espectadores y una actividad económica generada escasa o muy limitada.

Dichos eventos deportivos pueden ser, atendiendo a la clasificación de Peter Keller (Op.Cit), de gran envergadura, como por ejemplo los Juegos Olímpicos de verano o el Mundial de Fútbol; de mediana, como la Copa del Rey de Baloncesto; o de pequeña, que sería el caso del trofeo Teresa Herrera de fútbol, que cada año desde 1946 se celebra en A Coruña. Siguiendo otra clasificación, ésta vez la de Jean Penot

(2001), el torneo balompédico coruñés respondería al tipo de "competiciones deportivas locales con gran valor simbólico".

Y es que, siempre en relación a su tamaño, esos acontecimientos deportivos pueden llegar a crear numerosos puestos de trabajo, generar ingresos sustanciales en varias ramas de la economía y, en definitiva, a tener un importante efecto multiplicador (Sánchez Santos et al., 2003).

En el caso particular del turismo deportivo orientado al fútbol, la creciente atención que ha recibido por parte de la literatura científica en los últimos años lo ha destacado como una fuente de importantes beneficios para las ciudades destino (Szumanski & Drut, 2020), en buena parte gracias a la difusión mediática y promoción que conlleva (Gutiérrez-Aragón et al., 2023).

El trofeo Teresa Herrera, durante sus mejores tiempos, confirmaba este postulado, ya que repercutía positivamente a nivel turístico, económico e incluso mediático -la prensa, tanto deportiva como generalista, le dedicaba numerosísimas páginas año tras año al torneo, llegaban reporteros de las principales radios del país e, incluso, se editaba una revista específica- no solo en A Coruña ciudad, sino también en todos los municipios limítrofes como Oleiros, Culleredo o Arteixo.

Esos medios de comunicación, como señala Palazzolo (2016), no solo realizaron una contribución fundamental a la hora de generar atracción hacia un destino turístico, sino que proyectaron e impulsaron la imagen de marca de la ciudad, de ahí que resulte imprescindible que la comunicación tenga siempre un lugar entre las prioridades de toda estrategia turística (Muñiz Martínez & Cervantes Blanco, 2010).

El problema es que, por diversos factores, el Teresa Herrera no se adaptó a las circunstancias impuestas por los nuevos tiempos, por lo que empezó a decaer progresivamente desde los años 90 hasta convertirse en lo que es hoy, un evento menor e irrelevante, desaprovechando los importantes beneficios que podría continuar reportando una marca tan consolidada como la del trofeo Teresa Herrera, pues incluso acontecimientos de pequeño tamaño, como es su caso, pueden aportar muy positivamente al turismo y a la economía de ayuntamientos e, incluso, de regiones enteras, como demuestra la experiencia de Andalucía desde finales del siglo XX (Otero, Isla Castillo, & Fernández Morales, 2002) acogiendo pruebas de disciplinas no mayoritarias como el golf o el tenis .

Un ejemplo de esto está en Inglaterra, donde desde la entrada en el siglo XXI han comenzado a configurar iniciativas en el ámbito de la protección y explotación turística del patrimonio histórico vinculado al deporte y al fútbol, impulsando al mismo tiempo destinos turísticos en declive. En este sentido, el equipo de fútbol más antiguo del mundo, el Sheffield Football Club (1857), que deportivamente compite en las categorías amateurs desde hace décadas, solicitó en 2016 -aunque sin éxito- por parte de la Unesco el reconocimiento de su estadio, Olive Grove, como Patrimonio de la Humanidad, resaltando su presidente, Richard Tims, que allí se reciben "visitantes de toda Europa" que hacen de él "un gran destino turístico internacional" (The London Economic, 2016).

En el extremo contrario, también en Inglaterra, es digno de mención el caso del National Football Museum y la ciudad industrial de Preston. Allí, en el estadio del equipo de fútbol local, el Preston North End, estuvo instalado desde 2001 y hasta 2012 el museo futbolístico más importante del planeta (Brabazon & Mallinder, 2006), que atraía hasta 100.000 visitantes (The Guardian, 2009) al año a esta localidad de 140.000 habitantes del condado de Lancashire. Con su marcha al centro neurálgico de la vecina Manchester, a un nuevo y moderno edificio que prácticamente duplicó la cifra de visitantes que registraba en su anterior ubicación hasta los 190.000 (National Football Museum, 2023), Preston perdió su principal activo turístico.

Con respecto al ámbito español, existe una situación prácticamente análoga a la vivida en A Coruña con el trofeo Teresa Herrera en Cádiz con la del trofeo Ramón de Carranza. Como el Deportivo, el equipo local, el Cádiz Club de Fútbol, no era un habitual de la Primera División ni de las competiciones europeas, hasta el punto de que desde la fundación del Carranza (1955) hasta 1985 –con excepción de tres ascensos puntuales en 1977, 1981 y 1983, la única forma de ver fútbol de elite en esa ciudad andaluza fue gracias a un torneo en el que participaron las principales estrellas del momento, como Di Stéfano, Pelé, Eusébio, Cruyff o Maradona (Corcuera, 2010). Sin embargo, y a causa de unas circunstancias similares a las que llevarían a la decadencia del Teresa Herrera y que se desgranarán a continuación, la que fue una gran fiesta del turismo y que dio pie a una multitudinaria tradición de barbacoas familiares en la playa paralelas a los partidos de fútbol (La Voz de Cádiz, 2022) –similar a lo que sucede durante las fiestas de San Juan y que desapareció ante la prohibición municipal- fue disminuyendo su peso como activo turístico hasta ser totalmente nulo.

Así, teniendo en cuenta todo lo anterior, se han articulado dos hipótesis principales de las que se extraen múltiples hipótesis secundarias:

1. "El Teresa Herrera fue un gran reclamo turístico para la ciudad de A Coruña desde el momento de su creación en 1946 hasta la década de los años 90".
    - 1.1. "Una enorme masa de turistas y excursionistas se acercaba hasta A Coruña todos los años para disfrutar del Teresa Herrera, y no solo de otros puntos de Galicia, sino de toda la Península Ibérica"
        - 1.1.1. "Dentro de esa masa de turistas procedentes de fuera de Galicia para asistir al Teresa Herrera, la mayoría llegaban de Asturias y de Portugal, especialmente cuando competían en el torneo el Sporting de Gijón o algún equipo portugués como el Oporto, el Benfica o el Sporting de Lisboa"
    - 1.2. "La tasa de ocupación hotelera de A Coruña se disparaba durante la celebración del trofeo Teresa Herrera"
    - 1.3. "El traslado del Teresa Herrera de su fecha original, en los alrededores de la festividad de San Pedro -última semana de junio-, al mes de agosto -a partir de 1973- contribuyó al éxito turístico de la competición".
    - 1.4. "El Teresa Herrera, hasta su decadencia, disponía de una gran relevancia mediática a nivel nacional e internacional".
    - 1.5. "El Teresa Herrera también atraía a un perfil de turista de clase alta o muy alta, personajes de gran importancia política, militar o social que presenciaban el partido desde el palco de Riazor"
    - 1.6. "La presencia del Deportivo de La Coruña en Segunda División durante la mayor parte de ese periodo de tiempo (años 40-90) convirtió al Teresa Herrera en la única forma de ver fútbol de élite en directo para centenares de miles de personas"
    - 1.7. "La inexistencia de internet o de televisión por cable o satélite contribuyó al éxito deportivo y turístico del torneo en una doble vertiente: por una parte, obligando a acudir a la ciudad herculina para poder contemplar a los mejores equipos del mundo, y por otra, atrayendo a un perfil de público menos culto futbolísticamente hablando que el actual debido al déficit de información, por lo que estaba más abierto a desplazarse hasta A Coruña para ver en acción a conjuntos que estaban lejos de pertenecer a la élite, pero a la que ellos creían que sí pertenecían".
2. "El declive sufrido por el Teresa Herrera como competición desde finales de los 90 hasta la actualidad acabó con toda su importancia turística y económica en la ciudad de A Coruña".
    - 2.1. "El conflicto Deportivo-Ayuntamiento, en el origen de la cuesta abajo del Teresa Herrera"
    - 2.2. "La gestión del Deportivo, responsable del declive del torneo".
    - 2.3. "La expansión del calendario futbolístico oficial, verdugo de los torneos de verano".

3. Metodología

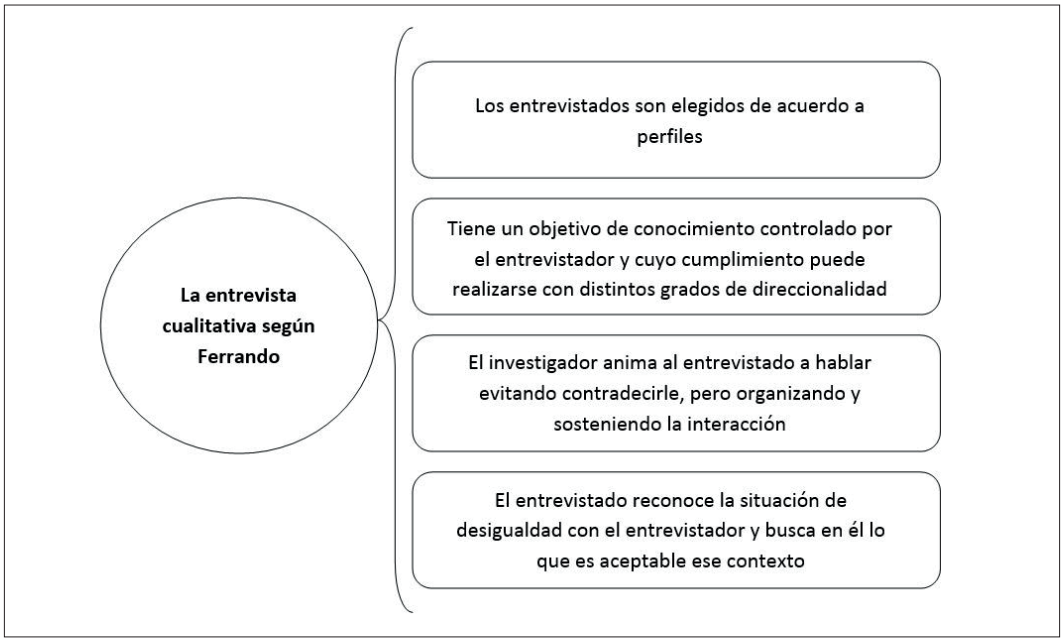
En la elaboración de esta investigación se utilizaron técnicas cualitativas. La razón de emplear la perspectiva cualitativa es que concibe la investigación como un proceso global, abierto y flexible, con unos planteamientos, por lo general, más receptivos a la crítica y a la modificación que los cuantitativos. Además, sus características básicas –concepción global y flexible de la investigación; relación directa entre el observador y el observado; construcción del objeto de estudio y el muestreo atendiendo a las diferencias estructurales básicas- se adaptan a la perfección al fin de la investigación (Verd & Lozares, 2016).

En concreto, la técnica elegida es la entrevista en profundidad, basándonos en la Figura 2:

García Ferrando (1999) evidencia las múltiples diferencias entre entrevista normal, ordinaria y cualitativa, la escogida aquí. Asimismo, dentro de los tres tipos principales de entrevistas en profundidad -entrevistas no dirigidas o abiertas en el sentido más amplio del término; las entrevistas semi-estructuradas o intensivas y las entrevistas completamente estandarizadas, más conocidas como aquellas que se realizan mediante cuestionario-, aquí se ha optado por la primera, ya que supone un punto intermedio entre la encuesta -ya sea en cuestionario o como entrevista férreamente dirigida- y la observación participante, que es completamente libre.

Aunque un repaso a la literatura científica actual revela una mayor profusión en su empleo tanto de la entrevista semi-estructurada como de la estandarizada, existen ejemplos recientes de la utilización con éxito de la entrevista no dirigida o abierta por investigadores e investigadores de diferentes partes

Figura 2: La entrevista cualitativa



Fuente: García Ferrando, Manuel (2005, p.19-54).

del mundo en el ámbito del turismo. Ejemplos de ello son los artículos de Gelter, Fuchs y Lexhagen (2022); Ijabah y Amrrullah (2023); o Jiang, Scott, Li, Xiong o Yuan (2023).

Ahondando aún más en el formato de entrevista a emplear, dentro de los diferentes tipos de entrevistas no dirigidas la elegida es la entrevista enfocada, siguiendo la nomenclatura acuñada por Robert Merton (1987). Este tipo de entrevistas destaca por su concreción, es decir, siempre gira en torno a un núcleo o foco de interés, en este caso, el trofeo Teresa Herrera. Además, va dirigida a un individuo concreto, caracterizado y señalado previamente por haber tomado parte en esa situación o haber vivido esa experiencia.

Las características que mejor definen a la entrevista enfocada, según Ruiz Olabuénaga (Ruiz Olabuénaga, 2012), son las siguientes:

- La persona entrevistada es un sujeto de quien se sabe que ha intervenido en una situación particular.
- El entrevistador conoce de antemano, directa o indirectamente esta situación, y la ha analizado sistemáticamente. Con base en ese análisis desarrolla una guía de entrevista en la que señala los puntos de mayor interés para la investigación y las hipótesis que confieren mayor relevancia a los datos que se van a recoger.
- La entrevista se concentra en la experiencia subjetiva de los sujetos seleccionados con el objeto de conseguir de ellos su definición de la situación.
- La entrevista está siempre abierta a que respuestas o relatos imprevistos den pie a nuevas hipótesis e interpretaciones de la experiencia.

Para finalizar, en lo que respecta al muestreo se emplea un método no probabilístico. En concreto, se utiliza el muestreo por conveniencia, al que Creswell (2008) define como "un procedimiento de muestreo en el que el investigador selecciona a los participantes, ya que están dispuestos y disponibles para ser estudiados". No obstante, y como suele ser habitual, el espectro de personas a entrevistar fue sufriendo cambios a lo largo del desarrollo del proyecto, de forma sujeta a los criterios del investigador, una ventaja de este método -el investigador determina sus propios entrevistados según la riqueza de información que puedan aportar o la posición que ocupan u ocuparon en relación al fenómeno estudiado-, pero

también una de sus desventajas, en cierta forma, ya que el hecho de que el investigador determine a los entrevistados de un modo subjetivo hace que se pueda considerar que este muestreo tiene menor representatividad, ya que esta no se puede cuantificar.

Además, se podría resaltar que también se empleó la estrategia de la "bola de nieve" (Martín-Crespo & Salamanca Castro, 2007), ya que a lo largo de la investigación se fue coincidiendo con varios individuos clave que condujeron a otros sujetos de interés a los que entrevistar.

Las personas entrevistadas son diez protagonistas de la historia del Trofeo Teresa Herrera en diferentes ámbitos: Cristino Álvarez Herrera -periodista e hijo del fundador del torneo-, Felipe Poncet -administrador del trofeo Teresa Herrera entre 1973 y 1987-, Pilar Sánchez Marín-Pizarro y Matilde Pérez Moreira -responsables de protocolo del Ayuntamiento de A Coruña desde 1996-, José Manuel Liaño Flores -miembro de la Corporación Municipal que creó el torneo en 1946 y presidente de la Comisión Organizadora del torneo entre 1976 y 1979, en su condición de alcalde de A Coruña-, Eduardo Aceña -miembro de la concejalía de Deportes de A Coruña entre 1979 y 2010 y Administrador General del torneo entre 1987 y 2000-, César Gallego -restaurador y gerente desde 1954 del céntrico restaurante coruñés 'Coral', lugar elegido para llevar a cabo las comidas en homenaje a los participantes de cada edición del trofeo Teresa Herrera-, Raúl García de Loza -árbitro de Primera División de 1980 a 1994 y colegiado responsable de pitar múltiples partidos del Teresa Herrera, incluidas las finales de 1989 y 1993-, Vicente Leirachá -periodista deportivo de 'La Voz de Galicia' desde 1947, cubrió profesionalmente todas las ediciones de la competición futbolística desde su comienzo- y Manuel Estévez Mengotti, abogado y persona al frente de la Comisión Organizadora del Teresa Herrera entre 1973 y 1987.

Algunos de ellos ya fallecidos –la investigación en el ámbito del impacto turístico del trofeo Teresa Herrera comenzó en el año 2012–, sus opiniones fueron tomadas en distintas cafeterías, despachos profesionales y domicilios particulares durante 60 minutos. Estas entrevistas podrían haber sido mayores en número, pero se decidió dejarlas en diez por considerar que se había alcanzado el punto de saturación, dada la repetición de algunos conceptos e ideas.

4. Resultados

Hipótesis 1.- "El Teresa Herrera fue un gran reclamo turístico para la ciudad de A Coruña desde el momento de su creación en 1946 hasta la década de los años 90".

Existe unanimidad entre los entrevistados en lo que respecta a esta premisa. Absolutamente todos destacan la relevancia turística, económica, deportiva, mediática, social e incluso política que llegó a alcanzar el torneo coruñés, confirmando lo indicado por Pena (Op.Cit) en su volumen monográfico sobre el Teresa Herrera.

1.1. "Una enorme masa de turistas y excursionistas se acercaba hasta A Coruña todos los años para disfrutar del Teresa Herrera, y no solo de otros puntos de Galicia, sino de toda la Península Ibérica"

Aquí también hay coincidencia absoluta entre los entrevistados. A pesar de sus diferentes perfiles, todos resaltan la gran cantidad de personas que acudían a la ciudad para presenciar el torneo.

1.1.1. "Dentro de esa masa de turistas procedentes de fuera de Galicia para asistir al Teresa Herrera, la mayoría llegaban de Asturias y de Portugal, especialmente cuando competían en el torneo el Sporting de Gijón o algún equipo portugués como el Oporto, el Benfica o el Sporting de Lisboa"

Entrevistados de diferentes perfiles, como un gestor (Poncet), un alcalde y presidente del Comité Organizador del torneo (Liaño Flores) o un restaurador (César Gallego) coinciden en resaltar la relevancia que para la ciudad suponía la llegada de turistas procedentes de Asturias y Portugal, que era mayor si cabe cuando participaba el Sporting de Gijón o algún equipo luso en la competición.

1.2. "La tasa de ocupación hotelera de A Coruña se disparaba durante la celebración del trofeo Teresa Herrera"

Durante el Teresa Herrera se disparaba la ocupación hotelera en A Coruña, creando numerosos puestos de trabajo -como señalaron en 2003 Sánchez Santos, Castellanos-García y Pena-López-, haciendo difícil o imposible encontrar una habitación en la ciudad ya no solo para turistas comunes, incluso también para periodistas o equipos participantes en el torneo, que tenían que recurrir a instalaciones hoteleras situadas en ayuntamientos limítrofes, siendo el de Oleiros el más privilegiado por esta circunstancia.

1.3. "El traslado del Teresa Herrera de su fecha original, en los alrededores de la festividad de San Pedro -última semana de junio-, al mes de agosto -a partir de 1973- contribuyó al éxito turístico de la competición".
Prácticamente todos los entrevistados coinciden en resaltar la veracidad de esta hipótesis, ya que pese a que con anterioridad el Teresa Herrera ya era un importante reclamo turístico, hasta el punto de que en torno a él se desarrollaron unas fiestas municipales conocidas como Semana Teresa Herrera, una vez que fue trasladado definitivamente a agosto fue cuando vivió sus mejores tiempos. Es digna de mención, sin embargo, la oposición de Cristino Álvarez a este respecto, puesto que para él su ubicación en agosto no lo convertía en "el elemento diferencial de las fiestas de A Coruña", como dice Eduardo Aceña, sino que provocaba que quedase "difuminado" ente todos los eventos que acoge A Coruña durante sus fiestas de agosto.

1.4. "El Teresa Herrera, hasta su decadencia, disponía de una gran relevancia mediática a nivel nacional e internacional".
Este aspecto fue resaltado tanto por restauradores como César Gallego como por entrevistados que formaron parte de la organización del torneo, como Pilar Sánchez-Marín Pizarro, Matilde Pérez Moreira o Eduardo Aceña. Este último recordó que en los años 80 la organización del torneo llegó a despachar 250 acreditaciones para medios de comunicación, una cifra a la altura de la que registraban grandes eventos como la Copa del Rey de fútbol, lo que encaja, como se referenció en la revisión teórica, con lo estudiado por Palazzolo.

1.5. "El Teresa Herrera también atraía a un perfil de turista de clase alta o muy alta, personajes de gran importancia política, militar o social que presenciaban el partido desde el palco de Riazor"
Hasta los años 90, el Teresa Herrera fue un espectáculo social que reunía en el palco del Municipal de Riazor a miembros de la élite política, militar y social gallega y española.
1.6.- "La presencia del Deportivo de La Coruña en Segunda División durante la mayor parte de ese periodo de tiempo (años 40-90) convirtió al Teresa Herrera en la única forma de ver fútbol de élite en directo para centenares de miles de personas"
La mayoría de los entrevistados quiso destacar que la presencia del Real Club Deportivo en Segunda División contribuyó al éxito turístico y de público del Teresa Herrera, ya que era el único medio para ver en acción a escuadras como Real Madrid, Barcelona, Benfica, Inter de Milán o Bayern de Múnich.

1.7. "La inexistencia de internet o de televisión por cable o satélite contribuyó al éxito deportivo y turístico del torneo en una doble vertiente: por una parte, obligando a acudir a la ciudad herculina para poder contemplar a los mejores equipos del mundo, y por otra, atrayendo a un perfil de público menos culto futbolísticamente hablando que el actual debido al déficit de información, por lo que estaba más abierto a desplazarse hasta A Coruña para ver en acción a conjuntos que estaban lejos de pertenecer a la élite, pero a la que ellos creían que sí pertenecían".
Felipe Poncet es el que más destaca este aspecto, sobre el que también realizan aportaciones Estévez Mengotti o Eduardo Aceña, que coinciden en indicar que el hecho de que el fútbol no estuviese tan profesionalizado en todos los niveles, como ahora sucede, ayudó al éxito del torneo, ya que la televisión o internet no llegaba a todas partes ni retransmitía todos los partidos, como en la actualidad, y la gente no era consciente del nivel real de los equipos hasta que los veía en acción en directo.

Hipótesis 2. "El declive sufrido por el Teresa Herrera como competición desde finales de los 90 hasta la actualidad acabó con toda su importancia turística y económica en la ciudad de A Coruña".

Los entrevistados coinciden en apuntar que hoy el Teresa Herrera no es ni una sombra de lo que fue, perdiendo toda su importancia deportiva, económica y turística, pues prácticamente nadie se desplaza ya ex profeso a la ciudad para asistir a la competición, en una situación análoga a la acontecida con el Trofeo Carranza de Cádiz, tal y como explicó Corcuera en *Cuadernos de Fútbol*.

2.1. "El conflicto Deportivo-Ayuntamiento, en el origen de la cuesta abajo del Teresa Herrera"
Eduardo Aceña sitúa el comienzo del fin de la triunfal trayectoria del Teresa Herrera en 1995. Ese año, coincidiendo con el 50 aniversario de la competición, el Ayuntamiento decide ceder los ingresos procedentes de la venta de la retransmisión televisiva al Deportivo de La Coruña para ayudarlo económicamente. Una vez hecho esto, las cuentas dejaron de cuadrar y el Teresa Herrera se convirtió en una pesada losa para las arcas municipales, lo que acabó precipitando su cesión al Real Club Deportivo.

2.2. "La gestión del Deportivo, responsable del declive del torneo".
Una inmensa mayoría de los entrevistados, con Vicente Leirachá y Raúl García de Loza como los más críticos con su gestión, responsabilizan al Deportivo de La Coruña y a su presidente en la primera década delos 2000, Augusto César Lendoiro, de la decadencia del Teresa Herrera y de la desaparición de este como activo turístico y económico en A Coruña.

2.3. “La expansión del calendario futbolístico oficial, verdugo de los torneos de verano”.
Numerosos entrevistados, como Cristino Álvarez, Eduardo Aceña, Raúl García de Loza o Pilar Sánchez-Marín Pizarro y Matilde Pérez Moreira también destacan el hecho de que la ampliación del calendario futbolístico internacional, con cada vez más partidos y competiciones, ha hecho que los torneos de verano, como el Teresa Herrera, pierdan su significado en una época en la que el aficionado puede ver fútbol oficial desde el mes de agosto hasta el mes de junio sin necesidad de salir de su casa.

5. Conclusiones

La importancia del trofeo Teresa Herrera como ejemplo paradigmático de un producto turístico –los torneos futbolísticos de verano- con unas características propias de una época –la segunda mitad del siglo XX- y de una serie de localidades que en su momento apostaron por este formato, tiene su epítome en A Coruña con un espectáculo que la prensa llegó a comparar con el que se vivía en la plaza de toros de Pamplona durante los Sanfermines y que fue decayendo progresivamente desde los años 90 debido, en buena parte, tal y como se expone en este trabajo, a los cambios propios en la forma de ver y entender el fútbol, mas también por los conflictos políticos entre presidente del Deportivo de La Coruña y el alcalde herculino a principios del año 2000 y por el desinterés de la Corporación Municipal en explotar un activo que dejó de ser económicamente rentable desde el mismo momento en que se entregó al Deportivo el dinero por la explotación de los derechos de televisión, en el caso del Teresa Herrera y A Coruña.

También contribuyeron a su decadencia otros factores que fueron vaciando progresivamente las gradas de público, como la disminución en la calidad de los equipos participantes, la celebración de algunas ediciones del torneo en días laborables o el hecho de que el Real Club Deportivo ocupase un lugar en la élite del fútbol europeo, lo que hizo que no hubiera que esperar al Teresa Herrera para ver desfilar por A Coruña a los mejores equipos del mundo.

Además, en el siglo XXI recuperó el formato a partido único propio de sus primeras ediciones, por lo que los hinchas solo acudían, valga la redundancia, a un único choque, sin necesidad de tener que permanecer en la ciudad todo un fin de semana para ver también los duelos de semifinales y el partido por el tercer y cuarto puesto.

A mayores, habría que añadir algo no reflejado por ninguno de los entrevistados -una de las principales limitaciones del estudio, junto con la carestía de literatura científica, fue la cantidad de personas disponibles para entrevistar que tuviesen relación directa con la época dorada del trofeo, dado el inexorable paso del tiempo-, que es la aplicación de la Ley del Deporte.

Esta norma, promulgada por el Gobierno de España presidido por Felipe González en 1990 -y reformada profundamente en diciembre de 2022-, incluyó la normativa aprobada por la UEFA tras la tragedia del estadio de Heysel de 1985 (El País, 1986), prohibiendo el acceso a los campos de fútbol con petardos, bengalas, bebidas alcohólicas y objetos considerados arrojadizos. Eso provocó que estampas propias del Teresa Herrera vinculadas con la susodicha fiesta de ‘As Merendiñas’, como la de un grupo de aficionados cortando pulpo con unas enormes tijeras mientras bebían botella tras botella de vino, por ejemplo, pasasen a mejor vida.

Con todo, lo anterior no significa que sea demasiado tarde para reactivar el Trofeo Teresa Herrera –así como el Ramón de Carranza de Cádiz-, valioso patrimonio inmaterial de la ciudad de A Coruña, pues un producto turístico con su tradición, historia y relevancia, con el añadido de estar ligado a un fenómeno de masas como es el fútbol -que semana tras semana demuestra su peso a nivel turístico, movilizando aficionados por toda España para viajar con su equipo-, da pie a articular en torno a él una serie de iniciativas que, aunque produzcan menos beneficios que otras más modernas y llamativas, a menudo son más duraderas y de carácter más sostenible que las producidas por caras, aisladas e ineficientes acciones de promoción turística. Por esta razón, animamos a ahondar en su investigación no solo en el ámbito del turismo, sino del económico -estudiando su impacto desde una perspectiva cuantitativa-, o, incluso, del patrimonial y cultural.

Bibliografía

Alonso, L. E. (1998). *La mirada cualitativa en sociología: una aproximación interpretativa.* Madrid: Fundamentos.

ANETA. (2018). *Situación del Turismo Activo en España.* Las Palmas de Gran Canaria: Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo.

Brabazon, T., & Mallinder, S. (2006). Popping the museum: the cases of Sheffield and Preston. *Museum and society*, 96-112.

Castillo-Palacio, M., & Castaño-Molina, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas: una revisión de 2009 a 2014. *Estudios y perspectivas en turismo, 3*(24), 755-775. doi: 10.13140/RG.2.1.2786.0329

Corcuera, J. I. (2010). El Ramón de Carranza: un clásico veraniego. *Cuadernos de Fútbol*.

Crespo Pérez, J. d. (1996). El Caso Bosman y sus consecuencias. *Revista General Informática de Derecho*(622-623), 1-24.

Creswell, J. (2008). *Educational Research.* Boston: Pearson/Merrill Prentice Hall.

Creswell, J., & Poth, C. (2017). *Qualitative Inquiry and Research Design.* New York: SAGE.

El País. (03 de 12 de 1986). *Tragedia de Heysel*. Obtenido de El País: https://elpais.com/diario/1986/12/03/deportes/533948401_850215.html

García Ferrando, M. (1999). *Pensar nuestra sociedad : fundamentos de sociología.* Ciudad de México: Tirant lo Blanch.

García Ferrando, M. (2005). *Pensar nuestra sociedad globalizada: una invitacion a la sociología.* Valencia: Tirant lo blanch.

Gelter, J., Fuchs, M., & Lexhagen, M. (2022). Making sense of smart tourism destinations: A qualitative text analysis from Sweden. *Journal of Destination Marketing & Management, 23*, 1-12. doi:https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100690

Gutiérrez Brito, J. (2006). *La investigación social del turismo.* Madrid: Thomson-Paraninfo.

Gutiérrez-Aragón, Ó., Gassiot-Melian, A., & Martín-Guerrero, L. (2023). Impacto del turismo deportivo sobre la masa social y la economía de un club de fútbol: el caso del F.C. Barcelona. *Investigaciones Turísticas, 26*, 183-206. doi: 10.14198/INTURI.23073

Ijabah, N., & Amrullah, Q. (2023). Need analysis of English Tourism: The Evidence from the Employees of the Tourism. *Acitya: Journal of Teaching & Education, 5*(2), 1-13. doi:10.30650/ajte.v5i2.3590

Jiang, S., Scott, N., Li, T., Xiong, S., & Yuan, Q. (2023). Perceived Destination Image Cohesion: A Comparison Study of Attractions on the Grand Canal, China. *Sustainability, 15*(18). doi:10.3390/su151813682

Keller, P. (2001). *Informe introductorio: Deporte & Turismo.* Barcelona: Organización Mundial del Turismo.

La Voz de Cádiz. (04 de 08 de 2022). *Seis años sin las barbacoas del Trofeo Carranza, una prohibición sin vuelta atrás*. Obtenido de La Voz de Cádiz: https://www.lavozdigital.es/provincia/cadiz/seis-anos-barbacoas-trofeo-prohibicion-vuelta-atras-20220803142644-ntv.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

Martín-Crespo, M. C., & Salamanca Castro, A. B. (2007). El muestreo en la investigación cualitativa. *Nure Investigación*(27).

Merton, R. (1987). The focused interview and focus groups. *Public Opinion Quarterly, 51*(4), 550-566.

Merton, R., Fiske, M., & Kendall, P. (1998). Propósitos y criterios de la entrevista focalizada. *Empiria Revista de Metodología de Ciencias Sociales*(1), 215-227. doi: 10.1086/269057

Mestre. (21 de 02 de 2012). *La trama de Urdangarín quiso colar un millón en informes inútiles en Valencia.* Obtenido de Levante-EMV: https://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2012/02/21/trama-urdangarin-quiso-colar-millon-13003077.html

Muiños, E. (1995). *Medio siglo de historia del Trofeo Teresa Herrera.* A Coruña: Concello de A Coruña.

Mundiario. (10 de 12 de 2013). *La historia del trofeo decano del fútbol español (III): Anécdotas, cracks y curiosidades*. Obtenido de Mundiario: https://www.mundiario.com/articulo/deportes/historia-trofeo-decano-futbol-espanol-iii-anecdotas-cracks-y-curiosidades/20131210194241013003.html

Muñiz Martínez, N., & Cervantes Blanco, M. (2010). Marketing de ciudades y 'place branding'. *Pecunia: revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*(Extra 1), 123-149. doi: 10.18002/pec.v0i2010.767

National Football Museum. (2023). *National Football Museum highlights stellar growth from 2022-23.* Manchester.

Otero, J. M., Isla Castillo, F., & Fernández Morales, A. (2002). La incidencia económica del deporte en Andalucía. *Incidencia económica del deporte* (págs. 201-211). Málaga: Instituto Andaluz del Deporte.
Palazzolo, S. (2016). Bases de la comunicación turística. En J. L. Feijoó, *La comunicación del turismo* (págs. 25-66). Buenos Aires: Ugerman.
Pedraz Marcos, A. (2014). *Investigación cualitativa.* Barcelona: Elsevier.
Pena, H. (2015). *Historia del Trofeo Teresa Herrera.* A Coruña: Deputación Provincial da Coruña.
Penot, J. (2001). Efectos de las competiciones deportivas en la imagen turística. *Primera Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo* (págs. 123-126). Barcelona: Organización Mundial del Turismo .
Poczta, J., Dabrowska, A., Kazimierczak, M., Gravelle, F., & Malchrowicz-Mosko, E. (2020). Overtourism and Medium Sale Sporting Events Organisations: the perception of negative externalities by host residents. *Sustainability, 7*(12). doi:http://doi.org/10.3390/su12072827
Rodríguez Campo, M. L., & Sánchez Fernández, P. (2010). Turismo deportivo en la provincia de Ourense: impacto económico de eventos internacionales. *Percursos & Ideias*(2), 109-116.
Ruíz de Olabuénaga, J. I. (2012). *Historia y práctica de la investigación cualitativa.* Bilbao: Universidad de DEusto.
Ruiz Olabuénaga, J. I. (2012). *Teoría y práctica de la investigación cualitativa.* Bilbao: Universidad de Deusto.
Ruíz Vega, A., & Olarte Larrea, R. (2011). *Competencia entre destinos turísticos: antecedentes y aplicación al segmento de sol y playa.* Logroño: Universidad de la Rioja.
Salgado-Barandela, J. (2021). Cuantificación de la distribución geográfica del impacto económico en los eventos deportivos. *Cultura, Ciencia y Deporte, 16*(50), 573-528. doi: 10.12800/ccd.v16i50.1573
Sánchez Santos, J. M., Castellanos-García, P., & Pena-López, A. (2003). *Economía, fútbol y bienestar social.* A Coruña: Deputación Provincial da Coruña.
Sánchez, P., & Barajas, Á. (2008). *Los eventos deportivos como generadores de impacto económico: factores clave y medición.* Vigo: Universidade de Vigo.
Shone, A., & Parry, B. (2004). *Succesful Event Management: a Practical Handbook.* London: Thomson Learning.
Szumanski, S., & Drut, B. (2020). The Private Benefit of Public Funding: The FIFA World Cup, UEFA European Championship, and Attendance at Host Country League Soccer. *2020Journal of Sports Economics, 21*(5), 723-745. doi:10.1177/1527002520923701
The Guardian. (08 de 09 de 2009). *National Football Museum set to move from Preston to Manchester in 2010.* Obtenido de The Guardian: https://www.theguardian.com/football/2009/sep/08/national-football-museum-preston-manchester
The London Economic. (26 de 10 de 2016). *Sheffield FC Applies for UNESCO World Cultural Heritage Status.* Obtenido de The London Economic: https://www.thelondoneconomic.com/sport/sheffield-fc-applies-for-unesco-world-cultural-heritage-status-35233/
Verd, J., & Lozares, C. (2016). *Introducción a la investigación cualitativa.* Madrid: Síntesis.
Wilson, R. (2006). The economic impact of local sport events: significant, limited or otherwise. *Managing Leisure*, 57-70. doi: 10.1080/13606710500445718

Recibido: *15/11/2023*
Reenviado: *27/01/2024*
Aceptado: *17/04/2024*
Sometido a evaluación por pares anónimos