

## CLUBES

# Fidelización y Europa: LaLiga arranca 2018-2019 con casi 820.000 abonados

La competición arranca con la consolidación de una base de aficionados que suponen el pilar de todo el negocio del fútbol español, si bien ya no es la principal fuente de ingresos, con 746,6 millones de euros.

M.Menchén

24 ago 2018 - 04:59



No saben qué sucederá durante los próximos diez meses, pero su fidelidad pesa más. Son los abonados de los clubes de LaLiga, el principal sustento de un área de negocio, la del *matchday*, que en 2016-2017 se estabilizó en 746,6 millones de euros. De momento, las dos competiciones del fútbol profesional español arrancan con cerca ya de 820.000 abonados, una cifra récord tras las dos primeras semanas de competición y a la espera de que concluya el plazo para nuevas altas que aún mantienen abiertas algunos clubes. En la cabeza de muchos directivos ya no es tanto por facturar más, sino por evitar la imagen de asientos vacíos en las gradas.

La competición ha encadenado cinco años de crecimiento anual en las gradas, añadiendo un millón de asientos ocupados desde 2013, según los datos recopilados por *Palco23* para esta serie de reportajes patrocinados por CaixaBank. La última

campana se cerró con 14,27 millones de espectadores, un 1,58% más, pero el margen de mejora es amplio y la desigual evolución de los equipos evidencia que aún hay una fuerte dependencia de variables como los resultados deportivos. Muchos reniegan del concepto, pero, ¿y si se consigue que la experiencia en el recinto convierta en *secundario* el resultado sobre el terreno de juego?

Para conseguir esa menor dependencia de los éxitos en el césped, en España se han anunciado inversiones por más de 1.300 millones de euros en la puesta al día de los estadios. Y el retorno es claro: Atlético de Madrid y Real Betis han conseguido dos años consecutivos de *sold out* en abonos tras la inauguración del Wanda Metropolitano y la remodelación del Benito Villamarín, respectivamente. Es un selecto grupo en el que, hasta hace muy poco, sólo estaban FC Barcelona, Real Madrid y Athletic Club.

## **La última campaña se cerró con 14,27 millones de espectadores en LaLiga, un 1,58% más, pero el ratio de ocupación es inferior al de Inglaterra o Alemania**

Estos son los cinco equipos con mayor número de socios para 2018-2019, aunque hay una decena de equipos que también han logrado mejorar su base de abonados en el arranque de curso, algunos influenciados por los hitos de cara al nuevo curso. Se trata del Valencia CF, que regresa a la Champions League; el Sevilla FC, que volverá a luchar por la Europa League; la Real Sociedad, que empieza a recoger los frutos del nuevo Anoeta, así como los recién ascendidos o que se han consolidado en nuevas categorías: Real Valladolid, Rayo Vallecano, Girona FC, CD Leganés, SD Huesca, RCD Mallorca o Elche CF.

La segunda categoría se ha beneficiado del ascenso de clubes con una mayor implantación social que los descendidos, como serían RCD Mallorca y Elche CF respecto a los filiales de Sevilla y Barça. Además, existen casos destacados como el del Real Sporting y Real Zaragoza, con más abonados que muchos equipos de Primera.

Para aumentar estos registros, una de las políticas comerciales que más ha calado es la de los descuentos a la fidelidad. El más agresivo en este ámbito fue el Levante UD, que por segundo año va a regalar el pase a miles de *granotas* por haber acudido al 100% de los partidos en el Ciutat de València, de manera similar a lo que hizo con el

ascenso. Es una fórmula que más o menos están adoptando algunos equipos, con el caso de la UD Las Palmas como el más destacado: pase gratis a los que pagaron todo un año para ver cómo el equipo perdía la categoría.

El RCD Espanyol ha intentado este verano corregir su gestión de este departamento, con una medida que sorprendió a muchos: subida de precios generalizada para, con el tiempo, poder premiar la fidelización. El club blanquiazul es uno de los pocos que no ha hecho aún balance sobre el número de abonados para 2018-2019, como tampoco lo han hecho RC Celta (la primera fase la cerró con 3.000 miembros menos) o el Deportivo Alavés. De su evolución en el curso, así como previsibles mejoras en algunos equipos, dependerá que se supere la cifra de 800.000 miembros con pase de temporada.

En el seno de LaLiga existe un profundo debate sobre la gestión de esta área de negocio, pues existen dos problemas no corregidos: el fomento de la asistencia a todos los partidos de los abonados, unido a una correcta gestión de la liberación de asientos, y una mayor capacidad de venta entre espectadores puntuales. Durante los últimos años, la media de este segmento ha sido de 2,8 millones de entradas anuales, lo que supone menos de un 20% del total.

Este público es el que debe ayudar a mejorar los ratios de ocupación de los estadios, que continúan siendo inferiores a los de otras grandes competiciones. La ocupación de las gradas fue del 70% en LaLiga Santander, cuando en Premier League y Bundesliga superan el 90%, y del 51% en LaLiga 1|2|3, casi veinte puntos menos en comparación con la Segunda de Inglaterra o Alemania. De hecho, los ingresos por *matchday* son los que menos han crecido desde la llegada de Javier Tebas a la presidencia, con un avance anual medio del 4,5% y 746,6 millones de euros en 2016-2017.

Sólo así podrá plantearse el reto de alcanzar los 15 millones de espectadores en los estadios de Primera y Segunda División, después de que en los últimos cuatro años haya logrado vender un millón de entradas más. Y, más allá de la incidencia que hayan podido tener las condiciones climatológicas o la evolución deportiva, lo cierto es que sólo veinte equipos lograron mejorar la asistencia media a sus respectivos estadios, por un total de 22 que retrocedieron, incluidos los dos grandes motores de la competición: FC Barcelona y Real Madrid.