

CLUBES

La ACB tira de fidelidad y descuentos para convencer a más de 100.000 abonados

El inicio de la Liga Endesa comienza con algunos clubes registrando récords de socios, mientras que la mayoría se centra en ofrecer nuevos servicios para que los aficionados repitan un año más y sostengan un negocio de 27 millones de euros por temporada.



Guillermo G. Recio
10 oct 2018 - 05:00

El Kiolbet Baskonia ha conseguido un récord histórico de 10.000 abonados al empezar la temporada.

Asistir al pabellón como alternativa a la televisión de pago. Durante los últimos años, la cifra de abonados a los clubes de ACB ha ido creciendo hasta situarse por encima de los 100.000 socios en el arranque de 2018-2019 pese a los descensos con una gran masa de fans como el Retabet Bilbao Basket. Se trata de un aspecto no poco importante para los clubes de baloncesto español, ya que la recaudación por taquilla y abonados en la última temporada registrada, la 2016-2017, alcanzó los 27,5 millones.

Este fue el nivel de ingresos más alto de la historia por este concepto, con un alza interanual del 26%, según el informe económico del Consejo Superior de Deportes. Es decir, que esta actividad supone una cuarta parte de la facturación agregada de todos

los clubes, pese al fuerte crecimiento que ha experimentado la televisión y el patrocinio en los últimos años gracias a Endesa y Telefónica.

El nuevo avance de este año ha sido posible gracias a la alta fidelidad de los seguidores de Kirolbet Baskonia, Valencia Basket y Real Madrid, que han alcanzado sus respectivos récords de abonados al inicio de temporada. También han sido importantes los nuevos paquetes y servicios puestos en marcha por equipos como Monbus Obradoiro e Iberostar Tenerife, por ejemplo.

En el caso del conjunto vitoriano se trata de una cifra remarcable, ya que por primera vez en su historia han alcanzado los 10.000 abonados. “Es una temporada especial, con la Final Four en Vitoria-Gasteiz y el 60 aniversario del club”, explica un portavoz, sobre dos de los motivos que han animado a los fans. Todos ellos tendrán una opción preferente en la compra de abonos para la fase final de la Euroliga y la posibilidad de viajar con el equipo durante la temporada.

El Kirolbet Baskonia ha conseguido un récord histórico de 10.000 abonados al empezar la temporada

Valencia Basket, por ejemplo, ha vuelto a repetir escenario y a batir su récord con 8.050 abonados, lo que implica un lleno técnico en un pabellón que tiene 8.500 localidades; se prevé que los 500 asientos restantes se destinen a la venta en taquilla. En su caso, el carné también incluye los partidos del equipo femenino, que este año debuta en la Liga Dia.

Además, ante la imposibilidad de vender más de 500 localidades hasta que se construya el nuevo pabellón, está disponible la opción de liberar los asientos, algo que ha empezado a poner en marcha esta temporada el Iberostar Tenerife, que ya supera los 3.500 abonados con los que empezaron la temporada pasada.

Por su parte, el Monbus Obradoiro también aprovechó la celebración de la Supercopa Endesa en Santiago de Compostela para beneficiar a sus abonados con la opción de comprar entradas a un precio especial. También han querido premiar la fidelidad y han realizado descuentos las altas con antelación, por llevar más de cinco temporadas o por traer amigos al club.

El Gipuzkoa Basket, que durante la temporada pasada registró la peor asistencia de la ACB con una media de 2.700 fans por partido, ha conseguido convencer a 1.900 abonados. Lo más destacado de su campaña ha sido el abono por 60 euros para todos los federados al baloncesto en la provincia de Gipuzkoa, y es que ahora solo deberá competir con el Baskonia en territorio vasco a la hora de ofrecer ACB.

Otro de los clubes más activos es el Movistar Estudiantes, con acciones como que el canterano del primer equipo Edgar Vicedo llamara personalmente a algunos aficionados para renovar el abono. Gracias a sus sinergias con Altafit, que tiene un gimnasio dentro de Magariños, los socios tienen un mes gratuito sin pagar matrícula. También por ser cliente de Movistar o renovar el abono con el pago antes de junio había un 5% de descuento.

El club estudiantil, que esta temporada contará con 8.500 abonados, también sigue fiel a su apuesta por los acompañantes, ya que por cada amigo con nuevo abono se realiza un 25% de descuento hasta que el carné sea gratis con cuatro de ellos. Estos espectadores también tienen la posibilidad de asistir a los encuentros del primer equipo femenino, que tras el debut en la Liga Dia este año volverá a la Liga Femenina 2.

San Pablo Burgos y Movistar Estudiantes son algunos de los clubes que más han innovado en esta campaña de abonados

Con el objetivo de que el abono pueda salir gratis a algunos aficionados, el San Pablo Burgos ha creado la iniciativa #AbónateAlCero, que consiste en que los seguidores del club se hagan clientes de empresas colaboradoras como Aldro, MásMóvil o Caser, entre otras. La idea es conseguir el máximo de descuentos, con la posibilidad de tener un abono a coste cero si se está afiliado a todas las compañías asociadas al club.

En cuanto a los dos clubes con más presupuesto de la Liga Endesa, el Barça Lassa ha abierto la opción a que los socios del club puedan comprar nuevos abonados para el Palau Blaugrana, y ya se sitúan por encima de los 4.600 fans con carné. El Real Madrid, por su parte, no ha liberado nuevos asientos y empezará esta temporada con en torno a los 7.700 abonados.

Esta temporada también ha realizado su vuelta a la ACB el Café Candelas Breogán, que ya ha rebasado los 5.000 abonos, mientras que el pasado año en LEB Oro contaron con 3.000 socios. “Hubo un plazo preferente par renovación de los del año pasado con un pequeño descuento del 5% y se renovó al 95% de los que teníamos”, detallan desde el club, como muestra del compromiso de los aficionados al baloncesto en ciudades pequeñas.