

CLUBES

Un Barça menos juvenil y español: el club pierde 1.500 socios en un año entre estos fans

La masa social del club retrocede después de dos años al alza y se sitúa en 142.323 personas. Por zonas geográficas, las estadísticas revelan una pérdida de apoyos concentrada en el resto de España, mitigada parcialmente por más miembros en el extranjero.

M.M.A.
23 jul 2018 - 04:59

Un Barça menos juvenil y español: el club pierde 1.500 socios en un año entre estos fans

Uno de los objetivos del FC Barcelona es que el peso de la cantera en el primer equipo vaya a más, y más de uno debe pensar que existe la misma necesidad en el ámbito social. Los datos del club revelan una progresiva pérdida de relevancia de los socios menores de catorce años, que en tres años han pasado de representar el 21% de toda la masa social al 18,9% con que cerró en 2017-2018. En términos absolutos, este colectivo ha pasado de 28.234 a 26.899 personas en los últimos dos años, con una caída del 4,7%.

En total, la entidad deportiva vio reducida su implantación en un 1% durante la última temporada, con 142.323 propietarios a junio de 2018 que anualmente generan unos ingresos fijos de 18 millones de euros por cuotas que no incluyen el abono del Camp Nou o el Palau Blaugrana. Un portavoz señala que no hay ningún fenómeno concreto que ayude a explicar la pérdida de socios entre el público juvenil, aquel que a futuro debería garantizar una base sólida de propietarios y clave en la construcción de una marca global.

La pérdida de socios menores de edad se ha producido pese a la implantación de distintas fórmulas para hacer atractivas las altas de unidades familiares, y que en el último curso se produjeron 1.630 altas gratuitas de menores de cinco años. En esta franja de edad había unos 8.112 miembros, el equivalente al 5,7% del total, mientras que un año antes eran 8.849. En el segmento infantil, el saldo final ha sido de 258 bajas, según se desprende de los datos analizados por *Palco23* a partir de las estadísticas oficiales del club.

El Barça, que factura 18 millones por cuotas, ha reducido de 28.234 a 26.899 el número de miembros con menos de catorce años

Durante la última temporada se tramitaron 12.262 pasaportes infantiles que se activaron en más de 50.000 ocasiones. Este pase permite que los menores de catorce años puedan acudir gratis a todos los partidos excepto a los duelos con Real Madrid y el Atlético de Madrid, las eliminatorias de Champions League y la Supercopa de España. También se creó el paquete *Fem Familia* para que las cuotas sean gratuitas hasta los 18 años en caso de tener a tres hijos dados de alta.

Si bien la decisión en estos casos corresponde a los progenitores, el escenario es distinto con los mayores de edad que ya disponen de una hipotética autosuficiencia económica. Ahí el club creó la Zona Joven, destinada a un grupo formado por 12.700 socios de entre 18 y 30 años a los que ofrece actividades específicas. El año pasado se celebró una *match party* coincidiendo con el partido frente al Real Madrid en el Santiago Bernabéu, y tienen descuentos propios para cursos de formación del Barça Innovation Hub y en servicios de socios del club, como la cadena de gimnasios DiR.

Por áreas geográficas, los datos revelan que se ha perdido músculo sobre todo en el resto de España en un periodo marcado por el proceso soberanista y las críticas de algunos sectores al apoyo del club al derecho a decidir. Entre 2016 y 2018 los seguidores de pago en el resto del Estado han pasado de 7.173 personas (el 5% del censo de entonces) a 5.853 (el 4% del total), lo que supone una caída del 18,4% en dos años. Por el contrario, Cataluña continúa concentrando la base social del Barça, con un peso del 92,5% (131.649 *culés*) sobre el total pese a las 334 bajas desde 2015-2016.

Los *peñistas*, que a diferencia de los socios no pagan una cuota anual al Barça, ascienden a 160.000 personas según el último recuento del club. Nuevamente, aquí se refleja una pérdida de apoyos en el resto de España, donde se ha pasado de 690 a 681 agrupaciones y de 54.088 a 53.392 miembros. En Cataluña también han desaparecido siete peñas en total (de 455 a 448) y se ha perdido un 1,4% de apoyos, hasta 87.411.

Uno de los datos positivos revelados por el club es el crecimiento de su número de seguidores con pago de cuota anual que residen en el extranjero. Este colectivo estaba formado por 4.304 personas hace dos veranos, mientras que ahora son 4.839 socios, un incremento del 12,4%. Esta evolución ha sido similar en el movimiento de peñas, que en dos años han pasado de 101 a 116 en el exterior, con 19.238 afiliados, lo que supone un alza del 28,5%.

Ahí es donde ha puesto el foco la junta directiva, que desde hace tres años desarrolla una estrategia de desarrollo de marca a nivel global. Un estudio encargado a Kantar Millwardbrown situaba al Barça como uno de los clubes de fútbol más reconocidos del mundo. Los mercados extranjeros donde su marca tiene más presencia son Brasil, con una visibilidad del 93%; Turquía, con una cuota del 90%; Indonesia, con un 86%, y México, con un 88%. En importantes países como Estados Unidos sólo se obtiene un 37% de reconocimiento. En China, por ejemplo, el conocimiento del Barça alcanza el 56%, mientras que en Japón es del 62% y en India llega al 73%.

Regularización y lucha contra el fraude

La masa social del Barça experimentó un rápido ritmo de crecimiento durante la presidencia de Joan Laporta, un periodo en el que se pasó de 105.000 a 173.700 socios. Fue una época en la que muchas personas se dieron de alta únicamente para poder optar a una entrada en las finales de Champions League, que hoy continúan estando restringida a los propietarios de la entidad. Esta tendencia alcista se frenó con Sandro Rosell, que optó por frenar la concesión de nuevos carnés y crear una figura intermedia como requisito previo a la condición de socio y el derecho a optar a un abono.

La elaboración de un censo fue un arduo trabajo de más de dos años, en el que todos los socios debieron pasar por las oficinas para actualizar sus datos. Este trabajo redujo drásticamente la base de propietarios a entorno las 153.000 personas, pues existían muchos casos de personas fallecidas a las que no se había dado de baja e incluso carnés que se utilizaban de forma fraudulenta. Y en ese ámbito hoy la dirección continúa trabajando.

Jordi Cardoner, vicepresidente primero, desveló el viernes que un centenar de los abonados que fueron *cazados* en una redada contra la reventa de entradas han empezado a colaborar para desarticular esta trama. La actuación se produjo durante el partido contra el Real Madrid, en el que 2.823 miembros con pase de temporada provocaron una pérdida de 1,5 millones de euros al club con la cesión irregular de su asiento. “Estamos al final del recorrido y en pocos días se pronunciará la comisión de disciplina”, aseguró el dirigente, sobre un proceso que podría acabar con la expulsión de estas personas.