

COMPETICIONES

LaLiga: ¿el techo de los estadios está en 920.000 abonados?

La competición ha dado el pistoletazo de salida a 2019-2020 con una implantación social muy similar a la del curso anterior, aunque con cierto margen de mejora y muchos clubes con el cartel de *sold out*. Los ingresos por estas cuotas ya ronda los 300 millones de euros anuales.

M.Menchén

19 ago 2019 - 05:00



¿LaLiga ha tocado techo en cuanto a número de abonados? Es la pregunta que se hacen muchos ejecutivos a día de hoy, después de que la implantación social de la competición se haya estabilizado en torno a los 920.000 miembros con pase de temporada para 2019-2020. Actualmente hay muchos clubes que aún confían en aumentar la expedición de carnés en las próximas semanas, aunque ya hay varios que han tenido que colgar el cartel de *sold out*.

El último en alcanzar ese hito ha sido el Real Betis, que horas antes de su debut en casa anunció que por segundo año consecutivo había vendido los 50.373 carnés disponibles. Es una cifra sólo superada por los 57.813 del Atlético de Madrid, que ha podido arañar algunos asientos adicionales para este año, y los 61.287 del Real Madrid o los 85.000 del FC Barcelona, que hace años que crearon una lista de espera ante la

sobredemanda existente.

Verdiblancos y rojiblancos ya acometieron una ampliación de sus respectivos estadios para poder satisfacer el interés de sus seguidores, al igual que hizo en 2013 el Athletic Club, que mantiene el *numerus clausus* en 44.560 miembros. A esas cotas aspiran a llegar el Valencia CF y el Sevilla FC, que trabajan en sendos proyectos patrimoniales que les den mayor capacidad tras dos años consecutivos en los que no han colgado el cartel de “no hay abonos”.

La aportación de estas cuotas no es menor, pues en 2017-2018 supusieron 296,6 millones de euros, un 8,7% de los ingresos operativos de ese ejercicio y una mejora interanual del 10,3%. Un incremento que demuestra que, poco a poco, se han ido ganando nuevos adeptos, pero que también han cuajado las subidas de precios acometidas por muchos clubes para introducir programas de fidelización o a cambio de mejores servicios con las reformas de estadios.

Los clubes de LaLiga facturaron 296,6 millones de euros por las cuotas de socios y abonados en 2017-2018, un 10% más

Las restricciones al aumento de aforo explican una parte de la estabilidad en la que se ha instalado la masa social de los clubes de LaLiga, aunque no es la única. Por ejemplo, este año la Real Sociedad ha logrado superar ya los 32.000 abonados tras un par de años de impase por la reforma de Anoeta, mientras que la SD Eibar ha logrado recuperar al 83% de socios que perdieron su asiento temporalmente por la reconstrucción de una de sus tribunas.

Un tercer elemento que afecta a este crecimiento es el constante cambio en la composición de LaLiga Santander y LaLiga SmartBank. Este año, por ejemplo, la gestora del fútbol profesional se ha visto beneficiada por el regreso del Racing de Santander, que vuelve a la competición con el apoyo de más de 11.000 abonados.

A ellos se le suman los más de 3.000 que llegan con CF Fuenlabrada y CD Mirandés, respectivamente, y los más de 4.500 que acompañan a la SD Ponferradina. Son cifras que permiten compensar con creces el agujero dejado por el Córdoba CF, uno de los equipos con mayor apoyo en las gradas, y los que junto a él descendieron a Segunda B: Nàstic de Tarragona, Rayo Majadahonda y CF Reus.

En el caso de los que llegan a Primera, ese hito ha llevado a anunciar también el *sold out*

a RCD Mallorca y CA Osasuna, pero no al Granada CF, que a estas alturas ya ha conseguido más de 13.000 miembros. Importantes avances respecto a 2018-2019, que sin embargo se ha visto neutralizado por la pérdida de fuelle en sus rivales que no han logrado volver a Primera por la vía rápida.

La UD Las Palmas ha perdido 6.000 abonados en un año, después de que el curso pasado lograra 18.000 miembros gracias a que regaló el pase a quienes pagaron durante el ejercicio del descenso. El Málaga CF, por su parte, tampoco está logrando retener a todos los fieles, y por el momento se queda en torno a las 16.000 personas. El RC Deportivo, por su parte, está a las puertas de rebasar los 20.000 socios.

En los despachos de muchos clubes se espera que la evolución de las primeras jornadas pueda dar un último impulso a la captación de socios, pues es un elemento clave en la fórmula para repartir un 25% de los ingresos por televisión. Hoy los derechos audiovisuales pueden llegar a suponer el 90% de los ingresos de un club, y una grada vacía puede ser un duro golpe a la imagen.