

COMPETICIONES

Los clubes de la Premier amplían hasta 2022 el pacto de precios a la baja para la afición visitante

El acuerdo entre los equipos establece en 30 libras (34 euros) el importe máximo que los seguidores del rival deben pagar por un *ticket* para estos partidos.

Palco23
8 feb 2019 - 09:30

Los clubes de la Premier amplían hasta 2022 el precio de la entrada para la afición visitante

La Premier League mantiene la ocupación de sus estadios en torno al 96%, y una pieza clave en este engranaje son las aficiones visitantes. Los clubes lo saben y es por esta razón que han decidido ampliar tres años más el acuerdo firmado en 2016-2017 para limitar a 30 libras (34 euros) el precio de estas entradas. Es decir, que esta política estará en vigor hasta 2022 tras el acuerdo alcanzado por unanimidad.

“Todos los clubes saben de la importancia crucial de los aficionados de fuera para generar la mejor atmósfera posible en los partidos y reconocen los costes de viaje adicionales que a menudo involucran cuando se sigue a un equipo lejos de casa”, señalan los equipos, sobre una política que en España no se ha conseguido instaurar a nivel de competición, pero sí de manera individual entre algunos equipos.

La competición considera que la rebaja de precios aplicada, así como otras medidas de ayuda al desplazamiento de las aficiones, explica que “durante las últimas cuatro temporadas consecutivas, la multitud de la Premier League haya alcanzado niveles récord con el 96% de las entradas vendidas”.

Las medidas de incentivo de la asistencia se han extendido al público general, pues un estudio de EY publicado el pasado diciembre revela que el precio promedio pagado para una entrada de la Premier es de 34 euros, una rebaja de 1,1 euros respecto a la temporada anterior. Ello a pesar que la mayoría de aficionados pagan como máximo 33 euros y que el 26% paga 24 euros o menos. Eso ocurre debido a que el 27% de *fans* está dispuesto a adquirir entradas a precios mayores a 44 euros.

Respecto al perfil del asistente a los partidos de la liga inglesa, el estudio identifica que el 70,4% son adultos; el 12,5% son niños; el 10,1% son adultos mayores; el 4,6% son jóvenes y el 2,4% son personas con alguna discapacidad. Estos en su conjunto han adquirido principalmente abonos de temporada y sólo el 19% adquiere entradas únicamente para una jornada.