

Cambiando el paradigma de ingresos en el ámbito futbolístico



En un giro radical, clubes como Fortuna Düsseldorf y París FC están desafiando las normas convencionales al eliminar el cobro de entradas en sus estadios. Esta audaz estrategia, apodada "Estadios Sin Tornos", busca cambiar el paradigma tradicional de ingresos y explorar vías alternativas para fortalecer la conexión con la comunidad, aumentar la masa social y diversificar las fuentes de ingresos.

El Caso de Fortuna Düsseldorf: "Fortuna For All"

El Fortuna Düsseldorf, equipo de la 2ª división alemana, ha lanzado el proyecto "**Fortuna For All**" con la intención de **llenar su estadio** de más de 54,000 asientos **sin cobrar entrada**. A pesar de los riesgos iniciales, el club ha notado un aumento significativo en la asistencia con partidos de puertas abiertas, evidenciado por una remontada emocionante en un encuentro que atrajo a 52,000 espectadores, un **79% más de la asistencia promedio** en partidos de pago.

El proyecto, respaldado por la liga alemana (DFL), aspira a aumentar la frecuencia de partidos de puertas abiertas con nuevos patrocinadores y se basa en la condición de que los asistentes tengan una cuenta en el canal online de venta de entradas del club. Aunque enfrentaron desafíos, como la retirada de un patrocinador debido a preocupaciones sobre el acceso a los datos de los aficionados, Fortuna Düsseldorf confía en **aumentar su masa social** y **compensar las pérdidas** iniciales **mediante acuerdos de patrocinio estratégico** y la venta de merchandising.

El club tiene la intención de **reinvertir** los ingresos generados por este enfoque innovador en **cuatro áreas clave**: un **50%** para reforzar al **primer equipo**, un **20%** para el desarrollo del **fútbol base y femenino**, otro **20%** para la **modernización del estadio** y transformación **digital**, y el **10%** restante para promover el **deporte base en la ciudad** y proyectos de **sostenibilidad**.

El Desafío de París FC en la Ligue-2

París FC, por otro lado, busca replicar este modelo en la 2ª División francesa. Con la ambición de ascender a la Ligue 1 y establecerse como un rival para el PSG en la capital, París FC **ha abierto las puertas de su estadio** hasta completar aforo. Este enfoque, aunque comparte similitudes con el proyecto alemán, enfrenta desafíos únicos debido a la baja asistencia previa y la necesidad de diferenciarse del gigante PSG.

El club confía en mejorar la asistencia, conectarse con la esencia popular del fútbol y ofrecer un espectáculo inclusivo. Al permitir la entrada gratuita para la mayoría de los asistentes y mantener **solo el pago para las zonas premium**, París FC **espera fortalecer sus lazos con la comunidad, aprovechar** oportunidades de **patrocinio** y aumentar los **ingresos por restauración** y **venta** de productos.

A diferencia de estas estrategias audaces en Alemania y Francia, en **LaLiga española**, los clubes han adoptado un **enfoque más cauteloso**. Aunque clubes como el Real Betis ofrecen bonificaciones en los pases para distintos colectivos, la apertura total de estadios sin cobro de entradas no ha ganado terreno. LaLiga Hypermotion podría ser un candidato para iniciar un plan similar, pero **por ahora**, la mayoría de los equipos exploran **otras estrategias**, como descuentos y promociones selectas.

Algunos equipos de LaLiga, como el **Levante UD**, han experimentado con iniciativas para llenar estadios antes del parón por Navidad. Ofreciendo **invitaciones gratis** en una **zona del estadio** para los **socios** Pepinero y Pepinero Plus, el CD Leganés busca aumentar la asistencia. Por otro lado, el **Villarreal CF** ha ofrecido **descuentos en el abono a aquellos que se suscriban a DAZN Total**, alineándose con las estrategias promocionales para beneficiarse del fondo de 130 millones destinado a clubes que promocionen el producto audiovisual.

El **FC Barcelona** ha destacado **por iniciativas innovadoras**, especialmente en el **ámbito femenino**. Abriendo el Camp Nou para partidos femeninos con entradas gratuitas para socios y a precios accesibles para no socios, el club **sacrificó ingresos a corto plazo** para construir una **base de seguidores sólida**. Esta estrategia ha **demostrado éxito, consolidando la asistencia** a los partidos del equipo femenino tanto en el Camp Nou como en el Estadi Johan Cruyff.

El modelo de "Estadios Sin Tornos" plantea preguntas cruciales sobre la sostenibilidad financiera en el fútbol profesional. ¿Es posible prescindir completamente de los ingresos por ticketing y confiar en patrocinios, merchandising y otras fuentes? Aunque los casos

de Fortuna Düsseldorf y París FC son pioneros, su éxito a largo plazo podría determinar si esta estrategia innovadora se convierte en una tendencia generalizada o sigue siendo una excepción en el mundo del fútbol. La clave estará en la capacidad de estos clubes para adaptarse, atraer patrocinadores y mantener un compromiso duradero con sus comunidades. El futuro de la sostenibilidad financiera en el fútbol podría depender de la habilidad de los clubes para equilibrar la tradición con la innovación en la búsqueda de nuevos modelos de negocio.

Fuente: 2Playbook

Link to Original article: <https://www.valgo.es/blog/cambiando-el-paradigma-de-ingresos-en-el-ambito-futbolistico?elem=309053>