



Carlos Clemente Cordero Cárdenas  
Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac México  
ccordero59@gmail.com

## INTRODUCCIÓN

De gran impacto económico, social y mediático, los deportes profesionales en México presentan grandes oportunidades de desarrollo; sin embargo, existen diferentes barreras que impiden potencializarlo a un mayor nivel. Lejos está del rol global moderno como generador de valor compartido y multiplicador de ganancias. Las principales ligas deportivas profesionales trabajan en modelos operativos arcaicos y priorizan las ganancias a corto plazo, en detrimento de una cultura integradora basada en la satisfacción del individuo como aficionado y su conversión a fanático deportivo total. Es preciso visualizar los factores que dispensen un mayor desarrollo y mejora en la gestión, y maximizar el potencial del deporte como negocio.

## MATERIAL Y MÉTODO

Se estudiaron inicialmente los antecedentes, estructura y estado actual de los principales deportes profesionales en el país, vía la investigación y consulta de fuentes primarias existentes. Posteriormente se realizó un modelo de investigación mixta en donde se detectaron, de manera cuantitativa-descriptiva y con observaciones de campo, los hábitos, intenciones y motivos que impulsan al individuo a seguir, aficionarse y convertirse en fanático deportivo. Los hallazgos fueron confirmados y profundizados mediante una investigación descriptiva, utilizando como reactivo un cuestionario aplicado a individuos aficionados y no aficionados al deporte profesional.

## RESULTADOS

- El proceso de conversión de seguidor a fanático en México está altamente influenciado por el nivel y continuidad de exposición mediática y cobertura del deporte en cuestión, pero no es el único factor a gestionar.
- La integración y vivencia experiencial del individuo de eventos transmedia simultáneos y en coordinación con los eventos deportivos es importante para fortalecer la pertenencia y afinidad con la identidad de los activos deportivos profesionales. Esta variable está sub-utilizada en nuestro país.
- Se requiere visualizar el desarrollo del deporte profesional en México en un enfoque profesional corporativo de negocios, a largo plazo, con metas y controles bien definidos.



## DISCUSIÓN

- La gestión del deporte profesional enfrenta escenarios cada vez más complicados para lograr sus diversas metas. Opera en una cadena de valor compuesta de múltiples elementos y variables en donde las interrelaciones se exponen y hacen complicado el asegurar su operación rentable. Sus fuentes de ingresos están continuamente estresadas; asistencia decreciente de aficionados a sus eventos en estadios, costos incrementales de producción que inciden en negociación de derechos de coberturas mediáticas, control de su *merchandising*, patrocinadores con presupuestos limitados y dificultades en transacciones con jugadores.
- Es necesario identificar la mejor forma de resolverlos dentro de un esquema estratégico y planificado. Este modelo debe partir de la base fundamental que sostiene a la industria deportiva basado en el aficionado, seguidor o fanático deportivo.

## REFERENCIAS

1. Flom C. Top 5 Reasons Baseball is the American Passtime. New York: Uloop; 2015.
2. Johnson S. "If We Build It, They Will Come" is not a Marketing Plan. Eugene: RainEugene; 2018.
3. La Afición al futbol soccer en México [Internet]. Consulta Mitofsky. México: Mitofsky; 2018. Disponible en: <http://www.consulta.mx/index.php/estudios-e-investigaciones/mexico-opina/item/1004-la-aficion-al-futbol-soccer-en-mexico-2018>
4. Maun T. Minors exploring why "It's Fun to be a Fan". New York: MILB; 2017.
5. MILB Sitio oficial de la Liga Mexicana de Béisbol [Internet]. Estadísticas de Asistencia. México: MILB; 2018. Disponible en: [http://www.milb.com/milb/stats/stats.jsp?t=L\\_att&lid=125&sid=125](http://www.milb.com/milb/stats/stats.jsp?t=L_att&lid=125&sid=125)
6. Mullin B, Hardy S, Sutton W. Sport Marketing. Champaign Illinois, United States: Human Kinetics; 2014.
7. Pedersen P, Thibault L. Contemporary Sports Management. Champaign Illinois: Human Kinetics; 2014.