

# Gestión Financiera y Comercial en la Era Digital

## Modelos de negocio en entidades deportivas

---

### INTRODUCCIÓN

La gestión financiera y comercial en el deporte ha experimentado una transformación radical impulsada por la digitalización. Las entidades deportivas han pasado de depender de fuentes tradicionales de ingresos a desarrollar estrategias complejas basadas en datos, tecnología y experiencias personalizadas. Este módulo analiza los modelos de negocio actuales, las nuevas fuentes de ingresos digitales y la importancia del CRM y la automatización en el contexto deportivo.

### MODELOS DE NEGOCIO EN ENTIDADES DEPORTIVAS

#### Clubes deportivos:

Los clubes tradicionales combinan ingresos por entradas, derechos audiovisuales, patrocinio y merchandising. En la era digital, han incorporado plataformas propias, contenido exclusivo y estrategias de engagement online.

#### Sociedades Anónimas Deportivas (SAD):

Funcionan con criterios empresariales, orientadas a la rentabilidad y sostenibilidad económica. Su estructura facilita la captación de inversión y la expansión internacional.

#### Federaciones deportivas:

Se centran en la regulación, promoción y organización de competiciones. Generan ingresos mediante licencias, subvenciones y eventos.

#### Empresas deportivas:

Incluyen gimnasios, startups fitness, academias y organizadores de eventos. Su modelo suele estar basado en suscripciones, servicios digitales y experiencias personalizadas.

## NUEVAS FUENTES DE INGRESOS DIGITALES

La digitalización ha permitido diversificar los ingresos mediante:

- Plataformas de streaming propias
- Contenido premium
- E-commerce deportivo
- NFTs y activos digitales
- Apps de suscripción fitness
- Experiencias virtuales
- Patrocinios digitales

## CRM EN EL DEPORTE

El CRM permite centralizar la información del aficionado, analizar su comportamiento y personalizar la relación.

Sus funciones principales incluyen:

- Segmentación de usuarios
- Personalización de ofertas
- Gestión del ciclo de vida del cliente
- Análisis de datos
- Fidelización

Diferencia clave: El CRM se centra en la estrategia y el análisis, ayudando a entender al usuario y tomar decisiones.

## AUTOMATIZACIÓN EN EL DEPORTE

La automatización permite ejecutar acciones sin intervención manual constante.

Aplicaciones:

- Email marketing automatizado
- Notificaciones en apps
- Campañas personalizadas
- Bots de atención al cliente

Diferencia clave: La automatización se centra en la ejecución eficiente de acciones basadas en reglas o datos.