



NOTICIAS DE NEGOCIOS

JUNE 15, 2021 / 3:03 PM / UPDATED A YEAR AGO

Clubes de fútbol adoptan criptomonedas, pero los hinchas están divididos

By Tom Wilson, Anna Irrera



LONDRES, 15 jun (Reuters) - Un número creciente de clubes de fútbol importantes están lanzando monedas digitales que permiten a los hinchas votar sobre una variedad de decisiones menores, en momentos en que el deporte enfrenta un derrumbe de sus ingresos a causa de la pandemia del coronavirus.

Pero los aficionados están divididos sobre las llamadas fichas de hinchas. Algunos aprecian la forma novedosa de interactuar con sus equipos y ayudar a tomar decisiones, incluso si solo se trata de asuntos insignificantes, como la canción que se reproduce en los partidos después de que se marca un gol o las imágenes que se usan en las redes sociales.

Otros describen las fichas como un aporte superficial que se suma a los costos ya crecientes de seguir a sus equipos.

Entre los clubes que lanzaron tokens en los últimos meses se encuentran el campeón de la Premier League, Manchester City, y el AC Milan de Italia. La selección de España, que empató su primer partido de la Eurocopa el lunes, dice que planea lanzar un esquema similar.

Argentina, que inició su campaña de la Copa América el mismo día con un sorteo, lanzó sus tokens la semana pasada.

Las fichas de aficionados se pueden negociar en intercambios como otras criptomonedas y también han llamado la atención de operadores minoristas e inversores profesionales.

Los precios son propensos a cambios bruscos y pueden tener poca conexión con el rendimiento de los jugadores en la cancha. Algunas de las fichas digitales de los clubes de renombre han perdido alrededor de dos tercios o más de su valor en las últimas semanas, lo que refleja caídas similares en el sector de las criptomonedas.

Malcolm Clarke, presidente de la Football Supporters Association, que representa a los aficionados en Inglaterra y Gales, dijo que los clubes están tratando de ganar dinero al permitirles a los hinchas opinar sobre cómo se administran o “están tratando de sacar dinero extra inventando encuestas en línea de ‘participación’ intrascendentes”.

“Tampoco luce muy bien”.

Las fichas digitales han ganado atractivo para los clubes en medio de la contracción de los ingresos por la pandemia, ya que los partidos se han jugado sin la asistencia de público, dijeron ejecutivos de tres clubes europeos.

Las ventas en los 20 principales clubes generadores de ingresos de Europa cayeron un 12% a 8.200 millones de euros (9.900 millones de dólares) en el año fiscal 2020, que para la mayoría de los clubes fueron los 12 meses que terminaron en junio, según la firma de consultoría y contabilidad Deloitte LLP.

Los equipos de fútbol generalmente se asocian con una empresa de tecnología de cifrado que emite las fichas y obtiene una parte de los ingresos de su venta inicial. Los precios varían, pero al menos varios clubes de renombre inicialmente lanzaron sus tokens a aproximadamente 2 dólares cada uno. Los precios más tarde empezaron a fluctuar.

El Manchester City y las asociaciones de fútbol de España y Argentina no respondieron a las solicitudes de comentarios. Un portavoz del AC Milan dijo que adoptar las fichas digitales era una movida estratégica para mejorar su presencia y “mantenerse más cerca” de sus más de 500 millones de aficionados en todo el mundo.

Tener una forma de interactuar con los hinchas durante el confinamiento “fue beneficioso para los clubes y el público”, dijo Giorgio Ricci, director de ingresos de la Juventus de Italia, que lanzó sus fichas digitales antes de la pandemia.

Katia Gigliotti, hinchada de la Roma de Italia, dijo que inicialmente dudaba en pagar por las fichas, pero que agradeció el compromiso con el equipo y otros aficionados durante los confinamientos.

ABRAZANDO EL MUNDO CRIPTO

El aumento de las fichas de hinchadas es parte de un abrazo cada vez más profundo por parte de la industria del deporte de las criptomonedas. En algunos deportes, los equipos se han ofrecido a pagar a los jugadores y al personal en monedas digitales, mientras que otros aceptan criptomonedas a cambio de entradas a la cancha o mercancías.

Los fans e inversores pueden comprar e intercambiar tokens no fungibles (NFT) en forma de videos con licencia oficial de los aspectos más destacados de los juegos de un sitio web con la marca de la Asociación Nacional de Baloncesto.

El fútbol se ha puesto a la cabeza en la oferta de fichas para los aficionados. Varios clubes europeos conocidos se han asociado con Chiliz, una unidad de Mediarex Enterprises Ltd. con sede en Malta.

La selección de España y Rangers de Escocia se han asociado con una plataforma de blockchain turca. El Borussia Dortmund de Alemania está trabajando con otras dos nuevas empresas.

El presidente ejecutivo de Chiliz, Alexandre Dreyfus, dijo que la compañía paga una tarifa al club y comparte los ingresos de la venta inicial de fichas. Chiliz agregó que tiene como objetivo 200 millones de dólares en ventas este año.

Chiliz ha lanzado 20 fichas de aficionados con equipos de fútbol. También ha lanzado ocho tokens con equipos de otros deportes, incluidos el automovilismo y las artes marciales mixtas.

El valor de mercado total de los 21 tokens que cotizan en bolsa emitidos por Chiliz era de alrededor de 260 millones de dólares al 13 de junio, dos tercios más que a fines de 2020 pero

menos a la mitad desde su máximo de mayo, según el investigador de blockchain Christian Ott, quien dirige el sitio web de Fantokenstats.

Esas fichas están relacionadas principalmente con el fútbol, pero también incluyen equipos de otros deportes más especializados.

1 dólar = 0,8248 euros Reporte de Tom Wilson y Anna Irrera. Editado en español por Marion Giraldo

Our Standards: [The Thomson Reuters Trust Principles.](#)

[Apps](#) [Newsletters](#) [Advertise with Us](#) [Advertising Guidelines](#) [Cookies](#) [Terms of Use](#) [Privacy](#)
[Do Not Sell My Personal Information](#)



All quotes delayed a minimum of 15 minutes. See here for a complete list of exchanges and delays.

© 2022 Reuters. All Rights Reserved.