

Toda la pasión por el fútbol, pagada poco a poco

El fútbol se consolida como una experiencia social global que trasciende el partido, impulsada por un aficionado más conectado y participativo, aunque con el reto de gestionar el gasto asociado.

Soluciones como plazox responden a esta necesidad de control financiero, permitiendo fraccionar pagos y compatibilizar el disfrute del ocio deportivo con una gestión más flexible del presupuesto.

El fútbol ya no solo se ve, se vive y se comparte

La actualidad vuelve a situar al fútbol en el centro de la conversación global durante varias semanas. Aunque la competición se dispute en Norteamérica, su impacto se vive con especial intensidad en países como España, donde este deporte forma parte de la cultura cotidiana. Más allá del resultado sobre el césped, el evento se convierte en una experiencia compartida que se comenta, se celebra y se disfruta en compañía en bares, hogares y también en vivo, para los afortunados que tengan la oportunidad de viajar y seguir a la selección.

Esta forma de vivir el fútbol encaja con la evolución del comportamiento del aficionado. Los análisis de Nielsen apuntan a un contexto en el que el deporte se expande más allá del propio partido, impulsado por una mayor globalización, la diversificación de las audiencias y cambios profundos en el consumo de contenidos. El aficionado es hoy más participativo y está más conectado que nunca, siguiendo la competición a través de distintos formatos y momentos, combinando el directo con el consumo posterior de contenidos, la interacción social y un sentimiento de pertenencia que va mucho más allá de acudir al estadio o sentarse frente a la televisión.

El fútbol impulsa el gasto y consolida soluciones de pago para mantener el control

Aquí aparece uno de los grandes retos: cómo disfrutar del evento sin que el gasto desajuste el presupuesto mensual. El aficionado no quiere quedarse al margen, quiere viajar para apoyar a su selección o animarla desde casa con una nueva televisión, pero también necesita mantener el control de sus finanzas personales durante un evento largo y de mucha interacción social y familiar.

En España, las soluciones como plazox forman ya parte de los hábitos de pago de una parte significativa de los consumidores. Así se demuestra en el análisis de su actividad durante competiciones similares donde las compras fraccionadas en ese periodo, en más de un 30 %, se realizaron en comercios y en actividades relacionadas con el deporte, incluyendo gastos como equipamiento, compra de electrodomésticos, abonos anuales o viajes

vinculados al seguimiento del equipo. Esto refleja cómo los grandes torneos deportivos contribuyen a intensificar el gasto y cómo el fraccionamiento se convierte en un aliado para los consumidores que quieren organizarse mejor.

Según el Libro Blanco "Presente y futuro de los medios de pago" de Oney (2025), 37 de cada 100 españoles ha utilizado servicios BNPL y casi uno de cada cuatro (23,8%) lo ha hecho en los últimos doce meses. El informe explica cómo estos servicios permiten aplazar el pago de las compras de forma inmediata, simplemente facilitando una tarjeta bancaria y sin necesidad de aportar documentación adicional. El análisis destaca que esta adopción refleja una búsqueda creciente de flexibilidad y comodidad en los pagos, especialmente entre los consumidores más jóvenes y los hogares con ingresos medios, que utilizan estas fórmulas para gestionar mejor sus presupuestos.

En palabras de Luis Álvarez-Cascos Paredes, director de Marketing, Negocio e Innovación de plazox: *"Nuestro servicio plazox se integra de forma natural como una solución de la banca española plenamente alineada con la nueva manera en la que hoy se consume. Nuestra propuesta permite fraccionar el pago de todo tipo de compras, incluidas aquellas vinculadas al ocio y a las experiencias deportivas como el abono anual, una tele nueva o el viaje para seguir a la selección o a tu equipo, sin necesidad de aportar documentación adicional ni recurrir a registros externos. Todo el proceso se completa cómodamente utilizando la tarjeta bancaria habitual del usuario y por tanto sin incrementar su nivel de compromiso financiero. De este modo, las personas pueden disfrutar del espectáculo del fútbol en familia o con amigos sin renunciar al control de su economía doméstica".*

El mundo del fútbol refleja, en definitiva, cómo se viven hoy las grandes experiencias colectivas en España: con emoción, con orgullo y cada vez más con conciencia económica. Vivir la pasión del fútbol y ordenar el presupuesto ya no son objetivos opuestos, sino dos partes de una misma manera de disfrutar el evento, donde la experiencia importa tanto como la forma de gestionarla.