

COMPETICIONES

Los estadios de La Liga: una asignatura pendiente

M.Menchén
16 sep 2016 - 05:00

La revolución tecnológica de los últimos años ha provocado un importante cambio en los hábitos de consumo, ha dado un vuelco a la concepción de los espectáculos y elevado el nivel de exigencia de quienes pagan por ver un evento en directo. Sin embargo, todo este proceso enganchó a los clubes del fútbol español con un elevado endeudamiento o con la mente más puesta en proyectos faraónicos de estadio que no en funcionales y adaptando las tendencias que se empezaban a generar en Estados Unidos.

Ahora, con el saneamiento avanzado, la llegada de nuevos inversores y el alza de los ingresos por televisión, muchos de los clubes de La Liga empiezan a retomar viejas ideas o poner nuevas encima de la mesa. En total, ya hay proyectos por valor de casi 1.300 millones de euros, según la recopilación realizada por *Palco23* para la Guía Económica de La Liga 2016, estudio patrocinado por el Centro de Estudios Garrigues en el que se analizan las cuentas de todos los clubes de Primera División.

Uno de los principales problemas en todo este proceso ha sido la fuerte dependencia de algunos clubes respecto al sector público. Los datos recopilados por *Palco23* evidencian que sólo siete de los estadios que albergarán partidos de la Liga Santander esta temporada son de propiedad privada. El resto corresponden a concesiones municipales, por la que se paga un canon anual a cambio del derecho de uso.



El proyecto más costoso, y probablemente el que más tardará en finalizar, es el del FC Barcelona. El club ha proyectado un gasto de casi 450 millones de euros en modernizar el Camp Nou y su entorno más inmediato, y la previsión más optimista apunta a que las obras estén listas en 2022. El despacho japonés Nikken Sekkei ha diseñado la remodelación, que eliminará viejas estructuras, cubrirá el estadio, ampliará el aforo a 105.000 personas y elevará hasta 95 el número de palcos VIP. Además, se creará un pitch club para 1.000 personas, que reforzará la vertiente más corporativa, y se potenciará aún más todo el negocio comercial asociado.



El Real Betis por fin ha podido desencallar la ampliación de la grada del gol sur, que se construirá de nuevo y permitirá ampliar hasta los 60.000 asientos el aforo del Benito Villamarín. El presupuesto para el proyecto asciende a 15 millones de euros, ya que se va a

aprovechar también para lavar la cara de la fachada exterior y reforzar servicios. Por ejemplo, se triplicará la capacidad del aparcamiento con 400 nuevas plazas y se habilitarán 4.500 metros cuadrados de superficie para usos terciarios en planta baja y semisótano. En paralelo, y para potenciar el negocio de hospitalidad y dar más activos a los patrocinadores, se van a mejorar los palcos VIP.



Otro proyecto iniciado antes de la crisis inmobiliaria y que poco a poco se está desatascando es el del Valencia CF. El problema es que el proyecto de 2006 y frenado en 2009 apenas sirve y se está rediseñando por completo. Según explicó la presidenta del club, Layhoon Chan, hace unos meses, el aforo podría rebajarse de 75.000 a 60.000 butacas y se eliminará la pista de atletismo. En alguna intervención ya ha dicho que hubiera preferido un solar vacío y no la estructura de hormigón en la que ya se han gastado decenas de millones. Los cálculos apuntan a un gasto adicional de 130 millones de euros y que pueda inaugurarse en la temporada 2019-2020.

Y aquí es donde están surgiendo los problemas. ¿Quién asume la inversión? Si se trata de un concurso público, ¿no tiene derecho un tercero a pujar por la nueva concesión a cambio de la remodelación? Son interrogantes que han surgido en procesos como el de la Real Sociedad, el Celta de Vigo o el descendido Rayo Vallecano.

El problema es real y la necesidad de renovación compartida por toda la industria. Junto a la Serie A, La Liga es la competición europea que tiene menos estadios

construidos después del año 2000, con tres, según datos de KPMG. Por delante está la Premier League, cuyo poderío económico le ha permitido acelerar la renovación; la Bundesliga, que ejecutó muchos de los proyectos con motivo del Mundial de 2006, y la Ligue-1, que en los últimos tres años ha dado un importante salto cualitativo con la construcción o remodelación de casi todos sus estadios pensando en la Uefa Euro 2016.

En España, la gran oportunidad habría sido la candidatura ibérica para el Mundial de 2018, que se acabó yendo a Rusia ante la existencia de más patrocinadores. De hecho, durante la presentación de candidaturas y análisis de los proyectos, una de las principales críticas a nivel internacional fue el estado de las infraestructuras. Un problema que se ha ido alargando hasta los últimos tres años, tanto por exigencias de la patronal para que se cumplieran normas de seguridad como ahora para que lo hagan a efectos audiovisuales.

Este año habrá, por primera vez, un reglamento que obligará a todos los equipos a mejorar el estado del terreno de juego, la iluminación, homogeneizar cromáticamente la segunda U televisiva en la que antes se mezclaban decenas de creatividades de empresas locales, asegurar que las gradas se vean llenas en televisión... Todo con un objetivo: ser más atractivos para los telespectadores, pero también para que los aficionados vayan al fútbol, como la creación de una grada de animación en cada campo o la potenciación de los servicios de hospitality para atraer más empresas.



Algo más adelantada parece la iniciativa del Real Madrid, que tras dos años estancados por trabas legales al proyecto inicial, al final ha logrado un plan que convence al Ayuntamiento de la capital. El club, que ha propuesto que el grueso de las obras se concentren en el verano de 2018, estimó inicialmente el coste del proyecto en unos 400 millones de euros. Al final no se edificará en el aparcamiento

que da al Paseo de la Castellana, por lo que el complejo de hoteles y tiendas deberá estar en otro espacio. Finalmente no se ampliará el aforo del estadio, pero sí se cubrirá totalmente.



El otro proyecto que ha desencallado el gobierno de Manuela Carmena es el que debe permitir al Atlético de Madrid financiar la construcción de su estadio en La Peineta. El club estima que el coste debería estar en torno a los 195 millones de euros, debido al deterioro de la infraestructura sobre la que se está levantando el futuro hogar de los colchoneros. La intención es ampliar el aforo hasta los 67.000 espectadores para hacer frente a la demanda de nuevos abonos, así como potenciar el espacio VIP, gestionado por CenterplateISG y con una capacidad para 7.000 personas. El estadio se estrenará con la temporada 2017-2018 y, además, dispondrá de 4.000 plazas de aparcamiento.



La Real Sociedad tiene clara la necesidad de ejecutar una reforma de Anoeta que cuesta unos 40 millones de euros. Su problema, que el equipamiento es de titularidad municipal y debe ir por concurso público, lo que está provocando algunos retrasos. Se quiere eliminar la pista de atletismo y ampliar de 32.000 a 42.000 el número de asientos. El club asegura poder aportar 11 millones, gracias al patrocinio de Qbao, y cubrir una parte del préstamo de 16,5 millones que pediría el Ayuntamiento de San Sebastián. También se espera que el Gobierno vasco, que ya ayudó al Athletic Club, colabore con una aportación de unos diez millones. No existe una fecha clara de finalización.



El mismo problema de la Real Sociedad afecta al Celta de Vigo, que podría tener dificultades para tener listas las obras antes de que empiece la temporada. El club, en colaboración la Administración propietaria de Balaídos, ha proyectado gastar 29,5 millones de euros

en mejoras. En su caso se trata sobre todo de mejorar las prestaciones y la confortabilidad, así como cumplir la normativa de seguridad. A nivel de aforo sólo se pasará de 28.700 a poco más de 31.000 asientos. La propuesta, que incluye una cubierta nueva y eliminar la pista de atletismo, sólo resta pendiente de la financiación para la remodelación de los dos fondos.

Mejor estadio, ¿igual a patrocinador?

Todos estos proyectos no sólo pueden suponer un impulso a los ingresos por taquilla, abonados y explotación comercial, sino que también podrían ser un motivo más para encontrar un patrocinador que quiera dar nombre a la instalación. En La Liga no hay un solo club que tenga vendido los *naming rights* del estadio, y los primeros intentos, como el del RCD Espanyol con Powr8, no salieron del todo bien. Ahora, en cambio, muchos tienen claro que será necesario un patrocinador para este activo que ayude a financiar las obras de remodelación.

El Real Madrid ya tiene un acuerdo con la petrolera Ipic una vez se ponga en marcha el proyecto, mientras que el FC Barcelona ha iniciado ya la búsqueda de un socio, con la opción de que incluso pueda ser uno tanto para la camiseta como para el Camp Nou. Es una fórmula que, por ejemplo, ya utiliza el Manchester City con Etihad y el Arsenal con Emirates. El Atleti también ha asumido la necesidad de buscar un nombre comercial de cara a su traslado a La Peineta.

En un segundo nivel, la Real Sociedad aseguró haber logrado el apoyo de Qbao, la marca china que ya luce en su camiseta, para financiar parte de las obras. Incluso el Villarreal CF, que está planteando una reforma de menor calado a las citadas, también está explorando esta opción. Y el problema puede acabar siendo el mismo: la difícil atracción para marcas internacionales por no ser clubes globales y el nulo interés que han mostrado la mayoría de multinacionales españolas por ayudar a sus equipos, a diferencia de lo que siempre ha sucedido en la Bundesliga con la industria alemana.