

CLUBES

El Alavés confía en generar hasta 12 millones al año con el nuevo Mendizorroza

El conjunto vitoriano ha diseñado un plan de negocio que le permitirá aumentar a 94 el número de palcos VIP del estadio y habilitar nuevas zonas comerciales.

M.Menchén

23 sep 2019 - 05:00



Haritz Kerejeta tiene un plan, y el mismo contempla convertir Baskonia-Alavés en un puente que conecte a las empresas de Vitoria, sea con el mundo local, entre ellas o con el resto del mundo. El fútbol puede unir muchas cosas, pero el ejecutivo es consciente de que hoy no tienen todas las herramientas necesarias. Al menos, no todas las que podría tener a su disposición el club de fútbol para cubrir esa oferta y, de paso, generar muchos más ingresos. “Calculamos que la reforma del estadio de Mendizorroza podría aportar entre ocho millones y doce millones de euros anuales extra”, explica a *Palco23* el director general del grupo y vicepresidente del conjunto de LaLiga.

Este salto económico no será inmediato, pues la entidad deportiva trabaja con un calendario que hace pensar en que la remodelación no estará completada y a pleno rendimiento en al menos cinco años, una vez se obtengan todos los permisos necesarios. La esperanza es que todo pueda solucionarse antes del verano, de forma

que sea al término de 2019-2020 cuando empiecen las obras. Y el punto está en el ámbito político y técnico, pues la financiación ya está acordada.

La intención manifestada por el Alavés es conseguir una concesión del recinto deportivo por un periodo de 75 años, tiempo que la propiedad considera necesario para amortizar la inversión de 33 millones de euros que ha comprometido. Este importe corresponde al 60% del coste total que se ha presupuestado para este proyecto, al que el Ayuntamiento de Vitoria aportará 8 millones y la Diputación de Álava y Gobierno vasco aportarán 7 millones de euros, respectivamente.

El Alavés aportará 33 millones a la financiación de las obras, que doblarán la oferta de *hospitality*, que hoy está vendida al 100%

“Va a ser la mayor inversión que realizaremos en nuestra historia, pero también nos va a generar oportunidades que hoy no podemos capturar, además de calidad y modernidad para poder competir”, argumenta Kerejeta. Y los datos sustentan esa necesidad: hoy no disponen de ningún palco VIP disponible y apenas tienen margen para expedir nuevos abonos o justificar subidas de precios a cambio de más servicios.

El directivo, que desde 2014 trabaja en la expansión del negocio albiazul junto al del Baskonia, desvela que el número de boxes privados prácticamente se doblará. “Pasaremos de los cincuenta actuales a 94, y crearemos dos filas más de asientos VIP”, detalla. Ese nuevo anillo de *hospitality* se mantendrá en el nivel actual del estadio, aunque con una forma de U en lugar de ocupar sólo la tribuna Principal. En paralelo, con la nueva fachada que se está planteando también se podrá dotar de más espacio a cada box. “No reúnen las condiciones básicas a las que aspiramos”, argumenta.

La razón para que la zona de empresas no ocupe el fondo Polideportivo es que este se convertirá en una gran grada de animación, al estilo de la de los estadios de Alemania. De esta manera, se aseguran que una zona se encargue de dinamizar los partidos y aglutinar a toda la gente joven, un segmento de la población donde el grupo quiere ampliar su penetración con nuevos formatos.

El crecimiento de la entidad dependerá de que las nuevas generaciones vean en el fútbol su opción de entretenimiento preferida, pero ese es un trabajo de captación a medio y largo plazo que ayuda a entender una ligera modificación respecto al plan inicial. Se trata del aforo que alcanzará Mendizorroza, que de entrada pasará de 19.840 a 27.000 asientos a través de las dos gradas laterales

y, parcialmente, los fondos. En una segunda fase, se acometería el objetivo de dejar el aforo en aproximadamente 31.000 butacas.

El club albi azul ampliará el aforo de Mendizorroza a 27.000 espectadores, con opción de alcanzar 31.000 asientos en una segunda fase

“Debe ser un crecimiento acompasado al del club, y el proyecto hace que no tengamos que modificar nada; sólo fasear los trabajos”, señala el directivo. Porque, de inicio, lo importante es ganar más asientos, sí, pero sobre todo solventar todos los problemas estructurales y mejorar la oferta general de servicios. Por eso, en la primera fase entraría la instalación de una nueva cubierta que proteja de la lluvia a todos los aficionados, la supresión de las columnas que reducen la visibilidad en algunos asientos y diversas actuaciones que permitan que el estadio cumpla todas las exigencias que podría suponer clasificarse para competiciones europeas.

En el ámbito comercial, la ambición del Alavés es que su hogar pueda ser un gran salón de eventos como lo es actualmente el Buesa Arena para el Baskonia, que ha abierto una línea de ingresos con la cesión de espacios para organizar actos de empresa, entre otros. En este sentido, Kerejeta comenta que el plan prevé habilitar salas específicas, pero sobre todo destaca una nueva zona terciaria de 6.000 metros cuadrados. “Será un espacio en el que el club y sus empresas asociadas puedan estar más vinculadas a socios y aficionados”, confía.

El directivo comparte la idea extendida de que el partido de fútbol es la más importante, pero que no debe ser el único punto de contacto con la masa social, a la que aspira a tener más tiempo en el recinto. Por eso, se mejorará la tienda y se ampliará de seis a diecisiete el número de bares, que “serán de más calidad y más agradables”. Sólo así es como el Alavés contempla mantener la tendencia a batir cada año su récord de abonados. En 2019-2020 son más de 17.603 socios con asiento, y en el club no quieren que el freno a ese crecimiento sea por no haber actuado a tiempo. “Tenemos camino para crecer”, confía Kerejeta.