

CLUBES

El Atleti, al acecho del turista: abre tienda en la Gran Vía de Madrid

M.M.A.
19 sep 2016 - 05:00

Madrid cada vez recibe más turistas y el Atlético de Madrid suma año a año nuevos seguidores a nivel internacional. Dos factores que han sido determinantes para que el conjunto rojiblanco haya decidido finalmente abrir una tienda propia en la capital española. En concreto, el establecimiento escogido se ubica en el número 47 de la Gran Vía, a apenas cinco minutos del establecimiento que tiene en la misma avenida el Real Madrid.

Se trata del primer punto de venta a pie de calle que tendrá la entidad en el centro de la ciudad, algo que a muchos aficionados les chocaba, ya que su eterno rival dispone de tres locales. Hasta ahora, la red de distribución directa se limitaba a los puntos de venta que hay en el Vicente Calderón y la Ciudad Deportiva Wanda, ubicada en Majadahonda, así como en el centro comercial Tres Aguas de Alcorcón.



Griezman, Carrasco y Saúl son los jugadores escogidos para promocionar la tienda.

Con el nuevo establecimiento, además, la entidad se asegura presencia directa en la ciudad, toda vez que la próxima temporada se trasladarán a La Peineta, en las afueras. Eso implicará también el traslado de la tienda oficial del Vicente Calderón, lo que habría provocado que no hubiera ningún punto de venta oficial dentro del núcleo urbano, más allá de los espacios que puedan haber habilitados en grandes almacenes como El Corte Inglés o los locales de Nike en la misma Gran Vía y en la calle Serrano.

La multinacional estadounidense es actualmente el principal socio comercial del Atleti, después de que en la última renovación de contrato le asegurara unos ingresos mínimos de nueve millones de euros anuales hasta 2026. La marca, a diferencia de los acuerdos que tenía hasta ahora con otros clubes como FC Barcelona o PSG, no interviene en el negocio de *retail* rojiblanco, ya que las tiendas son gestionadas por el propio club, así como su portal de venta a través de Internet.

El proyecto llega en un momento en el que la buena trayectoria deportiva ha acelerado el crecimiento de la masa social *colchonera*, que por primera vez en su historia ha rebasado los 87.000 socios, frente a los poco más de 60.000 que tenía en 2013. Además, su consolidación en la Champions League y la presencia de Wanda Sports en su accionariado han elevado su notoriedad mediática.

De ahí que quieran estar en una de las principales arterias comerciales de Madrid, por

la que pasan miles de turistas cada año. Cada visitante internacional que llega a la Comunidad de Madrid gasta una media de 183 euros al día, lo que supone un 6,7% más respecto al año pasado, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). En el mismo estudio, el servicio estadístico del Gobierno apunta a que sólo en julio pasaron 760.344 visitantes por la capital española.

Este crecimiento de la base de aficionados también se está trasladando a la cuenta de resultados, que en la 2014-2015 arrojó unas ventas totales de casi 200 millones de euros, para la 2015-2016 se preveían 240 millones y, según apuntaba este sábado *Marca*, para la 2016-2017 se han presupuestado 280 millones en ingresos. Esta nueva mejora se debe básicamente al nuevo contrato de televisión, así como a la mejora de los pagos que acordó en septiembre la Uefa con al Asociación Europea de Clubes (ECA).