

CLUBES

El Atleti dispara un 38% sus ingresos entre el Calderón y el Wanda Metropolitano

El Atlético de Madrid ha celebrado ya el primer aniversario del nuevo estadio, que ya factura más de 60 millones y ha acogido más de 250 eventos, ha vendido el 80% de los asientos VIP y ha elevado a 57.674 el número de abonados.

Marc Menchén
9 oct 2018 - 05:00

El Wanda Metropolitano, un negocio que ya supera los 50 millones de euros al año

El gran aliciente de ir al Vicente Calderón era ver al once de gala del *Cholo* Simeone, pero ese ya no es el único motivo por el que visitar ahora el nuevo hogar del Atlético de Madrid. “Calculamos que 36.000 personas han asistido a los 250 eventos celebrados hasta el momento en el Wanda Metropolitano”, señalan fuentes de la entidad a *Palco23*. De hecho, la facturación del recinto deportivo ha sido un 38% superior a la del anterior, con un negocio que ya supera los 60 millones de euros si se tienen en cuenta los *naming rights* que hasta ahora no se habían comercializado.

Dicho de otra manera, el aumento de la facturación por la explotación de instalaciones ya está compensando la inversión de más de 300 millones de euros que se hizo en la construcción del complejo. Los arquitectos asumieron el complejo reto de reconvertir un estadio olímpico en un espacio multiusos que no viera la diversificación en atletismo, sino en los espectáculos y los actos de empresa. “Acoge todas las semanas y, en muchas ocasiones de forma simultánea, multitud de eventos”, apuntan en el club.

La intención del Atleti es continuar creciendo, después de que ya se haya inaugurado el auditorio. Su previsión es aumentar la actividad extradeportiva en un 40% en 2018-2019, hasta los 350 acontecimientos. Muchas de estas actividades son realizadas por sus patrocinadores, como Caixabank, Mahou, Coca-cola, Plus500 o Hyundai, pero también ha sido el espacio elegido por LiveNation para el concierto de Ed Sheeran, que seguirá los pasos de Iron Maiden y Bruno Mars.

El Atleti acogerá hasta 350 eventos corporativos en el Wanda Metropolitano este año, incluido el concierto de Ed Sheeran

Los interiores del Wanda Metropolitano se han configurado de manera que hay 24 zonas multifuncionales que permiten organizar eventos de entre 250 personas y 3.600 personas. A ello se le suma el Tour, con el que también se quiere desestacionalizar la explotación del estadio y que su actividad no quede limitada a los días de partido, que es donde se concentra el grueso del negocio.

El Atleti ha batido su récord de abonados, con 57.674 personas y la creación por primera vez de una lista de espera. El aumento del aforo hasta los 68.000 asientos se tradujo en un aumento del 24,19% en términos de asistencia durante LaLiga Santander de 2018-2019, con una media de 55.408 espectadores por encuentro. Son cifras que lo consolidan como el tercero con mayor ocupación de España, solo por detrás del Camp Nou y el Santiago Bernabéu.

“En relación a la ocupación de butacas VIP, los palcos están al 92% y los *premium seats* al 80% con abonos de temporada. Las butacas sobrantes se venden como entradas partido a partido”, comentan en el Atleti, sobre un negocio cuya explotación corresponde a Sodexo tras la adquisición de Centerplate en 2017. En total, hay 7.000 asientos *premium* repartidos por el segundo anillo de la grada.

Al crecimiento del número de asistentes se le ha intentado añadir una mejora de la experiencia para poder aumentar el precio medio de la entrada, con iniciativas como los juegos de luz o las pantallas LED que rodean el recinto. Además, se alió con Telefónica para ser el primer estadio 100% IP de Europa, con más de 1.000 kilómetros de fibra que aseguran la conectividad wifi de todos los asistentes.

A ello se le suma la mejora de la restauración (hay dos establecimientos, La Gradona y Cervecería Bendita Locura) y, sobre todo, las dos *fan zone* con las que se busca alargar la estancia en la zona. Cada una de ellas se pensó para ocupar una superficie de 4.800 metros cuadrados, dirigidas al público familiar y a los más jóvenes, respectivamente. La primera se ubica en el fondo donde está la grada familiar y el parque infantil Indipark, mientras que la segunda está cerca de la grada de animación.

En cifras, el club presupuestó que en 2018-2019 facturaría 39,47 millones de euros por las cuotas de socios y abonados, a lo que habría que añadir los más de 10 millones anuales que ha venido obteniendo anualmente por venta de entradas individuales. En paralelo, el nuevo hogar ha permitido generar 10 millones anuales por el patrocinio de Wanda para cancelar un préstamo de 50 millones en cinco años. Esta cifra no incluiría la explotación del negocio de *hospitality* y el segmento corporativo, incluidos los conciertos, que acostumbra a incluirse con los ingresos del área comercial.

La guinda del pastel ha sido la adjudicación de la sede de la final de la Champions League de 2019, que permitirá mostrar a todo el mundo las prestaciones del estadio. La cuadratura del círculo para el Atleti sería poder levantar por primera vez este trofeo en su casa, por unas fechas en las que también debería resolverse la venta de los terrenos del Vicente Calderón. Serán al menos 150 millones de inyección en caja, y un paso más en la que ha sido el *fichaje* más caro en la historia, aunque de momento también uno de los más rentables.