

CLUBES

Los socios del Madrid avalan las cuentas de 2017-2018 pese al alza de los abonos

La entidad, que prevé continuidad en sus ingresos de 2018-2019, ganó 31,2 millones el último ejercicio y atribuye el incremento de más del 10% en los abonos al escaso peso que empezaban a tener los socios.

M.M.A.
23 sep 2018 - 12:00

Los socios del Madrid avalan las cuentas de 2017-2018 pese al alza de los abonos

Los socios del Real Madrid han dado un año más su visto bueno a la salud económica del club, que cerró 2017-2018 con un beneficio neto de 31,2 millones de euros y unos ingresos de 805 millones. La votación se ha saldado con el aval del 98% de los compromisarios presentes (algo más de 1.200 personas), una proporción de apoyos similar a la obtenida por un “presupuesto de continuidad” para 2018-2019, en el que los ingresos serán de 803 millones y el resultado antes de impuestos será de 43 millones.

Eso sí, lo han hecho con algunas críticas a cómo se ha conseguido elevar el volumen de ingresos para la actual temporada. Uno de los socios ha denunciado la subida del precio de los abonos, que se han incrementado en al menos un 10% y en algunos casos hasta un 25%. En el último ejercicio, las cuotas por socios y abonados aportaron cerca de 50 millones de euros.

El presidente del club, Florentino Pérez, ha atribuido esta subida de precios a que “había una desproporción entre dos gradas” que había que subsanar. Además, ha añadido que se ha querido situar el pase de temporada a precios de mercado, después de congelar su valor en los años de crisis. “Teníamos que recuperar lo que no habíamos subido en los otros años”, ha razonado.

En este sentido, también se ha escuchado en que “es una desproporción” que la aportación de los propietarios del equipo de fútbol haya bajado del 20% a solo el 6,6% de todos los ingresos ordinarios. “En este momento, nuestra contribución estaba en unos porcentajes que nadie entendería y esto ha propiciado un problema de reventa a organizaciones internacionales”, ha recordado.

En total, la explotación del estadio generó un 4,6% más en 2017-2018, con 174,42 millones de euros en los que se incluyen los 49,87 millones de euros por cuotas de socios y abonados. Aquí también se incluye la venta de entradas en competiciones como LaLiga, que generó 52,22 millones de euros o el canon que anualmente pagan los operadores de los restaurantes y el centro comercial que siguen en activo en el Santiago Bernabéu. Para este año, se ha presupuestado una caída del 1,2%, que podría corregirse en función de cómo evolucione deportivamente el equipo.

Una partida que cada vez gana más importancia es la de partidos amistosos y competiciones internacionales, que el último año se disparó un 16,7% y, por primera vez, superó los 100 millones de euros; para 2018-2019 ya se auguran 116,26 millones gracias al inicio del nuevo ciclo de la Uefa. Aquí se incluyen parte de los pagos de la confederación por la Champions League, que en total aportó 85,46 millones de euros, pero también los 4 millones de la Supercopa de Europa, los 4,42 millones del Mundial de Clubes y otros 18,54 millones de euros por partidos amistosos, el doble que hace un año gracias a la disputa de *El Clásico* en Miami. Es decir, que los amistosos de verano le suponen tanto dinero o más que competiciones oficiales que no son ni la Champions ni LaLiga Santander.

Los ingresos por televisión subieron un 7,9%, hasta 178,4 millones de euros, aunque para 2018-2019 se ha decidido trabajar bajo la hipótesis de que estos ingresos retrocedan hasta 158,23 millones de euros. Se desconoce a qué se atribuye este descenso del negocio audiovisual, más allá de que algunas partidas se hayan podido reclasificar. En su explicación, el Madrid no hace referencia a estas circunstancias.

El principal motor del club blanco continúa siendo el área comercial, donde el crecimiento fue del 16% y se alcanzaron los 297 millones de euros, mientras que en 2018-2019 se elevarán los ingresos por este concepto a 305,24 millones. Entre los motivos que explican esta mejora está la renovación del patrocinio principal con Emirates hasta 2021-2022, así como algo más de seis millones de euros por premios de patrocinadores gracias a los títulos. Los contratos de patrocinio y licenciasupusieron 239,68 millones de euros (+18,2%), mientras que la actividad de las 18tiendas gestionadas por Adidas generó 26,47 millones (+5%).