

COMPETICIONES

570 empleados, 1.000 noches de hotel, 7.200 pelotas, 70 patrocinadores... el Godó en cifras

M.Menchén
7 abr 2015 - 18:41

El Barcelona Open Banc Sabadell se ha convertido en uno de los eventos sociales más importantes de la capital catalana, gracias a su capacidad para atraer hasta 20.000 asistentes VIP. Pero el torneo va mucho más allá, como demuestran las grandes cifras de un torneo que exige 23 días de preparación en el que llegan a trabajar 470 operarios y que tiene un impacto económico directo de dos millones, según la organización.

Albert Agustí, presidente del Reial Club Tennis Barcelona, ha desvelado hoy los entresijos del único campeonato de la ATP que sigue siendo celebrado en un club privado, junto al de Wimbledon. Por ejemplo, que durante los cinco días de partidos se pondrán a la venta un total de 70.407 entradas, que prácticamente ya han sido vendidas con precios populares que van desde los 7 euros. De estas, en torno a un 15% se venden fuera de España, con EEUU como uno de los mercados más importantes.



Kei Nishikori, último campeón del Barcelona Open Banc Sabadell.

Agustí, en un acto organizado por el Colegio de Economistas de Catalunya, ha señalado que los aficionados generarán unos ingresos de 1,5 millones de euros a través del *ticketing*, es decir, sin contabilizar la restauración. En este punto, ha recordado que se prevén servir 6.500 comidas y que incluso él ya se ha tenido que apuntar a la lista de espera ante el lleno absoluto de los restaurantes que se instalan temporalmente en el club.

La principal vía de ingresos del torneo será, como no podía ser de otra manera, los patrocinadores. El Barcelona Open Banc Sabadell se ha asegurado 6,6 millones de euros por esta vía, que principalmente aportan el Ayuntamiento, la entidad financiera que preside Josep Olliu y otras 68 marcas que quieren aprovechar el torneo para promocionarse, como Emirates, San Miguel, Peugeot o Mango.

Los otros 1,5 millones que completan un presupuesto total de casi 10 millones de euros es la venta de los derechos de televisión, adquiridos por TV3, Televisión Española (TVE) y, por primera vez, Canal+. Se esperan conseguir unos 12,46 millones de espectadores sólo en España, aunque la audiencia potencial a nivel global alcanzará los 325 millones de hogares en más de cien países distintos. La comercialización corre a cargo de la consultora IMG.

Estos ingresos, superiores a los de la edición de 2014, han permitido mejorar los premios económicos para los tenistas, que se repartirán algo más de tres millones de euros; de estos, 2,5 millones son compensaciones en función de la evolución en el torneo y algo más de medio millón han sido garantías para asegurarse la presencia de cinco jugadores *top ten* en las pistas del Tennis Barcelona: Rafa Nadal, ocho veces campeón del torneo, Kei Nishikori, vigente campeón, Milos Raonic, David Ferrer y Marin Cilic. “Los jugadores cada vez quieren jugar menos semanas y ganar más dinero”, ha argumentado Agustí.

Agustí ha desvelado que entre las partidas de gasto más importantes también están los 1,2 millones en gastos de organización, que incluyen el pago de 1.000 pernoctaciones hoteleras de todo el personal asociado a los tenistas y organizadores. A esta cifra se añaden 900.000 euros de montaje y desmontaje y pequeñas partidas que al final dejan “un pequeño superávit que reinvertimos en mejoras necesarias del club”, según el dirigente. Entre ellas, 7.200 pelotas de tenis, el movimiento de 8 grúas y 52 tráilers o los cinco kilómetros de cuerda para las raquetas.