

Estadios del futuro, eje del negocio del fútbol

ANTONIO SANTAMARÍA Madrid
11 ENE. 2020 - 00:29

in



La remodelación del Santiago Bernabéu, adjudicada a FCC, finalizará en agosto de 2022.

Los clubes mejoran la experiencia del fan para impulsar sus ingresos.

HBO, Amazon Prime Video, Apple TV, Disney +... El boom de los servicios de vídeo por streaming ha transformado la experiencia del consumidor. El deporte es un claro afectado, ya que cada vez hay más plataformas que ofrecen competiciones como nunca antes. Pero no todo son ventajas como sabe la industria del fútbol y la LaLiga, conocedores de que su gran rival no es sólo un partido de Champions, sino también emisiones como Juego de Tronos.

En este nuevo contexto, la experiencia que supone disfrutar de un partido en directo con miles de personas es una clara ventaja para la industria deportiva. Los equipos españoles son conscientes de las oportunidades de negocio que existen en torno a la explotación de los estadios y de ahí que muchos clubes hayan apostado fuerte por su renovación. Algunos como Atlético de Madrid o Athletic han saldado con nota esta tarea, tal y como se desprende de las buenas críticas del Wanda Metropolitano y el Nuevo San Mamés. Otros, como Real Madrid o FC Barcelona se encuentran en los primeros pasos de unos proyectos cuya inversión alcanza los 360 millones y 550 millones de euros, respectivamente.

El nuevo Santiago Bernabéu generará 150 millones en ingresos adicionales para el club blanco, mientras que el coliseo azulgrana, con 105.000 localidades, será el cuarto más grande del mundo, solo por detrás del May Day de Corea del Norte y de los estadios de las universidades de Michigan y Pensilvania. Está previsto que sea el primero 5G.

Las tendencias que siguen estas faraónicas construcciones las definieron hace ya más de una década recintos como el Emirates Stadium del Arsenal, el Allianz Arena del Bayern de Múnich o el Estádio da Luz del Benfica. Estas instalaciones, además de un gran diseño arquitectónico, cuentan con la última tecnología para optimizar su oferta constantemente. "Gracias a la digitalización del espacio y al Internet de las Cosas, se pueden obtener datos de gran valor, como el comportamiento de los asistentes, zonas más y menos concurridas o el consumo energético del estadio, que permiten actuar en base a la información recopilada optimizando la actividad del espacio y ofreciendo la mejor experiencia personalizada al fan", explica Jordi García, vicepresidente de Power Products de Schneider Electric.

"El big data permite una personalización mucho mayor y actuar en consecuencia con lo que demanda el fan. Teniendo sus datos y conociendo su comportamiento, los equipos pueden avanzar a sus necesidades y darles cobertura", añade.



Con capacidad para 105.000 espectadores, el futuro Camp Nou será el cuarto estadio más grande del mundo.

Innovaciones

Los equipos deportivos de Estados Unidos cuentan con mayor recorrido a la hora de maximizar las oportunidades de negocio que los estadios les ofrecen.

Por ejemplo, los San Francisco 49ers, franquicia de la NFL (fútbol americano), cuentan con una aplicación que permite a los aficionados pedir comida desde su asiento en pleno partido o que indica dónde está el baño más cercano. Por su parte, los Dallas Cowboys han estrenado esta temporada lo que han denominado pose with the pros (posa con los profesionales), una máquina que, a través de realidad virtual, permite a los espectadores hacerse una foto con las estrellas de este equipo. Luego, el fan recibe la imagen en su móvil.

Más allá de esto, es básico que los nuevos estadios también acojan actividades fuera de los partidos del fin de semana, como conciertos o eventos de empresa, y completen su oferta con museos temáticos,

apartado en el que tanto Madrid como Barça sí fueron pioneros.

En cuanto al apartado de los costes, la actualización de estadios también reporta ventajas. El último club de LaLiga Santander en reformar sus instalaciones ha sido el Deportivo Alavés, que ha modernizado el sistema de suministro eléctrico de emergencia y ha puesto en marcha un sistema de automatización de la iluminación. "Gracias a estas remodelaciones, puede restablecer el suministro eléctrico en caso de fallo de la red en un máximo de cinco segundos, además de gestionar de forma remota, en base a las necesidades concretas, toda la instalación eléctrica del estadio. Estas nuevas medidas le han aportado un 20% de ahorro en el consumo energético entre otros beneficios", detalla Jordi García.



El SoFi Stadium de Rams y Chargers (NFL) en Los Ángeles costará 4.500 millones.

Presupuesto

Un reciente estudio de KPMG apunta que la mayoría de estadios de nueva construcción tiene una capacidad de entre 40.000 y 50.000 espectadores ya que, a partir de los 60.000, hay que desarrollar estructuras de mayor altitud que a su vez sostengan el techo del recinto, poner ascensores y más plazas de parking que disparan la factura de las obras.

Esto no evita que cuestiones como la calidad de los materiales, la localización, los aspectos de funcionalidad y las instalaciones que rodean el campo sean variables clave para el precio. "El estadio más caro de Europa, la nueva casa del Tottenham (920 millones de euros), ha costado casi tres veces más que el Wanda Metropolitano del Atlético y casi el doble que el Olímpico de Baku, apesar de que ambos tienen más asientos", subraya el informe de la consultora.

Los estadios construidos en Rusia para el pasado Mundial de fútbol de 2018, el del Olympique de Lyon y el Puskas Arena de Budapest, presentan el mayor coste por asiento de todo el continente europeo tras el campo del Tottenham. Este oscila entre los 14.800 y los 6.900 euros por localidad. Por el contrario, cuatro recintos de reciente construcción en Turquía no alcanzan los 2.000 euros.

En Estados Unidos, los presupuestos que se manejan están a otro nivel. Y es que al otro lado del Atlántico, incluso un pabellón de baloncesto presenta una inversión de casi 1.000 millones de euros. Es el caso del Chase Center de los Golden State Warriors de la NBA, que antes de abrir sus puertas esta temporada ya había garantizado a la franquicia californiana 1.800 millones en ingresos entre patrocinios, abonos y experiencias VIP.

En el caso de la NFL, su mayor coliseo se inaugurará el próximo año: el SoFi Stadium, localizado en Los Ángeles, que será la nueva casa de dos franquicias, Rams y Chargers. La inversión requerida para levantar este coliseo, con capacidad para 70.000 espectadores y que también acogerá los Juegos Olímpicos de 2028, asciende a los 4.500 millones de euros.