

El Metropolitano por encima del Bernabéu: Bad Bunny elige al estadio «rojiblanco»

Madrid ve como se redefine el liderazgo en los grandes recintos para eventos musicales. El **estadio Wanda Metropolitano del Atlético de Madrid** está emergiendo como el recinto preferido para eventos musicales masivos, superando al recientemente renovado **Santiago Bernabéu del Real Madrid**, que a pesar de su inversión, parece enfrentar dificultades en este circuito.

La confirmación de que el artista global **Bad Bunny** ofrecerá una serie extendida de conciertos es el ejemplo más claro de esta nueva realidad. Su gira **«Debí Tirar Más Fotos World Tour»** programó inicialmente solo dos fechas, pero la demanda disparada ha llevado a una impresionante ampliación a **ocho espectáculos en el Metropolitano para mayo y junio de 2026**, consolidando al estadio rojiblanco. Solo esta serie de espectáculos se estima que **aportará cerca de 2.4 millones de euros a las arcas del club**.



El Real Madrid había apostado fuerte con la renovación del Bernabéu, concibiéndolo como un hub tecnológico y turístico capaz de albergar todo tipo de eventos, incluyendo conciertos de talla mundial. Las expectativas de ingresos eran elevadas, proyectando cifras cercanas a los 100 millones de euros anuales solo por este concepto, tras atraer inicialmente a grandes nombres.

Sin embargo, el año 2024 habría sido complicado para los planes del Bernabéu en el circuito musical. Diversos problemas

técnicos, especialmente relacionados con el sonido, así como desencuentros con productoras, habrían derivado en la cancelación de conciertos ya anunciados y cuantiosas pérdidas, estimadas también en torno a los 100 millones de euros para 2025.

Esta situación ha beneficiado directamente al Metropolitano, que se ha convertido en el destino de artistas que no pudieron concretar sus fechas en el Bernabéu o que simplemente eligen el estadio del Atlético. Casos destacados de artistas que movieron o confirmaron sus conciertos en el feudo rojiblanco incluyen a Aitana, Lola Índigo, y una larga lista de figuras nacionales e internacionales para el verano de 2025 y siguientes.

Los modelos de negocio entre ambos estadios difieren; mientras el Bernabéu buscaba un alto porcentaje de los beneficios sin un alquiler fijo inicial, el Metropolitano cobra un canon por el uso del estadio (alrededor de 300.000 euros) más un porcentaje de la taquilla. Esta estrategia, sumada a la llegada de grandes giras como la de Bad Bunny, está resultando lucrativa.

De hecho, los eventos ajenos al fútbol ya representan una porción significativa de los ingresos para el Atlético de Madrid. Según reportes, el **15% de los ingresos del club en 2024 provinieron de conciertos y otros espectáculos celebrados en el Metropolitano**, demostrando que la apuesta por diversificar el uso del estadio está dando frutos importantes y redefiniendo el mapa de los grandes eventos en la capital.

2001