

DESDE UBICACIONES PRIVILEGIADAS HASTA EXPERIENCIAS ÚNICAS:

El millonario negocio que mueven las entradas VIP en los grandes conciertos

MARISA COMINETTI

i\$5 millones por un concierto! La expresión si bien no pertenece a nadie en particular, es casi como un "realismo ficción", pues salvo un fan verdaderamente "groupie", el resto difícilmente podría o querría pagar una entrada por ese monto y tal vez así lo exclamaría.

Lo cierto es que las entradas VIP están ganando terreno en los eventos masivos de grandes artistas en el país, como también la sofisticación de las opciones que se ofrecen, tal como ya ocurre en los mercados desarrollados. Ya no bastan las ubicaciones estratégicas, accesos anticipados o *merchandising* exclusivo, ahora los paquetes VIP consideran también experiencias: desde los llamados *meet and greet* —donde los artistas se encuentran con sus fans para interactuar brevemente con ellos—, hasta propuestas únicas como acceder a uno de los instrumentos utilizados en el escenario. Esto último es el caso de Ultimate VIP Experience de Imagine Dragons. Quien la compre (\$5,3 millones y un stock de solo dos tickets) se llevará a su casa una guitarra utilizada en el escenario durante el *show* y autografiada por todos los miembros de la banda estadounidense. Además de otros beneficios y regalos: *ticket* en Plataforma VIP, con acceso tem-

La demanda creciente por asistir no solo a un recital, sino a una vivencia inmersiva ha llevado a la sofisticación de la oferta, con más opciones VIP y altos precios. Un ejemplo: Imagine Dragons y el *ticket* de \$5,3 millones.

prano, una foto en el escenario donde luego tocará el grupo, un póster de la gira, lámina y portalámina, anfitrión en el lugar, *merchandising* VIP, entre otros. Eso sí, no incluye encuentro con la banda.

Desde la industria señalan que en el negocio de los conciertos, las entradas VIP mueven grandes sumas de dinero, ya que generan más ingresos por asistente. Por lo general, estos *tickets* pueden costar entre 2 y 10 veces —o incluso más—, dependiendo del artista y el recinto donde se desarrolla el evento. Así, se aumenta la rentabilidad sin que sea necesario ampliar la capacidad. Solo por concepto de comisión o cargo de venta, el monto ya es relevante. Además, son *tickets* que se venden muy rápido, porque hay una demanda creciente dispuesta a

pagar más por la experiencia y la exclusividad. Esto, a su vez, les permite a productores y organizadores contar con ingresos anticipados.

Los principales beneficiados son las productoras, organizadores y plataformas de ventas de *tickets*. También en algunos casos *mánagers* y artistas, porque reciben un porcentaje o cobran directamente, por ejemplo, en los *meet and greet*.

Las otras VIP

De la cartelera actual hay más de un ejemplo. En febrero está Bad Bunny, donde la entrada general fluctúa entre \$57 mil y \$368 mil. Los paquetes VIP, en tanto, parten en \$518 mil. Para la más cara, de \$1,9 millones, se incluye comida y bebestibles, fotografiarse en la alfombra roja y acceso a fotocabina, anfitriones y *concierge*; credencial conmemorativa, etc. No hay un encuentro con el cantante portorriqueño.

En otros conciertos programados, hay opciones VIP más simples, que implica que son dos o tres veces más caras que la mejor entrada de la venta general. La diferencia: incluye algún regalo, ingreso anticipado o acceder a la tienda de *merchandising* sin público. Los valores de cada opción dependen de la ubicación y los adicionales que consideran.

Los conciertos de Imagine Dragons, Bad Bunny y Katy Perry consideran entradas muy exclusivas.

