



# ATLÉTICO DE MADRID

Memoria de Sostenibilidad  
**2020/21**





# Índice

<b>Presentación del presidente</b>	<b>4</b>
<b>Miguel Ángel Gil Marín - Entrevista</b>	<b>6</b>
<b>1. Club Atlético de Madrid</b>	<b>9</b>
Historia del club	10
Valladolid, escenario de la undécima Liga	14
Equipo Femenino	16
Academia: Formación integral de nuestros jóvenes	19
Fundación Atlético de Madrid	23
Instalaciones	26
Orgullo atlético: Socios y Peñas	32
Leyendas Atlético de Madrid	34
Voluntarios	36
Redes Sociales	37
Atleti Studios	38
<b>2. Ética y Buen Gobierno</b>	<b>39</b>
Órganos de gobierno	40
Estructura societaria	42
Pilares del club	44
Valores	45
Ética y Cumplimiento	46
Transparencia	48
Responsabilidad Social Corporativa	49
Garantía en los Procesos de Compras	52
Seguridad de la información y Protección de Datos	53
<b>3. Personas</b>	<b>54</b>
Equipo Humano comprometido	55
Empleo de calidad	56
Compromiso con los empleados en la crisis del COVID-19	57
Diversidad e igualdad de oportunidades	58
Rechazo a la violencia, racismo y xenofobia	62
Accesibilidad universal para personas con discapacidad	63
Formación y desarrollo de las personas	64
Conciliación de la vida laboral y personal	66
Comunicación con los empleados y satisfacción	67
Prevención, salud y bienestar laboral	68



# Índice

<b>4. Medio Ambiente</b>	<b>72</b>
Compromiso sostenible	73
Wanda Metropolitano: a la vanguardia en Sostenibilidad	74
Medidas globales en el resto de las instalaciones	76
Patrocinio sostenible	80
<b>5. Sociedad</b>	<b>81</b>
Compromiso Social	82
Área Social	83
Área de Innovación y Salud en el Deporte	88
Área de Educación	91
Centro de Vacunación COVID-19	92
<b>Anexos</b>	<b>93</b>
Acerca de esta Memoria	94
Índice GRI	95



## Presentación del presidente

Es un orgullo para mí presentar la primera Memoria de Sostenibilidad del Club Atlético de Madrid. Con ella, el club hace un ejercicio de transparencia y responsabilidad poniendo a disposición de nuestros grupos de interés toda la información relevante de nuestro desempeño ético, medioambiental y social.

La situación por la que ha pasado recientemente el club, y la sociedad en general, ha sido especialmente difícil debido al COVID-19. El cese de actividad en la temporada 2019/20 y en la 2020/21 ha supuesto una reducción importante de los ingresos derivados de la venta de entradas, abonos y la celebración de espectáculos en el estadio. Sin embargo, la sostenibilidad del club continúa intacta, gracias al esfuerzo de todos los que formamos parte de la familia Atlético.

El Atlético de Madrid ha seguido creciendo como club de fútbol año tras año, siendo un referente a nivel mundial. Actualmente está entre los 6 mejores equipos de Europa, en cuanto a resultados deportivos y entre los 15 primeros a nivel económico y no olvidemos nuestro último gran logro en la temporada 2020/21, cuando hemos sido campeones de LaLiga.

Los resultados deportivos y económicos son importantes, pero en el Atlético de Madrid queremos ser un referente en "Sostenibilidad" y por ello son muchas las actuaciones que nos diferencian.



En materia de **Ética y Buen Gobierno**, el club ha implementado un modelo de Compliance que incluye políticas, códigos de conducta y protocolos de aplicación a todos los empleados, incluyendo los órganos de gobierno. Con este modelo queremos garantizar que nuestro comportamiento sea ejemplar y que los valores del club, como el respeto, la perseverancia o la pasión que ponemos en todo lo que hacemos, sean nuestras señas de identidad.

En el ámbito del **Medio Ambiente**, el club dispone de las más avanzadas tecnologías para aumentar su eficiencia energética y disminuir su huella de carbono en todas sus instalaciones. Mención especial merece el Wanda Metropolitano, único estadio con iluminación 100% Led, que lo sitúa como unos de los más sostenibles a nivel mundial.

Pero nuestra preocupación por el medio ambiente no sólo se centra en nuestras instalaciones, sino que cada vez son más los patrocinadores con los que llegamos a acuerdos "sostenibles", como el suscrito recientemente con "Capital Energy", que además de patrocinar al club, se ha convertido en el suministrador de electricidad del Atlético de Madrid, energía 100% procedente de fuentes renovables.

El **capital humano** ha sido el pilar fundamental de resiliencia del club en esta pandemia sin precedentes. En este sentido, y desde la declaración del estado de alarma, la protección de la salud de nuestra plantilla, tanto física como emocional, ha sido la prioridad y el principio rector de actuación.

Y por último, el compromiso con la **sociedad** tiene en el club un nombre propio, la Fundación Atlético de Madrid. A través de ella se ha canalizado la mayoría de la acción social del Atlético de Madrid, con proyectos dirigidos a los más jóvenes, con el objetivo de potenciar la integración social y la educación a través del deporte. Hay que destacar también en materia social que el club cedió a la Comunidad de Madrid parte de sus instalaciones del Wanda Metropolitano durante el año 2021 como Centro de Vacunación, siendo el primero de los grandes recintos habilitados para avanzar en la vacunación masiva de la población, llegando a vacunar a más de 10.000 personas al día.

No quiero acabar esta presentación sin olvidarme de nuestros socios, abonados y voluntarios, "la gran familia atlética", que en los momentos más difíciles han estado siempre a nuestro lado a pesar de que no podían asistir a los partidos. Desde el club hemos mantenido en todo este tiempo, el contacto vivo con ellos mediante llamadas y videollamadas periódicas interesándonos por su situación y sus necesidades, y haciendo actividades alternativas para transmitirles que seguíamos contando con ellos.

En definitiva, estoy convencido que este es el camino correcto y que, si seguimos trabajando en la misma línea, nos espera un futuro lleno de retos y nuevos éxitos, en el que afianzaremos nuestro objetivo de ser el club de referencia en sostenibilidad.

**Enrique Cerezo**

Presidente Club Atlético de Madrid



## Entrevista Miguel Ángel Gil Marín



Entrevista a Miguel Ángel Gil Marín, CEO del Club Atlético de Madrid realizada por Pablo Lago, Director de Responsabilidad Social Corporativa del mismo.

- **¿Cuáles son los valores que han inspirado al club para conseguir ser el referente que es actualmente?**

Se trata de buscar un equilibrio entre valores y eficacia. Toda la familia atlética tiene una forma de vivir y sentir unos valores que nos diferencian. Cada día nos ponemos metas, pero nunca olvidamos los valores que nos han hecho crecer: trabajo en equipo, esfuerzo, solidaridad, humildad, pasión, etc. Todo lo que logramos tiene como base esos valores y los aplicamos en todos los departamentos. Los formadores y entrenadores de la Academia se encargan de transmitir estos valores a las jóvenes promesas que se forman en nuestros equipos de fútbol.



- **¿Cómo puede contribuir un club como el Atlético de Madrid a mejorar el bienestar social y medio ambiental de la sociedad actual?**

El Atlético de Madrid ha implantado medidas para contribuir al desarrollo sostenible desde hace muchos años, pero es en 2018 cuando el club decide dar un paso más y establecer un compromiso irrenunciable con el desarrollo sostenible, a través de un plan estratégico de RSC, siendo el primer club de LaLiga en elaborarlo. La consecución de los objetivos de dicho plan, a través de las acciones específicas de sostenibilidad ejecutadas en estos años, ha posicionado al club como referente en materia de comportamiento responsable y sostenibilidad dentro de LaLiga. El cálculo y reducción de la huella de carbono, el plan de igualdad, el código ético y el programa de cumplimiento, son indicadores concretos de esta estrategia de RSC y el compromiso que lo motiva.

En el área medioambiental, las acciones más destacadas son: el plan de medición y reducción de la huella de carbono, la gestión responsable del agua, las medidas concretas de eficiencia energética y el programa de economía circular entre otras. Estas acciones se unen a las nuevas iniciativas como la medición de la huella hídrica, creación de Faros Verdes para la absorción de gases de efecto invernadero y el programa de eventos sostenibles.

Por tanto, nuestro compromiso con la sostenibilidad no se detiene en el área medioambiental, sino que abarca también el área social y el área económica y de buen gobierno, centrando nuestra estrategia también en objetivos de desarrollo sostenible, que los tengan en cuenta, tanto para las personas que conformamos el club como para la sociedad en la que el club opera.

En el área social, utilizamos la promoción del fútbol como vehículo formativo para el fomento de la educación en valores, la lucha contra la desigualdad y la exclusión social, así como el fomento de hábitos de vida saludable. Las principales acciones son las escuelas sociales de fútbol, LaLiga Genuine (integrada por personas con discapacidad intelectual) y el fútbol integrador mediante el proyecto de colaboración con Instituciones Penitenciarias.

Así mismo, el club participa en distintos proyectos destinados a potenciar la integración en el ámbito deportivo como herramienta de la promoción de la salud en niños y jóvenes, con los proyectos de fútbol terapéutico y fútbol adaptado, dirigidos a niños con enfermedades raras o poco frecuentes.

- **La contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), ¿está dentro de las prioridades del club?**

La contribución a los ODS es el eje central de nuestra nueva estrategia de Responsabilidad Social y, por tanto, una de nuestras prioridades globales. El club considera fundamental no sólo alinear sus acciones de RSC y sostenibilidad con los ODS, sino que sean los ODS elegidos como más relevantes por el club y sus grupos de interés, los verdaderos agentes de cambio para mejorar la sociedad y el entorno natural.



- **¿Cómo va a evolucionar en los próximos años el compromiso social y medioambiental del club?**

Para el club, los principales objetivos girarán en torno a la eficiencia energética, la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, la economía circular, los eventos sostenibles y el cálculo y mejora de la huella hídrica. Sin dejar de trabajar incansablemente en objetivos de cumplimiento, éticos, de buen gobierno y de desarrollo de su personal, tal y como dije antes.

Además, el club va a centrar su compromiso social en los 4 pilares básicos que sustentan su Fundación:

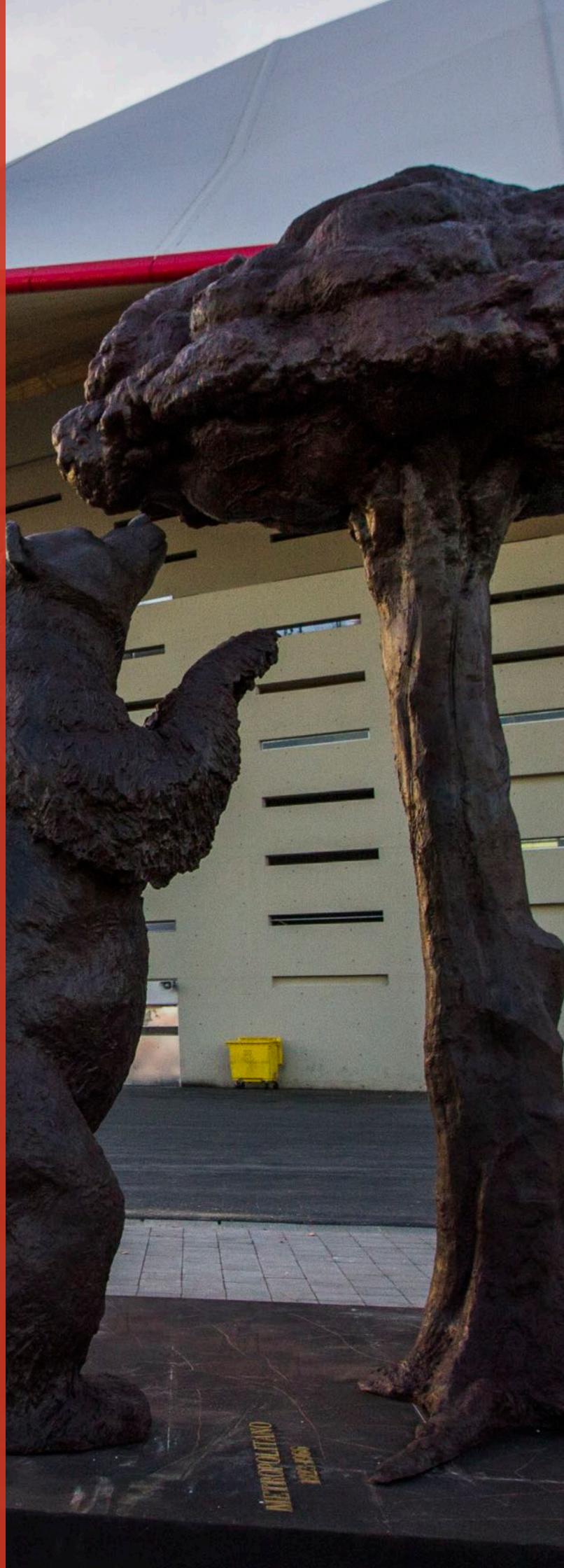
- **Acción Social** a través del fútbol y el deporte, para promover la lucha contra la desigualdad y la exclusión social, así como el fomento de hábitos de vida saludable entre la infancia y la juventud.
- Iniciativas comprometidas con la promoción de la **biodiversidad y protección del medio ambiente**.
- **Innovación en ejercicio físico y salud** a través de proyectos destinados a potenciar el deporte como herramienta para la promoción de la salud en niños y jóvenes.
- **Educación** mediante proyectos formativos enfocados en la investigación del impacto del deporte en la salud y en la mejora del rendimiento tanto profesional como deportivo.





Memoria de  
Sostenibilidad  
2020/21

# Club Atlético de Madrid





# Historia del club

Para entender el Club Atlético de Madrid, es necesario conocer su historia, una historia de esfuerzo, sacrificio y plagada de éxitos:

## Los comienzos 1900-1940

1903

### Comienza la competición

En un terreno situado detrás de las tapias del Retiro se ubicó el campo de fútbol del Athletic y el 2 de mayo de 1903 se organizó el primer partido, disputado entre sus socios.



1911

### El Atlético se tiñe de rojiblanco

Las camisetas rojiblancas se empezaron a utilizar el 22 de enero de 1911 surgiendo el apelativo de "colchoneros", por la similitud del uniforme con las fundas de los colchones de la época.



1923

### El Metropolitano, nueva casa de todos los atléticos

El Stadium Metropolitano fue inaugurado el 13 de mayo de 1923, convirtiéndose en la nueva casa de todos los atléticos. El infante D. Juan de Borbón fue quien hizo el saque de honor ante 25.000 espectadores. Antes, los campos de Retiro (1903-13) y O'Donnell (1913-23) fueron la casa de nuestro club.



1940

### El delirio de las dos ligas

A comienzos de los años 40, llegan los primeros triunfos importantes de la historia del club: la conquista de las Ligas de las temporadas 1939/40 y 1940/41. Ricardo Zamora -en la foto junto a su plantilla- fue el hombre que lanzó al equipo a lo más alto.



## Los éxitos continúan 1940-1960

1960

### El Atleti se toma su primera Copa

La década de 1960 fue muy exitosa en cuanto a resultados. En la temporada 1959/60, de la mano del entrenador José Villalonga, el club consiguió su primera Copa del Generalísimo (actual Copa del Rey), al derrotar a su rival histórico, el Real Madrid, en su propio estadio por 1-3.





1962

## Europa es rojiblanca

Tras eliminar a distintos rivales, el equipo logró llegar a la primera final internacional de su historia: la Recopa de Europa. Se disputó el 10 de mayo de 1962 en Glasgow (Escocia), con resultado de 1-1 ante la ACF Fiorentina de Italia. El partido de desempate se disputó en el Neckarstadion de Stuttgart (Alemania), donde el Atlético derrotó a la Fiorentina por 3-0.



1966

## Nuestro nuevo hogar

El 2 de octubre 1966 es inaugurado el estadio del Manzanares. A diferencia de los estadios de la época, todas las localidades disponían de asientos, algo que llenaba de orgullo a la parroquia rojiblanca. En la foto, el primer once que saltó al campo.



1975

## Intercontinental rojiblanca

El Bayern se negó a jugar la Copa Intercontinental contra el Club Atlético Independiente de Avellaneda. Por este motivo, en concepto de subcampeón de la Copa de Europa de 1974, la disputamos a doble partido en el año 1975. El primer encuentro tuvo un resultado de 1-0 a favor de Independiente. En el segundo partido, el Atlético ganó 2-0 para proclamarnos campeones.



1992

## El Bernabéu lució rojiblanco

El 27 de junio de 1992, dirigidos por Luis Aragonés, logramos adjudicarnos nuestra octava Copa del Rey tras derrotar al Real Madrid por 2-0 en el Estadio Santiago Bernabéu.



1995

## El glorioso doblete

La temporada 1995/96 fue una de las más importantes del club, ya que por primera vez en nuestra historia conseguimos "el doblete" al conquistar la Liga y la Copa del Rey en la misma temporada.



2003

## Un club centenario

El 26 de abril de 2003 se celebra el centenario del club, un evento centrado en homenajear a la entidad y en especial a los aficionados atléticos, los cuales participaron entusiasmados y orgullosos en todas las actividades programadas, como portar la bandera más larga del mundo, en ese momento, desde Neptuno hasta el Calderón.





2010

**Presente: 2010-Ahora**

## Forlán sella la Europa League

El Atlético de Madrid, con Quique Sánchez Flores al mando, se proclamó campeón de la primera edición de la UEFA Europa League, antigua Copa de la UEFA, en una emocionante final disputada el 5 de mayo de 2010 en el HSH Nordbank Arena de Hamburgo. El Atlético se impuso al Fulham FC, con prórroga incluida, por 2-1 con dos goles del uruguayo Diego Forlán.



## Primera Supercopa de Europa

Las vitrinas rojiblancas recibieron el 27 de agosto de 2010 su primera Supercopa de Europa tras vencer al Inter de Milán, campeón de la Champions League. El partido, que se disputó en el Estadio Louis II de Mónaco, finalizó con marcador favorable para los colchoneros 2-0.



2011

## Nuestro nuevo lugar en el mundo

La Galería de Cristal del Ayuntamiento de Madrid fue el lugar elegido para la presentación de nuestro nuevo estadio. La plantilla asistió al acto al que se sumaron numerosas personalidades, además del alcalde, Alberto Ruíz Gallardón, y el presidente del club, Enrique Cerezo. Un vídeo en 3D sirvió para recrear el aspecto final que presentaría el nuevo lugar en el mundo del club.



## Bucarest corona al Atlético

El 9 de mayo de 2012 el Estadio Nacional de Bucarest fue testigo de la final de la UEFA Europa League ante el Athletic Club de Bilbao, que supuso nuestro segundo título de la competición tras imponernos 3-0, con dos goles de Falcao y uno de Diego Ribas.



2012

## Falcao y Miranda firman otra Supercopa

La final de la Supercopa de Europa contra el Chelsea FC el 31 de agosto de 2012 fue la quinta disputada por el equipo en poco más de dos años. Los nuestros se impusieron por 4 goles a 1 al campeón de Europa con un hat-trick de Falcao, mejor jugador de la final, y otro gol de Miranda.





2013

### Diego Costa y Miranda remontan una final para la historia

El 17 de mayo conseguimos nuestra décima Copa del Rey. Fue en el Bernabéu y en un partido épico, que necesitó de una prórroga para encontrar vencedor. Los nuestros empezaron por detrás en el marcador, pero los goles de los brasileños Diego Costa y Miranda completaron el 1-2 final.



2014

### Campeones en el Camp Nou

La Liga 2013/14 se decidió en la última jornada. Visitamos a un Fútbol Club Barcelona obligado a ganar para celebrar el título de Liga. Pero los de Gerardo Martino no pudieron doblegar a los nuestros. El gol de Godín a la salida de un córner neutralizó el tanto de Alexis, que había adelantado al equipo local. El empate a uno final valía un título, nuestro décimo campeonato de Liga.



### Finalistas de Champions

En 2014 y en 2016 el Atlético ha logrado llegar a dos finales de Champions League en tres años. Llegamos a la final de Lisboa después de superar en las eliminatorias a Milan, Barcelona y Chelsea. En el camino para la final de Milán, eliminamos a PSV, Barcelona y Bayern de Múnich.



2016

### La tercera Europa League de nuestra historia

Nuestro equipo conquistó la Europa League tras imponerse por 3-0 al Olympique de Marsella. Lyon se sumó a Hamburgo y a Bucarest como escenarios en los que nos proclamamos campeones de esta competición.



2018

### Supercampeones en Tallin

El triunfo en la Europa League nos abrió las puertas de la Supercopa de Europa. Disputada en la capital de Estonia, nuestro equipo conquistó el título tras doblegar al Real Madrid en la prórroga por 2-4. Diego Costa, con un doblete, Saúl y Koke fueron los goleadores rojiblancos.





## Valladolid, escenario de la undécima Liga

Como en nueve de las diez ocasiones anteriores en las cuales nos proclamamos campeones, LaLiga 2020/21 se decidió de nuevo en la última jornada. En un intenso encuentro a domicilio frente al Real Valladolid, nuestro equipo se impuso por 1-2 con goles de Ángel Correa y Luis Suárez, remontando el tanto inicial blanquivioleta y coronándose vencedor del torneo de la regularidad por undécima vez.

La primera plantilla del club es un ejemplo a nivel mundial en el que el esfuerzo se traduce en éxitos. Durante las últimas cinco temporadas el Atlético de Madrid se ha mantenido entre los 6 mejores equipos del Ranking UEFA, sin embargo, su presupuesto se encuentra muy lejos de los primeros, en el puesto 13º, lo que evidencia la solidez del proyecto deportivo.

Posición Ranking UEFA



6º

Ranking  
UEFA

13º

Presupuesto



Palmarés

1er Equipo Masculino

11



Ligas

1939/40, 1940/41, 1949/50, 1950/51, 1965/66, 1969/70, 1972/73, 1976/77, 1995/96, 2013/14, 2020/21

10



Copa del Rey

1959/60, 1960/61, 1964/65, 1971/72, 1975/76, 1984/85, 1990/91, 1991/92, 1995/96, 2012/13

2



Supercopa de España

1984/85, 2014/15

3



Europa League

2009/10, 2011/12, 2017/18

1



Recopa de Europa

1961/62

3



Supercopa de Europa

2010/11, 2012/13, 2018/19

1



Copa Intercontinental

1973/74

1



Intertoto

2007/08





## Equipo Femenino



El actual Atlético de Madrid Femenino surgió en el año 2001, gracias a la ambiciosa apuesta del club y a la perseverancia de Lola Romero y María Vargas.

En la temporada 2001/02 se puso en marcha el proyecto denominado Atlético Féminas, con muchas dificultades iniciales, pero poco a poco, con el apoyo del club, fueron encontrando un lugar preferente en el deporte español.

Por normativa de la RFEF, tuvieron que comenzar por la última categoría, la Primera Regional, hasta ascender a la Primera Nacional.

En la temporada 2016/17, se integra definitivamente, después de un año de transición previa, en la entidad Club Atlético de Madrid SAD, cambiando su nombre a Atlético de Madrid Femenino.

En la actualidad el Atlético de Madrid Femenino es uno de los equipos de referencia a nivel mundial, fruto de un trabajo y esfuerzo constantes que como no puede ser de otra forma, se ha traducido en logros deportivos con tres ligas consecutivas, una Copa de la Reina y una Supercopa de España en su haber.

Tras 5 participaciones en la **UEFA WOMEN'S CHAMPIONS LEAGUE**, el Atlético de Madrid Femenino se encuentra actualmente en el puesto 9º del Ranking UEFA.



El Atlético de Madrid ha marcado un antes y un después en la historia del Fútbol Femenino en España.

No hay mejor consideración que el apoyo a tu trabajo; el mérito no es sólo mío, es del club, sus dirigentes y toda la gente que ha creído en este proyecto desde hace 20 años.

**Lola Romero**, Directora de Fútbol Femenino.



## Palmarés

### 1er Equipo Femenino



3



#### Ligas

2016/17, 2017/18, 2018/19

1



#### Copa de la Reina

2016

1



#### Supercopa de España

2021

Temporada 2020/21

17 Equipos

274 Jugadoras

Temporada 2021/22

18 Equipos

298 Jugadoras



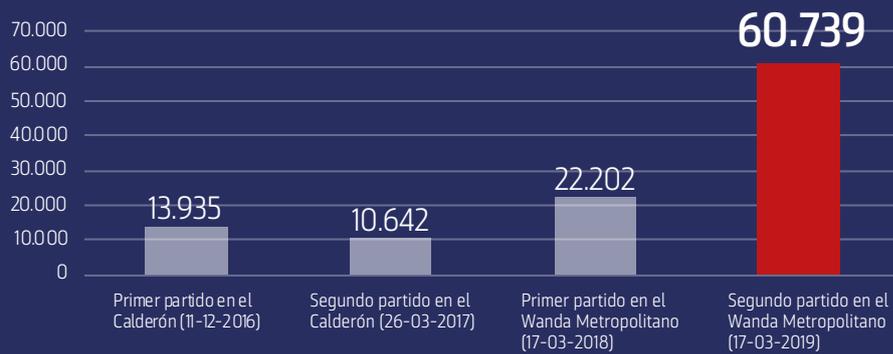


# 60.739

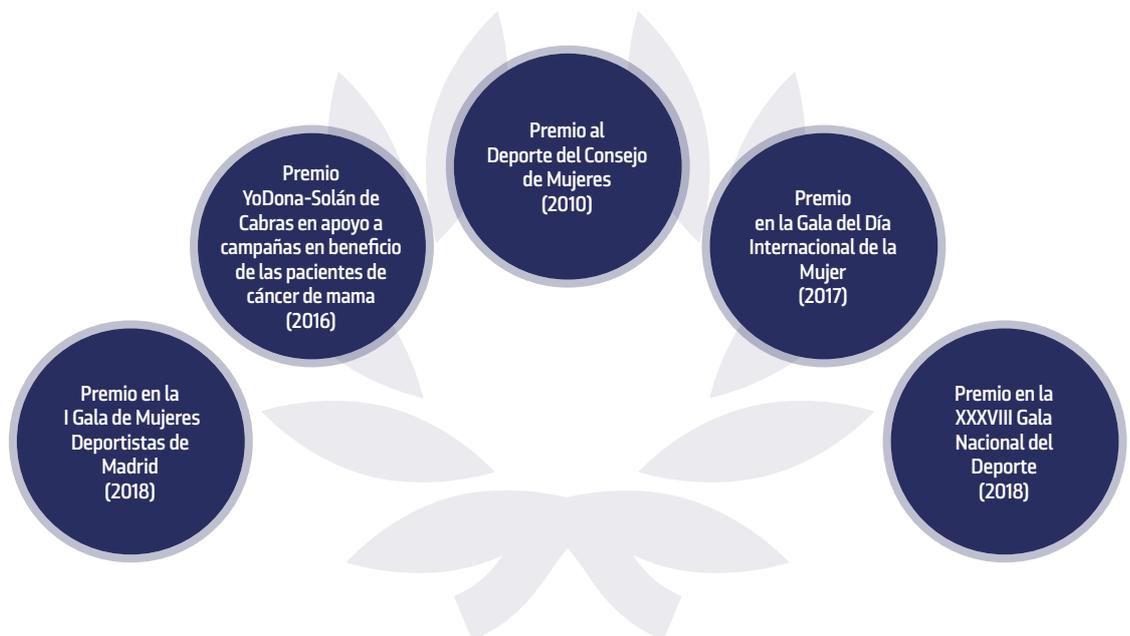
espectadores en el Wanda:  
**Récord de un partido femenino a nivel de clubes**

La afición del Atlético de Madrid Femenino es una afición de récords, nunca un equipo femenino ha contado con el apoyo de tanta afición en un estadio.

## Espectadores



Fruto del esfuerzo y trabajo constante en apoyo al deporte femenino, el club ha sido reconocido en numerosas ocasiones.





## Academia: Formación integral de nuestros jóvenes



La Academia del Club Atlético de Madrid es uno de los mejores Centros de Formación Integral de futbolistas y valores del mundo. La Academia va más allá de la formación deportiva, su objetivo es formar personas que representen los valores del club.

## La Academia es el lugar donde nacen los sueños

El club ha apostado por un modelo deportivo basado en la selección interna, para crear una estructura de la que salgan el mayor número de jugadores emergentes, futbolistas de la casa, que han crecido según los valores de la entidad y que conviven al lado de futbolistas consagrados a nivel internacional. Es el caso de Gabi, Fernando Torres y Koke entre otros, que pasaron por la Academia y son leyendas.

El proyecto formativo aporta regularmente jugadores a las categorías inferiores de las selecciones nacionales e internacionales. Futbolistas que en muchos casos han defendido los colores de sus selecciones absolutas.

En este modelo está integrada la Fundación del club, que contribuye a difundir los valores positivos del deporte, llegando a los lugares más desprotegidos del mundo desde el punto de vista social y humanitario, y también el Atlético de Madrid Femenino, que involucra a las niñas futbolistas.





## Proyectos de **Formación Internacional**



El club ha iniciado un proceso de transformación e integración de la Academia, con el fin de unificar metodología y valores entre la Academia de Formación y de Alto Rendimiento, para llevar después su modelo al exterior.

En este sentido, ya están en funcionamiento las Escuelas de México y Rumanía, mientras que se siguen dando pasos importantes de cara a la apertura de nuevas sedes, según un plan de expansión internacional ambicioso, que prevé la creación de escuelas en distintos mercados estratégicos para la entidad y de este modo contribuir a conseguir los objetivos de crecimiento futuros y reforzar los valores de la marca Atlético de Madrid en el mundo.

Dentro de su actividad deportivo-formativa, el club lleva a cabo, además programas de carácter internacional para jugadores que acuden a Madrid de varios países del mundo, como China o Azerbaijón así como desde los clubes aliados de Tailandia, México o Estados Unidos, entre otros.

En 2017 se empezó a recibir jugadores de la India gracias a un acuerdo de colaboración con la prestigiosa compañía **TATA GROUP** (conglomerado industrial indio fundado en 1868, en India es uno de los grupos económicos más respetados y antiguos, con presencia en 4 continentes y compuesto por 98 empresas que operan en siete sectores).

Actualmente el club colabora con la academia del **GRUPO TATA**, integrada en su equipo profesional, Jamshedpur FC, con la presencia de un entrenador de la Academia, trabajando in situ y colaborando con ellos.

Estos programas ofrecen la oportunidad a muchos niños, de realizar una experiencia educativa y formativa única en España, estudiando y entrenando según los planes formativos del club, junto con los demás jugadores españoles de la Academia.

Estos proyectos de formación integral, se inscriben dentro del plan de expansión del club a nivel internacional, pues constituyen otro importante instrumento, a través del cual consolidar el posicionamiento de la marca Atlético de Madrid en mercados estratégicos para la entidad.



## Programas Deportivos



La Academia ha diseñado un plan específico con el fin de dar a conocer la formación deportiva y valores del Atlético de Madrid a nivel internacional a través de diferentes programas y actividades deportivas.

Para ello se ha iniciado un proceso de exportación de su modelo a través de un ambicioso plan de Academias, que tiene como principal objetivo ayudar a otros países a crecer desde el punto de vista futbolístico, social y educativo, utilizando el deporte como herramienta, y consolidando así el posicionamiento de la marca Atlético de Madrid en el mundo. En este sentido, se han recibido numerosas solicitudes de países de todos los continentes que, en un período corto de tiempo, reforzarán nuestra presencia internacional y ayudarán a conseguir los objetivos de crecimiento estratégicos para la entidad.

Dentro de su actividad deportivo-formativa, también se llevan a cabo programas de carácter internacional como el Atlético Academia Experience, que van dirigidos a colectivos de jugadores y entrenadores de todos los países del mundo, dispuestos a vivir una experiencia inolvidable de la mano del club en Madrid.

Estos programas ofrecen la oportunidad a muchos niños y niñas de participar en sesiones de entrenamiento, dirigidas por los profesionales que trabajan día a día en la Academia, según los planes formativos del club. También podrán retar a equipos y jugadores oficiales en partidos de entrenamiento para demostrar su nivel, o recibir charlas especializadas sobre alguna de las áreas deportivas. Además, muchos de los grupos son testigos de entrenamientos y partidos del primer equipo y conocen de cerca la historia del club a través de visitas guiadas por las instalaciones.

61

Equipos masculinos

17

Equipos femeninos



## Escuelas de **Tecnificación**



Alcalá de Henares



Alcobendas



Aluche



Barrio del Pilar



Coslada



Getafe



Majadahonda



Móstoles



Navalagamella



Stella Maris



Vicálvaro



Villalba

Campus Internacionales  
RENES, Suiza





## Fundación Atlético de Madrid Carta del presidente



Es un orgullo para la Fundación Atlético de Madrid situar nuestra labor como un referente en el compromiso con los valores rojiblancos. Como atlético de corazón pienso que ser del Atlético de Madrid implica, también, comprometerse con sus valores.

Esta ha sido una temporada especialmente dura debido a la situación sociosanitaria que hemos vivido pero, en la Fundación, a pesar de las dificultades, hemos conseguido mantener nuestra actividad. Pero no sólo eso, también hemos incorporado a nuestra actividad tres nuevas áreas estratégicas: Medio Ambiente, Educación e Innovación en Deporte y Salud, con un propósito principal, utilizar el fútbol, el deporte, como herramienta de transformación y palanca de cambio, para lograr un impulso en la salud, la formación de niños, niñas y adolescentes y la igualdad de oportunidades.

Por otro lado, me siento especialmente orgulloso de poder anunciaros que esta temporada, por primera vez, los jugadores y jugadoras de las primeras plantillas donarán un 0'5% de su salario para apoyar la obra social de nuestra Fundación. Este gesto es mucho más que un símbolo y representa el compromiso con nuestros valores.

Quiero dar las gracias, también a todas las peñas y peñistas que esta temporada nos han brindado su apoyo durante nuestras campañas de recogida de alimentos, llegando incluso a abrir sus sedes para ayudarnos también posteriormente en la distribución entre los más necesitados.

Gracias por acompañarnos en este camino.

**Adelardo Rodríguez Sánchez**  
Presidente Fundación Atlético de Madrid



La Fundación nace en 1996 con el objetivo de contribuir a través del deporte en actividades humanitarias, culturales, educativas y de investigación.

### **Nuestro compromiso son las personas**

- La Fundación del Atlético de Madrid está comprometida con la sociedad y el entorno que le rodea. Por eso trabaja en programas y acciones de impacto social a través del deporte, la educación y la innovación, en colaboración con distintas asociaciones, empresas, entidades y fundaciones.
- Comprometida en fomentar y desarrollar los principios y valores fundamentales del deporte en la sociedad, contribuyendo a mejorar la educación de las personas, especialmente de niños y adolescentes, completando su desarrollo personal tanto social como cultural.
- También está comprometida en la ayuda a todos aquellos colectivos marginales o necesitados para que puedan integrarse en la sociedad a través del deporte.

La Fundación cree en el deporte en general y en el fútbol en particular como herramienta de transformación, más allá de la competición, como palanca de cambio para lograr un impulso en la salud, la formación de niños y adolescentes y la igualdad de oportunidades.

## **Propósito**

El objetivo es utilizar el deporte como palanca de transformación, impulso a la salud, la innovación y la igualdad de oportunidades.

## **MISIÓN**

Utilizar el deporte y sus valores como instrumento de apoyo, para lograr una sociedad más igualitaria, tolerante e inclusiva.

## **VISIÓN**

Ser un firme referente dentro de las fundaciones deportivas, mejorando los hábitos de vida saludables y la convivencia social.

## **VALORES**

Esfuerzo, trabajo en equipo, humildad, respeto, sacrificio y constancia.



## Áreas Principales



### ÁREA SOCIAL

Acciones cuyo fin es la promoción del deporte y concretamente del fútbol, como vehículo formativo para el fomento de la educación en valores, la lucha contra la desigualdad y la exclusión social, así como el fomento de hábitos de vida saludable entre la infancia y la juventud.

### MEDIO AMBIENTE

Iniciativas comprometidas con la promoción de la biodiversidad y protección del medio ambiente, requisitos indispensables para alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible establecidos por la OMS.

### INNOVACIÓN EN EJERCICIO FÍSICO Y SALUD

Proyectos destinados a potenciar el deporte como herramienta para la promoción de la salud en niños y jóvenes.

### EDUCACIÓN

Proyecto formativo enfocado en la investigación del impacto del deporte en la salud y en la mejora del rendimiento tanto profesional como deportivo.



# Instalaciones

El Club Atlético de Madrid dispone de las más modernas instalaciones deportivas y de gestión, que tienen como abanderado el Wanda Metropolitano, un estadio de referencia a nivel mundial.



## Wanda Metropolitano

El Wanda Metropolitano está diseñado para responder a los más altos estándares de confort, seguridad y visibilidad. La nueva instalación se inauguró el 16 de septiembre de 2017 y cuenta con las siguientes características:

- Capacidad para 68.000 espectadores, 96% cubierto.
- Más de 150.000 metros cuadrados construidos.
- 4.000 plazas de Parking: (1.000 interior + 3.000 exterior)
- Más de 11.000 metros cuadrados dedicados a albergar eventos de todo tipo (conciertos, ferias, convenciones, etc).
- 24 espacios multifuncionales.
- Ribbon board 360º único en los estadios de fútbol de España (530 metros cuadrados de pantallas Led entre la grada baja y media).
- 3 videomarcadores y más de 800 pantallas de gran formato en todo el edificio y una cortina Led de 24x6 metros centrada sobre la fachada principal.
- Primer estadio 100% Led del mundo.
- Paneles solares térmicos en la producción de agua caliente sanitaria.

**+300**

**Eventos celebrados cada año**



## Oficinas

Las oficinas del Atlético de Madrid se encuentran en el estadio Wanda Metropolitano y tienen una superficie construida de 5.000 metros cuadrados.

El concepto de las oficinas es abierto para mayor interacción entre los usuarios con un patio central para recibir a las visitas.

También se dispone de cabinas de concentración cerradas repartidas por las oficinas y una cantina donde los empleados pueden comer y pasar sus ratos libres.



## Ciudad Deportiva Wanda (Majadahonda)

La Ciudad Deportiva Wanda de Majadahonda es la sede donde entrena el primer equipo masculino durante la semana y cuenta con casi 60.000 metros cuadrados. En estas instalaciones entrenan los principales equipos masculinos del club.

El complejo deportivo está formado por cinco terrenos de juego, dos de ellos de césped artificial, en los cuales juegan habitualmente sus partidos como locales los principales equipos masculinos de alto rendimiento de la Academia.

Las instalaciones cuentan con varios gimnasios, un comedor para los jugadores, una zona de vending, una sala VIP y una sala de prensa, donde los jugadores del primer equipo y del Atlético de Madrid B atienden a los medios de comunicación.



## Campos de fútbol





## Centro Deportivo Wanda Alcalá de Henares

El Centro Deportivo de Alcalá de Henares es la sede del primer equipo femenino y del resto de equipos femeninos, donde entrenan y juegan los partidos oficiales. También es la sede de la Academia, además de realizarse campus, clinics y otros proyectos enmarcados dentro de la expansión internacional del club.

Tiene una extensión de 69.960 metros cuadrados, con un estadio con capacidad para alrededor de 2.700 personas. En total cuenta con 4 campos de fútbol artificial, otro de césped híbrido y otro de fútbol 7.

Las instalaciones también cuentan con una cafetería-restaurante.

6

### Campos de fútbol



### Otras instalaciones deportivas

Complementariamente, son varias las instalaciones deportivas de primer nivel donde los diversos equipos, principalmente de la Academia, desarrollan su actividad, como la **Ciudad deportiva municipal Orcasitas**, los **Campos de Fútbol Ernesto Cotorruelo** o el **Polideportivo David Gonzalez Rubio**, todos ellos en la Comunidad de Madrid.



## Tiendas Oficiales



5

## Tiendas Oficiales

El Atlético de Madrid cuenta también con 5 Tiendas Oficiales en las que los aficionados pueden equiparse y adquirir todo tipo de ropa deportiva y artículos personalizados.

- Tienda Oficial Wanda Metropolitano.
- Tienda Oficial Ciudad Deportiva Wanda - Majadahonda.
- Tienda Oficial Centro Deportivo Wanda - Alcalá de Henares.
- Tienda Oficial Gran Vía.
- Tienda Oficial CC. Gran Plaza 2.

## El Gran Escenario

Atlético de Madrid Holdig es titular del 50% de la sociedad "Mejóramel S.L." que es la propietaria del restaurante "El Gran Escenario", situado en el Estadio Wanda Metropolitano.





# TERRITORIO ATLETI



Territorio Atleti es un nuevo lugar de encuentro para todos los seguidores y visitantes que quieran sentir en primera persona lo que es el club, adentrarse en los valores atléticos, disfrutar de la pasión por los colores y, cómo no, también divertirse.

Bajo la denominación Territorio Atleti se engloban todas las actividades de ocio y entretenimiento que el club ofrece a sus aficionados y visitantes, agrupadas en tres categorías:

## SOMOS HISTORIA

## SOMOS FAMILIA

## SOMOS PASIÓN

Dentro de la categoría **SOMOS HISTORIA**, los aficionados que acuden al Wanda Metropolitano tienen la oportunidad de visitar el **museo del Atlético de Madrid**, así como de realizar un **Tour por el interior del estadio**.

El museo, inaugurado en agosto del 2020, está considerado como el museo deportivo más moderno e inmersivo del momento. Actualmente ocupa una superficie de 1.400 metros cuadrados donde se puede repasar de una manera divertida e interactiva la historia centenaria del club, desde la fundación en 1903 hasta la actualidad, así como los valores tan característicos que identifican a los atléticos.

Los aficionados pueden revivir también todos los éxitos del club contados en primera persona por jugadores actuales e históricos, que acercan de primera mano sus vivencias.

El estadio **Vicente Calderón** también está presente. Los que quieran vivir esta experiencia pueden sentarse en una butaca original del banquillo del anterior estadio y recordar un lugar mítico para la familia rojiblanca gracias a una proyección de realidad virtual, que dejará boquiabierto a todos los que la vean.



Una colección de las camisetas más destacadas de la historia del Atlético de Madrid está expuesta, desde las clásicas hasta las más innovadoras, al igual que más de 400 objetos relevantes que han marcado el devenir del club en sus 118 años de vida. Incluso los visitantes pueden convertirse en protagonistas al tener la posibilidad de retar a algunos de los jugadores de la primera plantilla en unos divertidos juegos interactivos en los que demostrarán sus destrezas ante sus ídolos.

Tampoco faltan todos los trofeos, para verlos de cerca y descubrir así el palmarés y otros secretos que sorprenden a cada persona que vive esta espectacular experiencia.

En definitiva, un espacio único en el que multitud de objetos históricos conviven con una experiencia interactiva inmersiva, que atraviesa un túnel del tiempo atlético en el que se reviven momentos únicos, relevantes y característicos de la historia del club. Pantallas táctiles e interactivas, binoculares, grandes proyectores, cabinas telefónicas interactivas, realidad virtual y juegos interactivos convierten a los visitantes en protagonistas de la historia atlética.

Por otro lado, el pasado mes de mayo se inauguró la primera exposición temporal, ubicada en el Territorio Atleti, enfocada al 25º Aniversario de la celebración de la Liga y Copa del Rey.

En el **Tour Wanda Metropolitano** se vive una experiencia única que hace sentir al visitante como un futbolista más de la primera plantilla, recorriendo los lugares en los que ellos mismos se encuentran los días de partido: vestuarios, sala de prensa, banquillos y césped.

Además, durante el recorrido del Tour se encuentra un stand de realidad virtual, en el cual se puede disfrutar de imágenes y momentos con una visión y una perspectiva única gracias a su tecnología de visionado 360º.

Bajo la categoría **SOMOS FAMILIA**, los aficionados tienen la posibilidad de celebrar cumpleaños, tanto de niños como de adultos, en el Wanda Metropolitano, así como otros eventos y celebraciones familiares.

Finalmente, en **SOMOS PASIÓN** se agrupan otras experiencias vinculadas no solo al fútbol sino también a la música, otros deportes y al ocio y entretenimiento en general.



Durante el mes de julio se celebraron un total de 17 conciertos, con un aforo total de casi 40.000 personas. El escenario se ubicó en un fondo y el público sentado entre la grada baja, media y alta. Fue la primera vez que el estadio desarrolló conciertos en otro tipo de formato. El ciclo de conciertos contó con el respaldo de la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid.



## Orgullo atlético: Socios y Peñas



Los socios (abonados y no abonados) son el mayor activo del club. El Atlético de Madrid se siente orgulloso de ser el segundo club de España por número de socios, llegando a más de 130.000 socios en la temporada 2019/20 y a más de 126.000 en la temporada 2020/21 (ligera disminución a causa de la pandemia).

El club también se enorgullece de sus peñas, 848 a nivel mundial, de las cuales 791 están en España y el resto repartidas por países como Estados Unidos, Cuba, Brasil, Qatar, Taiwan, Japón, Australia, etc. Lo cual da una idea de la gran afición internacional y el apoyo incondicional con el que cuenta el club en todo el mundo.

**+ 126.000**  
socios

**2º Club de fútbol**  
en España en número de socios

**848 Peñas**  
distribuidas por todo el mundo

La pandemia del COVID-19 supuso que, entre otros cambios, no se permitiera la asistencia de público a los estadios, lo cual requirió de acciones especiales en la relación con los socios:

- Solo se cobró la cuota de socio y no la de abonado.
- No se cobraron los abonos y se mantuvieron la localidad.
- Se ha descontado el 20% del importe de los partidos que no se disputaron durante la temporada 2019/20.

Paralelamente se llevaron a cabo acciones de apoyo social vía telefónica como:

- Llamadas a todos los socios mayores de 75 años para interesarse por su estado físico y psicológico.
- Videollamadas con jugadores y jugadoras para animar a los socios con discapacidad.
- Llamadas a las peñas para ver que tal les iba y conocer como estaban sus asociados.
- Concursos y actividades con los voluntarios para que supieran que el club seguía contando con ellos.



La antigüedad como socio, es decir, el número de años que, de manera ininterrumpida, una persona lleva como socio del Atlético de Madrid, otorga determinadas prioridades, además de todas las ventajas de los socios (bonos de regalo, ofertas exclusivas, etc), como la concesión de premios por la fidelidad:

- a los 25 años de socio recibe la insignia de plata.
- a los 50 años la insignia de oro.
- a los 65 años la insignia de oro y brillantes, así como la cuota gratuita de manera vitalicia.

La entrega anual de insignias de plata, oro y brillantes es un acto muy entrañable que los socios más antiguos agradecen enormemente y emociona al club.

## El nombre de todos los socios en el túnel de vestuarios

El nombre de todos y cada uno de los socios esta presente en el túnel de salida al terreno de juego del Wanda Metropolitano. Es lo último que ven los jugadores antes de saltar al césped.

## El Senado, el valor de la experiencia

El Senado está formado por los abonados con más 50 años de antigüedad en el club siendo un órgano consultivo que asesora y ayuda al Club Atlético de Madrid en determinados aspectos de su actividad y le representa en algunos actos.

Todas aquellas personas que cumplen 50 años de antigüedad como abonados del Club Atlético de Madrid reciben la insignia de oro de la institución en reconocimiento a su fidelidad y, automáticamente, pasan a formar parte del Senado del club, desde el cual pueden aportar su valiosa experiencia a lo largo de tantos años.

Ellos son la memoria histórica de la entidad, al haber vivido todo tipo de sucesos y experiencias durante las temporadas que han permanecido junto al Atlético de Madrid. En la actualidad, más de 800 socios forman parte del Senado del club. Entre todos ellos, se elige una Junta Directiva compuesta por 7 miembros.





## Leyendas Atlético de Madrid

La asociación de Veteranos se creó en 1997, por algunos jugadores ilustres (Adelardo, Collar, Capón, Calleja, San Román y Gallego) preocupados por excompañeros que habían atravesado dificultades después de retirarse. En diciembre de 2016, Roberto Solozábal fue elegido presidente de la asociación, con una junta directiva renovada, y Jose Eulogio Gárate como presidente de honor de la nueva asociación.

En mayo de 2017, la Asociación de Veteranos del Atleti se refunda y nace 'Leyendas Atlético de Madrid' para reflejar la importancia de los exjugadores dentro de la historia del club. Esta refundación de la asociación se lleva a cabo, para convertirse en un colectivo moderno y con el propósito claro de estar más en contacto con los jugadores en activo del primer equipo.

Su primera acción fue ampliar el propósito fundacional, que para los nuevos responsables se había quedado pequeño. No veían sentido en que hubiera una Asociación de Veteranos sin contacto alguno con los miembros del primer equipo, pretendiendo arreglar esa falta de contacto.

Otra de las necesidades que debía cumplir una asociación moderna, alineada con los cambios de la sociedad era integrar a las mujeres en igualdad de condiciones. Por ese motivo hay un jugador y una jugadora de las primeras plantillas como nexo de unión entre la nueva asociación de Leyendas y los jugadores y jugadoras en activo del Atlético de Madrid.

La asociación sigue siendo autónoma con respecto al club. Leyendas Atlético de Madrid espera que día a día la comunicación entre la afición y los exjugadores cada vez sea más fuerte, para preservar la historia y los valores del club.



Roberto Solozábal: "Nace 'Leyendas Atlético de Madrid' y para mí es un honor formar parte de ella. Sentimos alegría, honor y responsabilidad por este nuevo proyecto".

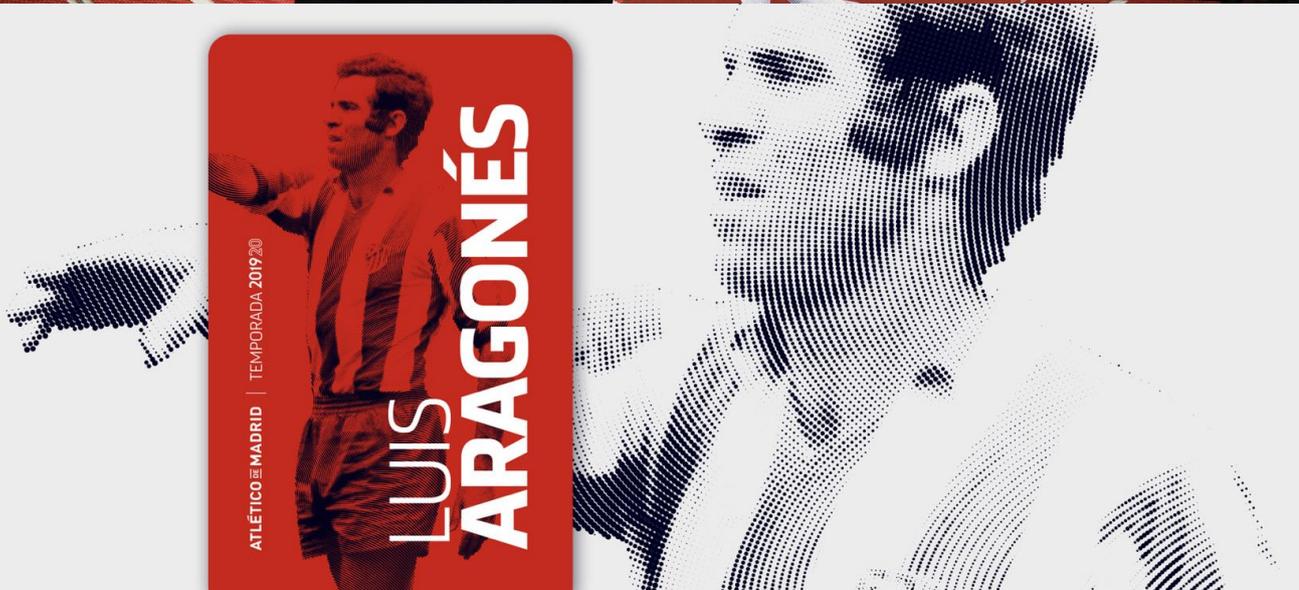
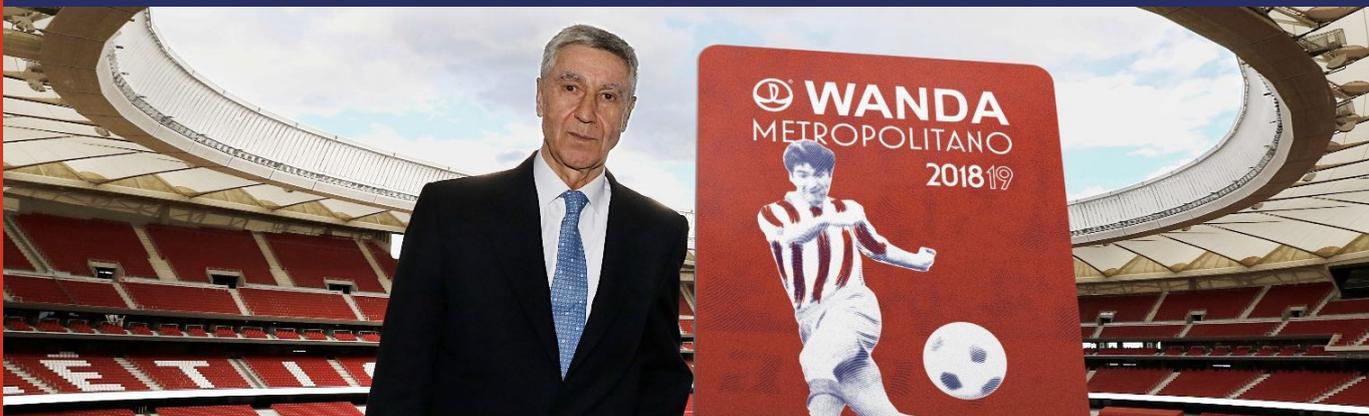


El carné de socio rinde homenaje a las **Leyendas del Atleti.**



Todos los socios rojiblancos, tanto abonados como no abonados, tendrán la figura del mítico centrocampista Adelardo grabada en su identificación atlética, homenajeando así a uno de los grandes de la historia del club.

En pasadas temporadas fueron homenajeados José Eulogio Gárate, uno de los delanteros con más talento y más queridos por la familia atlética, y Luis Aragonés, jugador y entrenador del Atleti que todas las generaciones de rojiblancos reconocen como uno de sus grandes ídolos.





## Voluntarios

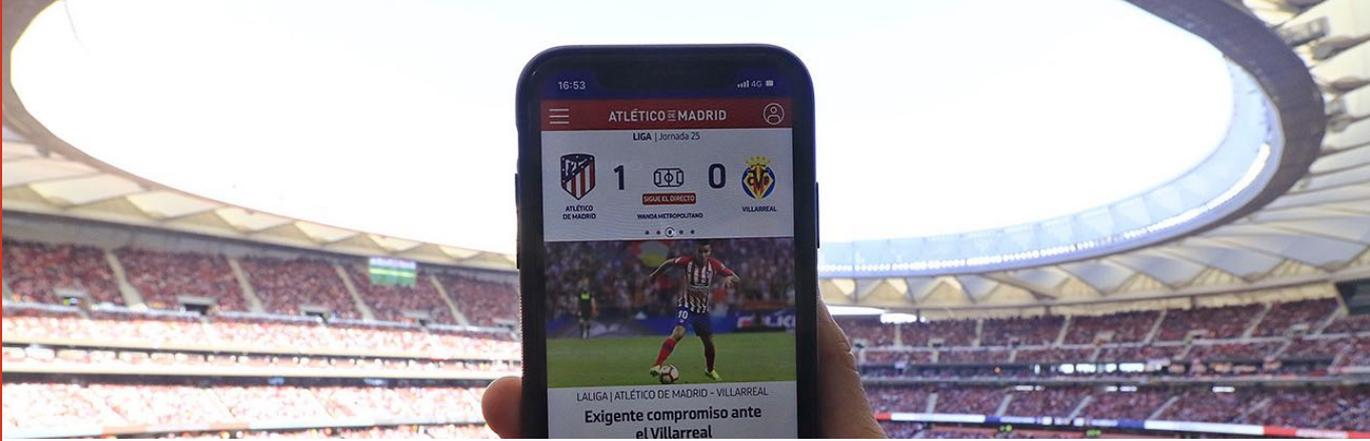
El Club Atlético de Madrid cuenta con un magnífico equipo de voluntarios, los cuales son jóvenes socios del club de entre 16 y 25 años, que colaboran en diversas actividades durante la temporada.

Son atléticos que su pasión por el Atlético de Madrid les pide hacer algo más, y quieren vivir el día a día del club en primera persona, participando como voluntarios en todo tipo de actividades que el club organiza.

+ 200 voluntarios



Los voluntarios también colaboran activamente con la Fundación Atlético de Madrid, la cual, ha creado el voluntariado integrado dentro de la red de voluntariado de la Consejería de Asuntos Sociales de la Comunidad de Madrid, con el objetivo de colaborar en las diferentes acciones sociales que realiza, como campañas de recogida de alimentos o el reto deportivo solidario Play2Help.



## Redes Sociales

El Club Atlético de Madrid mantiene un diálogo activo con todos sus grupos de interés y por ello está presente en las principales redes sociales.

El club tiene perfiles en Facebook, Twitter (español, inglés, francés, árabe), Instagram, Tik-Tok, LinkedIn y YouTube, alcanzado los 38.260.372 seguidores entre todos los perfiles.

Además, hay perfiles del Atlético de Madrid Femenino (Twitter, Instagram, Facebook y YouTube), de la Academia (Twitter), del estadio Wanda Metropolitano (Twitter, Facebook e Instagram), la Asociación de Leyendas (Twitter y Facebook), la Fundación (Twitter, Facebook e Instagram) y Atleti eSports (Twitter, Facebook, YouTube e Instagram).

La importancia del mercado chino también ha impulsado la creación de perfiles en las redes sociales del país asiático como son Youku, Weibo, Wechat y Douyin.

Desde el inicio de la actividad del club en redes sociales, el número de la comunidad de seguidores no ha cesado de crecer hasta superar los 40 millones en la temporada 2021/22, cifra récord.

Las plataformas que más seguidores tienen son las cuentas del primer equipo en Facebook (13,7 millones) e Instagram (12,9 millones), mientras que la que mantiene un ritmo de crecimiento más alto es Tik-Tok, que en tan sólo dos años y medio ya suma 3,8 millones de seguidores. En Twitter, la comunidad total, sumando las cuentas en todos los idiomas del primer equipo, es de 6,1 millones de seguidores.

La temporada pasada, en la que se consiguió el título de La Liga, hubo un crecimiento de 4,9 millones de followers en las plataformas del primer equipo, lo que supuso un 35 por ciento de aumento con respecto a la temporada anterior.

Además, debido a la importancia estratégica de dos mercados como China y Norteamérica (Estados Unidos, Canadá y México), el Club alcanzó, desde principios de 2021, un acuerdo de colaboración con la agencia de marketing Sportfive para llegar al público objetivo de aquellas regiones e incrementar la presencia en estos países.

Mención aparte merecen las plataformas dedicadas al Atlético de Madrid Femenino, que en total cuenta con 1.682.162 seguidores, creciendo en los últimos cinco años en 793.988.

Cabe destacar también, el crecimiento exponencial de la cuenta de la Academia en Twitter, que ya cuenta con casi 40.000 seguidores y que aumentó en 1.164 seguidores en 2019, 4.575 en 2020 y 8.176 en 2021.

**+ 40** millones de seguidores





## Atleti Studios

Atleti Studios comenzó su andadura en diciembre de 2020. La productora de contenidos del club, integrada dentro del Área de Comunicación, se ha puesto en marcha con dos objetivos principales:

1. Crear contenido de producción propia para todos los canales de comunicación del club.
2. Ser una herramienta para generar más ingresos al área de negocio.

En estos primeros meses desde su nacimiento, Atleti Studios ha servido como agencia para sponsors y patrocinadores del club que, debido a las restricciones ocasionadas por la COVID-19, no han podido acceder a los entrenamientos ni grabar con los jugadores. También ha sido responsable de la producción y el lanzamiento de importantes campañas como el lanzamiento del nuevo Tucson de Hyundai, la de Soñadores de Ria o la presentación de las nuevas equipaciones de Nike para la temporada 2021/22.

Además, otra de las tareas que ha llevado a cabo la productora ha sido la de realizar un servicio para todos los Medios de Comunicación al grabar, editar y enviar todos los entrenamientos, ruedas de prensa y entrevistas del club durante toda la temporada 2020/21 debido a las restricciones por la pandemia. De esta manera, los medios han podido tener contenido del club cuando los protocolos sanitarios impedían el acceso de la prensa a nuestras instalaciones.

El aumento de producción propia (más de un 40% en producción audiovisual y más de un 20% en publicaciones) ha ayudado al crecimiento de las redes sociales del club, alcanzando la cifra récord de más de 40 millones de seguidores en todo el mundo.

Finalmente, uno de los grandes hitos de la temporada ha sido la producción para Amazon Prime del documental 'Otra forma de entender la vida'. Una coproducción que fue realizada con TBS (Telefónica), que abre una nueva línea de negocio en el área y convierte al club en una plataforma mundial con control absoluto sobre el producto final.



Memoria de  
Sostenibilidad  
2020/21

1940/41

1949/50

1950/51

1960

1961

1962

1965

1966

1971



Liga



Copa del  
Generalísimo



Copa del  
Generalísimo



Recopa  
de Europa



Copa del  
Generalísimo



Liga



Liga

Ética y  
Buen  
Gobierno





## Órganos de gobierno

El Buen Gobierno societario se materializa en la administración del club a través de políticas y procedimientos que aseguran el control de las decisiones clave, tales como retribuciones, nombramientos, contrataciones, inversiones, etc.

Para cada proceso crítico se ha definido un procedimiento específico para que su ejecución sea verificable, trazable y auditable. Para ello, se aplican los principios de buen gobierno corporativo, las decisiones clave son colegiadas y están sometidas a un sistema de aprobación en cascada que garantiza el correcto nivel de aprobación en cada caso.

La representación y administración del club corresponde al Consejo de Administración, que elige a su presidente y nombra a su consejero delegado.



**Enrique Cerezo Torres**  
Presidente



**Miguel Ángel Gil Marín**  
Consejero Delegado



**Lázaro Albarracín Martínez**  
Consejero



**Antonio Alonso Sanz**  
Consejero



**Antoine Bonnier**  
Consejero



**Severiano Gil y Gil**  
Consejero



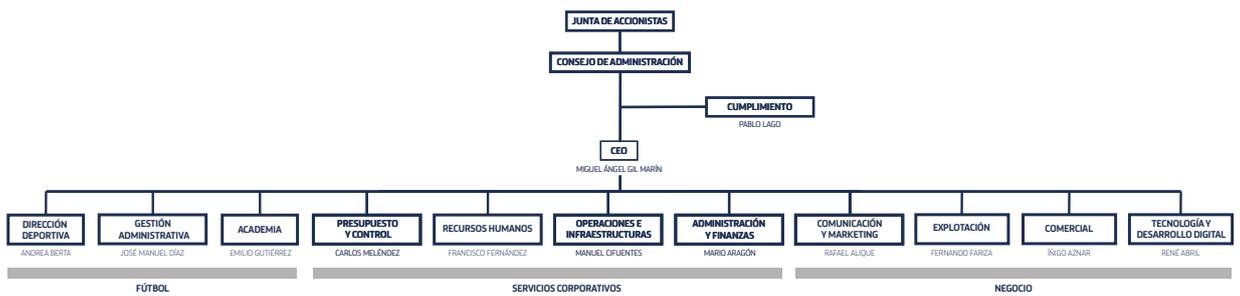
**Óscar Gil Marín**  
Consejero



**Pablo Jiménez de Parga**  
Secretario del Consejo



## ORGANIGRAMA CLUB ATLÉTICO DE MADRID



## Patronos Fundación Atlético de Madrid

### PRESIDENTE

Adelardo Rodríguez

### PATRONOS

Adelardo Rodríguez  
 Antonio Alonso  
 Miguel Ángel Gil  
 Enrique Cerezo  
 Rafael Catalá  
 Hilario Albarracín  
 Alejandro Beltrán  
 Amalia Blanco  
 José Luis Durán  
 Luis Fernando Guerra  
 Esteban Rivas

### SECRETARIO

Pablo Jiménez de Parga



## Estructura societaria

A 30 de junio de 2021 el club es dominante de un Grupo de sociedades, en el que su sociedad dependiente es Atlético de Madrid International Holding, S.L.U.

El Club Atlético de Madrid se transformó en Sociedad Anónima Deportiva el 30 de Junio de 1992. Desde esa fecha, muchos han sido los cambios experimentados por el club, como la inauguración del nuevo estadio Wanda Metropolitano en 2017, la incorporación oficial del primer equipo de fútbol femenino en 2001 o la creación de la Fundación Atlético de Madrid con fines sociales en 1996.

Atlético de Madrid International Holdig, S.L.U. se crea como sociedad tenedora de acciones y tiene participaciones en los siguientes clubes extranjeros: el mexicano "Club Atlético de Madrid Potosí, S.A.P.I. de C.V" y el canadiense "Atlético Ottawa Inc.". Además, es titular del 50% de la sociedad "Mejórameló S.L." que es la propietaria del restaurante "El Gran Escenario", situado en el estadio Wanda Metropolitano.

Por otro lado, el club constituyó el 27 de diciembre de 1996 la Fundación Club Atlético de Madrid como una institución benéfica cultural docente deportiva, constituida sin ánimo de lucro, como Fundación Cultural Privada promovida por el club, bajo el protectorado del Ministerio de Cultura.

ATLÉTICO  
DE MADRID  
HOLDING,  
S.L.

CLUB  
ATLÉTICO DE  
MADRID,  
S.A.D.

FUNDACIÓN  
CLUB  
ATLÉTICO DE  
MADRID

El Club Atlético de Madrid forma parte y participa de las principales asociaciones y organismos deportivos futbolísticos nacionales e internacionales como ECA, UEFA, FIFA, LALIGA o RFEF.



## Principales datos económicos

PRINCIPALES DATOS ECONÓMICOS CLUB ATLÉTICO DE MADRID, S.A.D.			
	2018/19	2019/20	2020/21
Valor económico generado (miles de €)	484.624	482.634	390.330
Valor económico distribuido (miles de €)	359.590	336.735	352.974
Valor económico retenido (miles de €)	125.033	145.898	37.356
Total impuesto de sociedades pagado en el ejercicio (miles de €)	1.622	12.906	0

Desde el punto de vista económico y patrimonial, la crisis económica desatada por la COVID-19 ha impactado en la actividad del club, con el efecto negativo correspondiente en el resultado del ejercicio.

A diferencia de lo que pasó en el último trimestre del ejercicio 2019/20 en el que se paralizaron las competiciones deportivas durante tres meses, en el ejercicio 2020/21 la competición se ha desarrollado con normalidad, pero a puerta cerrada, con ausencia de público durante toda la temporada. Esta circunstancia es la que más incidencia ha tenido en la cuenta de resultados del ejercicio, con la ausencia de ingresos derivados de la gestión del aforo y reducción en los ingresos comerciales por explotación del estadio (eventos, museo, tiendas, etc).

Con las medidas adoptadas más la apertura al público de los estadios en la temporada 2021/22, no hay riesgo en la continuidad de la actividad.

PRINCIPALES DATOS ECONÓMICOS FUNDACIÓN ATLÉTICO DE MADRID	
Fondos gestionados	2020/21
Fondos propios (miles €)	1.605
Donaciones privadas (miles €)	5



## Pilares del club



### Política de gestión eficiente profesional

Conseguir un primer equipo competitivo que permita al club estar entre los 10 mejores clubes europeos, clasificándose todos los años para disputar la UEFA Champions League.

### Política de gestión deportiva de la Academia

Aplicar un modelo educativo propio puesto en marcha por el club para la formación integral de futuros jugadores de élite, basado en valores como el esfuerzo y la igualdad.

### Política de expansión de la marca y de los valores que transmite

Apertura de nuevas instalaciones a nivel nacional y, a nivel internacional apertura de escuelas, organización de torneos y participación en clubes extranjeros como el mexicano "Atlético San Luis" y el canadiense "Atlético Ottawa".





# PORQUE LUCHAN COMO HERMANOS

## Valores

EL Club Atlético de Madrid tiene arraigados valores propios que guían todas sus actuaciones:



### Trabajo en equipo

Cada miembro forma parte de un objetivo mayor, una meta que es únicamente alcanzable a partir de la colaboración solidaria de todos.

### Apasionado

La competitividad y el amor hacia el juego dirigen nuestras vidas.



### Implacable

Somos inasequibles al desaliento, nuestra fortaleza se encuentra en nuestra determinación.



### Insaciable

Nuestros sueños son mayores que nuestros logros, nuestras ambiciones son superlativas.



### Respetuoso

Profesamos una consideración infinita hacia nuestros rivales, nos enfrentamos a ellos desde la humildad.



### Perseverante

La constante búsqueda de la grandeza gobierna nuestros actos. Los fracasos se convierten en nuevas oportunidades para continuar con más empeño.





# Ética y Cumplimiento

El Club Atlético de Madrid está comprometido con la integridad y la transparencia como parte de su cultura ética empresarial, con el claro convencimiento de que la sostenibilidad a largo plazo del club solo se puede alcanzar fomentando esta cultura y cumpliendo con las normas.

En línea con sus objetivos de transparencia, el club creó en 2016 un órgano interno independiente denominado Dirección de Cumplimiento, que informa al Consejo de Administración de su actuación durante toda la temporada. Este órgano es el encargado de implementar, desarrollar y mejorar continuamente el Modelo de Cumplimiento del club, donde se recogen las normas internas y las medidas de vigilancia y control a las que están sujetos todos los directivos y empleados del club.

Dicho modelo establece medidas preventivas y controles para garantizar el estricto cumplimiento, tanto de la legislación que nos afecta, como de todas aquellas normas internas que el club ha elaborado voluntariamente. Este modelo es un instrumento para incorporar mejores prácticas en la gestión del club.

Entre las medidas incluidas en el Modelo de Cumplimiento hay que destacar el Código Ético, de obligado cumplimiento para todos los empleados del club y que rige las relaciones con los grupos de interés.

Dicho Código ha sido actualizado recientemente y durante 2021 se ha repartido en un formato amigable a todos los empleados, para facilitar su interpretación y aplicación.

El Código Ético recoge los 15 principios fundamentales:

- Tolerancia cero con la corrupción
- No contribución a partidos políticos
- Prevención conflicto de Intereses
- Calidad y comportamiento profesional
- Igualdad de oportunidades, no a la discriminación y no al acoso
- Respeto dignidad humana y protección de menores
- Relación con ciudadanos extranjeros
- Transparencia económica fiscal y contable
- Confidencialidad y protección de datos
- Derechos de propiedad intelectual e industrial
- Seguridad y salud en el trabajo
- Protección del medio ambiente
- Uso de los recursos y medios del club
- Responsabilidad en el uso de los medios de pago
- Cumplimiento regulación aduanera y comercial Internacional





Junto al Código Ético, se han elaborado y se aplican otros Códigos de Conducta específicos para los diferentes colectivos del club y protocolos para actividades que requieran un especial control por el riesgo que pudiesen representar, como puede ser la contratación con proveedores o la gestión de la Academia.

Durante la temporada 2020/21 se ha continuado mejorando y actualizando el Modelo de Cumplimiento, impartiendo formación e incorporando nuevos protocolos de actuación, todo ello con el objetivo de mantener y mejorar de forma continua una cultura de ética y cumplimiento en todo el club.

# 175

## horas de Formación Compliance y Código Ético

Anualmente el Modelo de Cumplimiento es sometido a una auditoría por un tercero independiente, que verifica su adecuación y que ha dado como resultado un informe calificando el grado de cumplimiento como satisfactorio.

## BUZÓN ÉTICO

Para dar respuesta a cualquier duda o informar de algún incumplimiento del Código Ético o una conducta ilícita o delictiva, el club ha implantado un Buzón Ético como medio de comunicación confidencial. Las vías para comunicar son las siguientes:

- Correo electrónico: [buzonetico@atleticodemadrid.com](mailto:buzonetico@atleticodemadrid.com).
- Presencial, directamente al Departamento de Cumplimiento.
- Dirección Postal: Estadio Wanda Metropolitano, Av. Luis Aragonés, 4, Acceso W6, 28022 Madrid, a la atención del Compliance Officer.

Las comunicaciones recibidas serán tramitadas garantizando su confidencialidad y en cumplimiento de lo establecido en la normativa de protección de datos.



El Modelo de Cumplimiento del Club Atlético de Madrid goza de un gran reconocimiento, fruto de ello es la participación como profesorado en el Máster en Derecho aplicado al fútbol profesional, organizado por LaLiga Business School.



## Transparencia

El club asume, de forma responsable, los compromisos de transparencia, respeto de la rendición de cuentas, publicación de datos relevantes y exposición abierta de sus actuaciones y operaciones, por lo que hace pública, en su portal web de transparencia, la información asociada al cumplimiento de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno.

En el portal de transparencia se publican los datos económicos, organizativos, institucionales y la relación de convenios y contratos con las administraciones públicas.

El Índice de Transparencia de los clubes de Fútbol (INFUT), analiza a los 42 clubes que componen la primera y segunda división a través de un procedimiento de evaluación, basado en un conjunto de 48 indicadores que tratan de abarcar las áreas más importantes de la información que se estima que los clubes deben ofrecer a los socios, aficionados y a la sociedad en general.

**“En el INFUT 2019 el Atlético de Madrid obtuvo una puntuación de 86.46%, mejorando en más de 30 puntos su puntuación de 2016”.**



## Responsabilidad Social Corporativa

El Club Atlético de Madrid es consciente de la responsabilidad que, como club de fútbol de primer nivel, tiene con la sociedad y con el resto de sus grupos de interés.

En este ejercicio de responsabilidad, el club ha identificado primeramente sus grupos de interés prioritarios, para crear valor compartido:



Masa Social	Deportistas	Sociedad en General
Peñas y Simpatizantes	Clientes y Proveedores	Órgano consultivo → Senado
Empleados	Administraciones Públicas	Medios de Comunicación
Consejo de Administración	Organismos Deportivos	Escuelas y Universidades
Comité de Dirección		



La sostenibilidad es un compromiso para el club y para mí un reto que me anima a intentar conseguir la excelencia.

Alicia de Cea  
Responsable de Responsabilidad Social Corporativa



Con estos grupos de interés el club mantiene un diálogo fluido a través de canales específicos con cada uno de ellos, principalmente, página web, redes sociales, buzones, etc.

Fruto de este diálogo, se ha realizado un estudio donde se han identificado los aspectos más relevantes de interés para los distintos grupos:

### Asuntos relevantes para los grupos de interés

#### Económico

- Planificación y control económico
- Ética en la Gestión Económica

#### Medio Ambiente

- Gestión Ambiental
- Sensibilización Ambiental
- Eficiencia energética y emisiones GEI

#### Social

- Reputación corporativa
- Accesibilidad Universal
- Inclusión social a través del fútbol

A partir de la identificación de los asuntos relevantes, el club ha elaborado un Plan Estratégico de Responsabilidad Social a tres años (2020-2022) en respuesta a las necesidades y expectativas de los grupos de interés.

Dicho Plan está basado en acciones específicas que dan respuesta a 3 ejes:





## Contribución a los ODS

Cada uno de los ejes contribuye de forma positiva a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), de la agenda 2030 aprobada por la ONU, con la que el club se compromete firmemente alineándose con 10 de ellos.



### ODS 2. Hambre cero

Acción: Acciones contra el Hambre Fundación Atlético de Madrid.



### ODS 3. Promover el bienestar general

Acción: Proyectos Fundación Atlético de Madrid.  
Plan de vida saludable para empleados.



### ODS 4. Educación de calidad

Acción: Proyectos Fundación Atlético de Madrid.  
Integración de educación y deporte



### ODS 5. Igualdad de Género

Acción: Planes de promoción de la Igualdad y promoción del Fútbol Femenino.  
Proyectos Fundación Atlético de Madrid.



### ODS 7. Energía asequible y No contaminante

Acción: Uso de energías renovables y mejora de la eficiencia energética en instalaciones deportivas.  
Proyectos Fundación Atlético de Madrid.



### ODS 10: Reducción de las desigualdades

Acción: Proyectos Fundación Atlético de Madrid.



### ODS 11. Ciudades y Comunidades Sostenibles

Acción: Instalaciones deportivas a la vanguardia tecnológica y eficientes.



### ODS 13. Acción por el Clima

Acción: Cálculo de Huella de Carbono y Plan de reducción de emisiones.  
Proyectos Fundación Atlético de Madrid.



### ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

Acción: Modelo de Complicance y pertenencia a las principales asociaciones deportivas.



### ODS 17. Alianza para lograr los objetivos

Acción: Colaboración con organizaciones de fines sociales y ONGs así como con las principales asociaciones deportivas.



## Garantía en los Procesos de Compras

El Club Atlético de Madrid tiene implantado un sistema de gestión de proveedores con el objetivo de garantizar la transparencia e igualdad de oportunidades a todos ellos y asegurar que aquellos proveedores que trabajan con el Atlético de Madrid cumplen con el Código de Conducta específico para proveedores, que ha elaborado el club como norma interna.

El proceso incluye la constitución de una mesa de contratación para aquellas compras que superen un importe preestablecido, que selecciona el proveedor más adecuado por medio de la valoración conjunta entre las áreas implicadas (solicitante, especialista, financiera, presupuesto y control, y compras), en función de las necesidades del club. Una vez seleccionado el proveedor, es sometido a un proceso de homologación mediante una Due Diligence, de forma que se asegure que no existe ninguna irregularidad en su historial. Por último, una vez que el proveedor ha sido homologado, se le exige asumir el Código de Conducta de Proveedores, comprometiéndose a mantener un comportamiento ético durante la vigencia del contrato.

El **91%** de las compras del club se han realizado a proveedores nacionales





## Seguridad de la Información y Protección de Datos



La situación generada por la COVID-19 ha dado lugar a un escenario de trabajo y relaciones humanas desconocido hasta el momento, por lo que, el club ha tenido que adaptarse.

Esta nueva situación ha generado nuevos retos y dificultades en el tratamiento de datos, como son:

- El Teletrabajo, con la dificultad y el riesgo de la seguridad informática, al estar más expuestos en internet.
- La toma de temperatura, protocolos COVID-19, etc.
- El aumento del peso de la digitalización en los procesos de trabajo.

En el año 2021, se ha actualizado el Código de Conducta Telemática y se ha elaborado el Manual de Obligaciones sobre Protección de Datos y Compromiso de Confidencialidad.

Finalmente, se ha elaborado una guía de recomendaciones sobre la privacidad en el tratamiento de los datos personales especialmente protegidos.

En Marzo de 2021, el club se adhirió al "Pacto Digital para la protección de las personas", puesto en marcha por la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD).

Con la adhesión, el Atlético de Madrid se compromete a implantar los principios y recomendaciones recogidas en dicho Pacto Digital, y a difundir entre su personal el "Canal Prioritario", cuya función es solicitar la retirada urgente en internet de contenidos sexuales o violentos.

Finalmente, siguiendo con el principio de responsabilidad proactiva del club, se han llevado a cabo diferentes formaciones en plataformas online para reuniones virtuales, enfocadas a reforzar la concienciación en entornos de riesgo.

### Plan Director de Seguridad de la Información

La seguridad de la información y en especial la ciber seguridad, es de vital importancia en el contexto actual, por ello, el Atlético de Madrid ha realizado un diagnóstico y un análisis de riesgos que han dado como resultado un Plan Director de Seguridad de la Información.



Memoria de  
Sostenibilidad  
2020/21



# 3 Personas

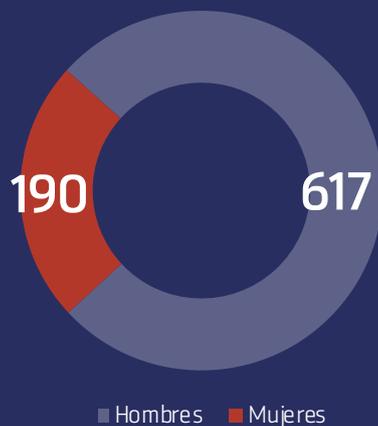




## Equipo Humano comprometido

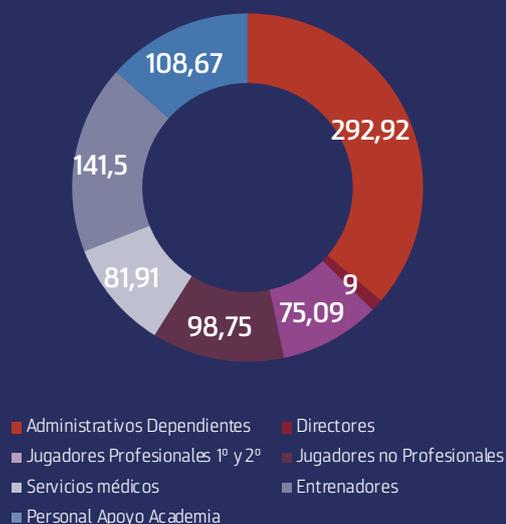
Una de las prioridades de Club Atlético de Madrid es ofrecer a su equipo humano un entorno atractivo donde poder desarrollarse profesionalmente y donde poder conciliar la vida personal con el trabajo. Todo ello cimentado en la igualdad de oportunidades, la transparencia, la salud y la seguridad.

Distribución de Plantilla por sexo

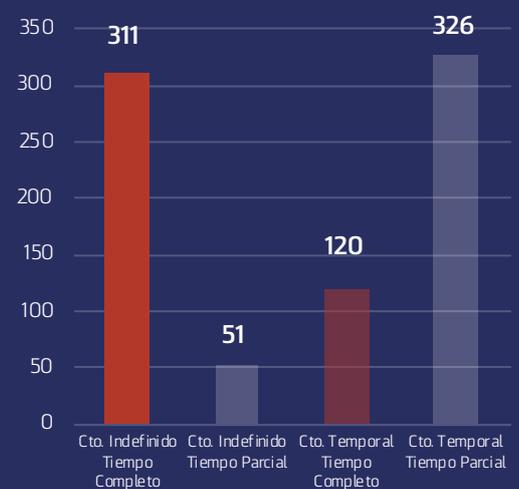


(temporada 2020/21, datos a 30 de junio de 2021)

Distribución de Plantilla por Categoría Profesional



Distribución de Plantilla por Tipo de Contrato





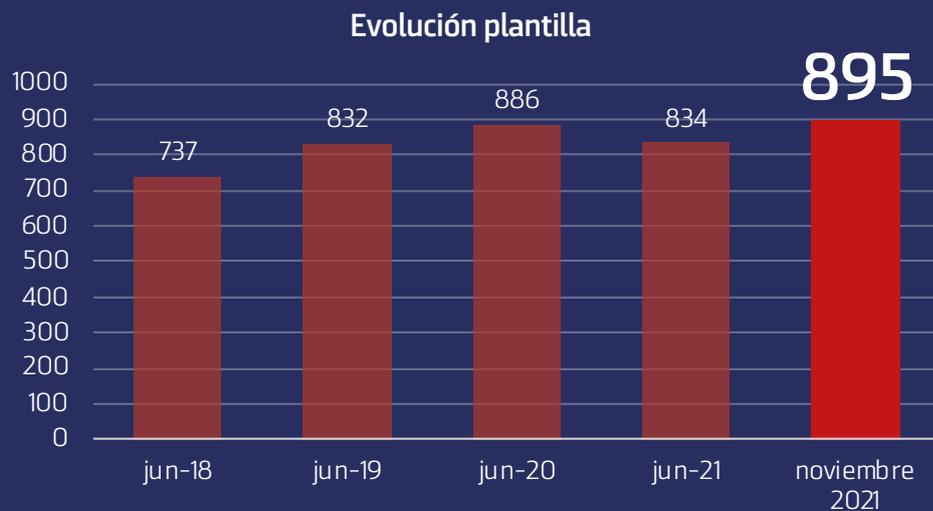
## Empleo de calidad

El Atlético de Madrid ofrece un entorno atractivo para trabajar, al generar empleo de calidad, fomentar el desarrollo del talento y la formación continua e impulsar el bienestar, la conciliación laboral y la seguridad.

El club fomenta la comunicación y hace partícipe a toda la plantilla de la innovación y su crecimiento. Sólo trabajando diariamente con todos estos valores en mente, se consigue estar a la vanguardia en un sector que cada vez demanda mayor dinamismo y profesionalidad.

Durante los últimos años, el club ha crecido sustancialmente, aumentando su plantilla en cada una de las temporadas, a excepción de esta última debido a la pandemia mundial sufrida.

Esta situación ha exigido una gestión eficaz de las personas, que viene determinada por un Plan Estratégico de Recursos Humanos.



Con una plantilla media de 807 empleados en la temporada 2020/21, entre personal deportivo y no deportivo, el club considera clave atraer y fidelizar el mejor talento. Es para el club un orgullo el elevado grado de compromiso, responsabilidad y profesionalidad de los empleados que le hacen crecer día a día.

Es necesario señalar que el club viene apostando desde hace varios años por el fútbol femenino, siendo uno de los clubes en España que mayor desarrollo está dando a esta categoría del fútbol.

Durante los últimos años no sólo ha crecido el número de empleados, sino también el número de sedes, como ha sido la nueva Ciudad Deportiva Wanda Alcalá de Henares, apertura de nuevas tiendas en la Comunidad de Madrid o la creación de una residencia para los jugadores de la cantera en San Sebastián de los Reyes.



## Compromiso con los empleados en la crisis del COVID-19

La situación que se vivió en el club la temporada 2020/21, provocada por la COVID-19, ha supuesto el cese de gran parte de la actividad del club y consecuentemente la disminución de gran parte de los ingresos, lo cual ha provocado una serie de medidas por parte del Atlético de Madrid para salvaguardar la viabilidad económica del club, entre las cuales se encuentra la realización de un ERTE.

El ERTE afectó a 453 empleados, asumiendo la primera plantilla y el Comité de Dirección, a partes iguales la cantidad económica necesaria para complementar el salario del personal afectado y así paliar en su totalidad el impacto económico. Esta acción es un claro ejemplo del compromiso del club con sus empleados.





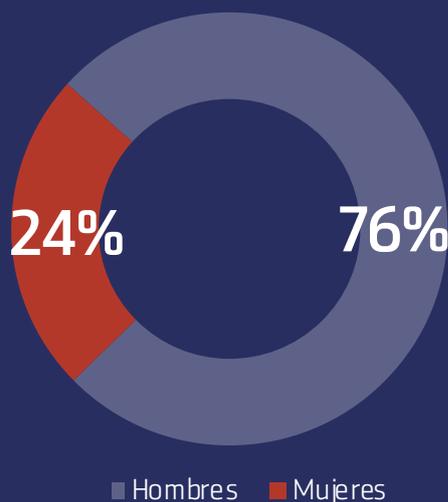
## Diversidad e Igualdad de oportunidades

Todos los empleados del club son tratados de manera equitativa y con máximo respeto a su dignidad. Para conseguir este objetivo se aplican los Códigos de Conducta, Políticas y Protocolos internos que establecen controles y evalúan de forma continua los distintos procesos, para poder implementar mejoras.

Un buen ejemplo es la Política de Selección del Club Atlético de Madrid basada en los principios de igualdad, mérito y capacidad y que a día de hoy se encuentra totalmente integrada en los valores del club.

La presencia masculina es mayoritaria en el club y es una de las razones para seguir potenciando la igualdad de oportunidades, no obstante, es necesario señalar que el club viene apostando desde hace varios años por el fútbol femenino, siendo uno de los clubes de España que mayor desarrollo está dando a esta categoría.

Distribución de la plantilla por sexo (%)





## Plan de igualdad del Club Atlético de Madrid

En marzo de 2020 se aprobó el Plan de Igualdad del club. El Comité de Igualdad, compuesto por representantes de la empresa y de los empleados, realiza su seguimiento y evaluación.

### OBJETIVOS GENERALES DEL PLAN DE IGUALDAD

- Promover el Principio de Igualdad fomentando que mujeres y hombres tengan las mismas oportunidades de ingreso y desarrollo profesional en el club
- Implantar un sistema de clasificación de puestos de trabajo según las tareas realizadas con independencia de género
- Fomentar el desarrollo de acciones formativas que amplíen y mejoren las habilidades profesionales y la adquisición de competencias, sin distinción de género
- Garantizar e impulsar la ausencia de discriminación en la promoción profesional de mujeres
- Crear unas óptimas condiciones de trabajo para todo el personal del club
- Garantizar el ejercicio de los derechos de conciliación, informando de ellos y haciéndolos accesibles a toda la plantilla independientemente del sexo
- Tratar de equilibrar la representación de mujeres y hombres dentro del club
- Tratar de erradicar cualquier brecha salarial por razón de género / Asegurar la equidad interna de la política retributiva
- Prevenir y erradicar situaciones constitutivas de acoso sexual y/o por razón de sexo en el entorno laboral
- Reforzar que la comunicación interna y externa promueva una imagen igualitaria entre hombres y mujeres
- Promover la realización de acciones sociales
- Evitar o disminuir los riesgos asociados a cada puesto





## Prácticas y medidas de igualdad adoptadas

- **Acceso al empleo** → Definición de requisitos en las ofertas de trabajo que otorguen las mismas oportunidades de empleo y procesos de reclutamiento y entrevistas de trabajo en las que no exista discriminación.
- **Evaluación del desempeño y promoción** → Uso de criterios objetivos a la hora de valorar el desempeño de los empleados y su promoción. Además, se fomenta la presencia de mujeres en puestos ejecutivos.
- **Retribución** → Búsqueda de la homogeneidad por categoría profesional para recompensar a los empleados según su desarrollo y evaluación del desempeño, no fomentando la existencia de desigualdades no justificadas.
- **Formación** → Impartición a todos los miembros del club de cursos de formación, que permitan mejorar y ampliar sus conocimientos para el desarrollo de su puesto de trabajo.
- **Conciliación laboral y personal** → Definición e implantación de un decálogo de medidas que favorezcan la igualdad, que compatibilicen e integren la actividad profesional con las responsabilidades familiares y de carácter personal.

El Departamento de Recursos Humanos vela por el cumplimiento y la aplicación de esta Política de Igualdad, en colaboración con el resto de los Departamentos que forman el club.

## El club cuenta con un Protocolo de Acoso por razón de sexo y acoso moral





## Igualdad Salarial

El Club Atlético de Madrid garantiza el respeto a la igualdad salarial y así lo ha reflejado en su Plan de Igualdad y Política de Diversidad y No Discriminación. Evitar los sesgos discriminatorios en la retribución es clave para impulsar un entorno que promueva la diversidad, que es considerada uno de los principales valores del capital humano del club.

La estructura retributiva de todas las categorías profesionales y de responsabilidad del grupo está concebida bajo el criterio de neutralidad de género. Además, los procesos de revisión salarial que la compañía lleva a cabo anualmente están basados en criterios comunes para ambos géneros.

El Club Atlético de Madrid está determinado a que no exista en su actividad ningún tipo de inequidad retributiva por género. Por ello, ha comenzado a realizar un análisis para identificar los posibles casos de desigualdad salarial entre mujeres y hombres con puestos de trabajo, funciones y responsabilidades iguales y calcular la brecha salarial. El objetivo del club es corregir los posibles casos de desigualdad, en caso de que ocurrieran.

Además, se procederá a realizar un análisis específico de las situaciones retributivas no equitativas, mediante el proceso de revisión salarial anual. Este plan de acción cuenta con el seguimiento periódico de la Dirección del club, quien evalúa el progreso en cada nivel de la organización.





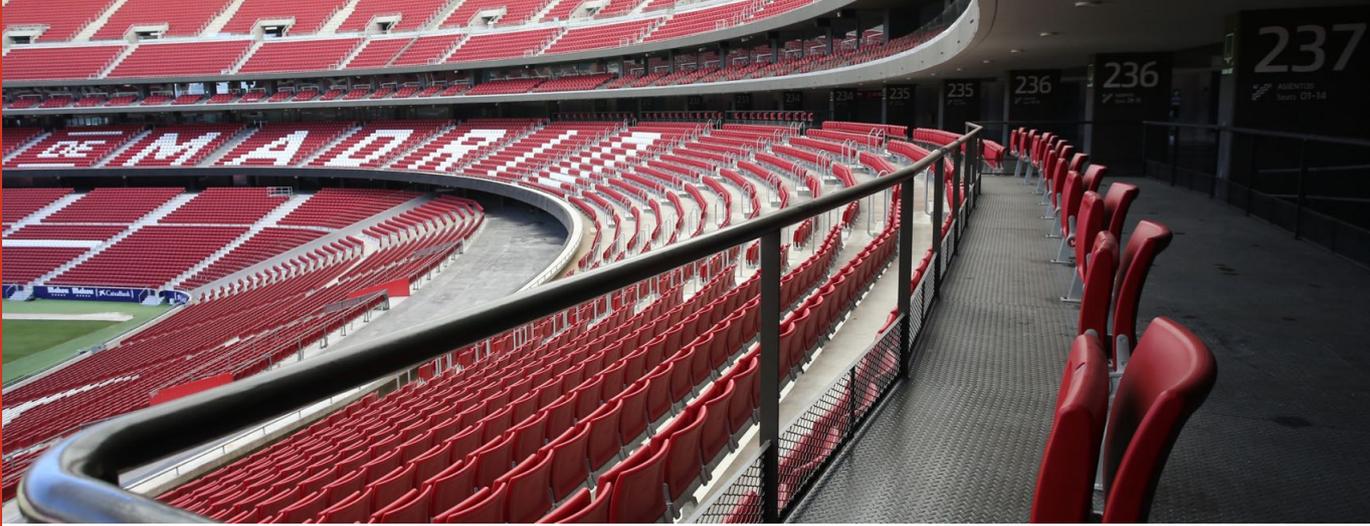
## Rechazo a la violencia, racismo y xenofobia

El club es consciente que el deporte en general supone una escuela de vida para los jóvenes, y el fútbol en particular es una herramienta poderosa para promover la cohesión social y valores como el juego limpio, el respeto y la tolerancia, por ello recoge en su Reglamento de Régimen Interno, “el rechazo y oposición a cualquier forma de violencia verbal o física, y a todo acto racista, xenófobo o intolerante”, comprometiéndose a adoptar las medidas disciplinarias oportunas.

Con este objetivo, el club ha realizado, un año más, programas formativos dirigidos a todo el personal de la Academia para fomentar los valores del Atlético de Madrid y el cumplimiento de las normas preventivas destinadas a que los niños de la academia convivan y se formen en un ambiente seguro.

El club cuenta con la figura interna del Delegado de protección a la infancia





## Accesibilidad universal para personas con discapacidad

El Club Atlético de Madrid se siente orgulloso de disponer de uno de los estadios más modernos del mundo en el que prima la accesibilidad, el Wanda Metropolitano. El estadio dispone de 118 espacios y 118 asientos de acompañantes para personas con discapacidad en sillas de ruedas, con perfecta accesibilidad desde la calle sin ningún tipo de escalón.

El estadio también cuenta con una taquilla y un espacio en la “Oficina de atención al Atlético”, habilitados específicamente para atender a las personas con discapacidad y en el que se atiende también a personas con discapacidad auditiva mediante lenguaje de signos.

Y como no podía ser de otra manera, durante la celebración de eventos deportivos, el club cuenta con personal específico dedicado a la atención de personas con discapacidad y sus acompañantes, facilitándoles su estancia en el estadio.

El club ha firmado un convenio con la Fundación ONCE para invertir en la integración

El club ha participado en la semana de Acción CAFÉ 2020 celebrando la accesibilidad y la inclusión en el fútbol de personas con discapacidad

Durante la temporada 2020 /21 se ha continuado manteniendo un contacto directo con todos los socios del club, con especial dedicación a los socios con discapacidad, realizando videollamadas interesándose por sus inquietudes y necesidades.

En dichas videollamadas han participado leyendas rojiblancas como Roberto Fresnedoso o la capitana del equipo femenino, Silvia Meseguer.

El club tiene contratadas 6 personas con discapacidad y complementa dichas acciones con aportaciones económicas a asociaciones y fundaciones de ayuda a la discapacidad y contratos con centros especiales de empleo dando cumplimiento a la Ley para el Apoyo a las Personas con Discapacidad.



## Formación y desarrollo de las personas



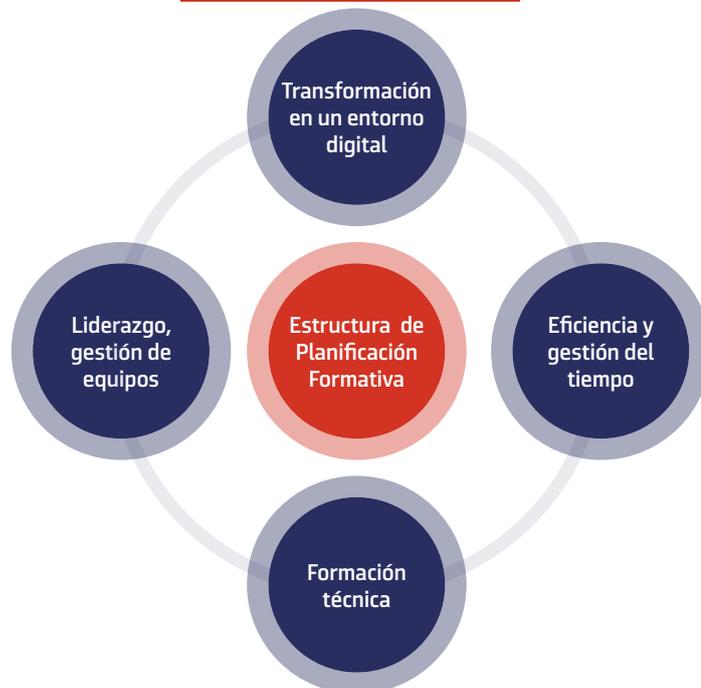
El Club Atlético de Madrid apuesta por la formación y el desarrollo como pilares en los que se apoya para asegurar el éxito de su proyecto, por ello ha diseñado un proceso formativo que se adapta a las necesidades específicas de cada empleado, considerando que la formación ayuda a incrementar la productividad laboral de los empleados, a la vez que permite mejorar las posibilidades de su promoción individual.

### Proceso Formativo

Identificación Política de Formación

Análisis necesidades formativas

Definición de Plan de Formación



Planificación

Comunicación

Seguimiento y evaluación



## Acciones formativas 2020/21

Tras el acuerdo entre UNIR (Universidad Internacional de La Rioja, Universidad en Internet) y el Club Atlético de Madrid se ha llevado a cabo un programa de formación online para todos los empleados.

Los empleados tienen a su disposición diversos cursos de formación, mediante una plataforma de formación online específica del club.

Adicionalmente, los empleados que lo han solicitado han podido acceder a una plataforma para formación en el idioma inglés, en la que han participado más de 150 personas, con más 1.500 horas de conexión y más de 4.400 actividades.

Como complemento a la formación online, se han seguido impartiendo cursos personalizados en aquellas materias que requieren una mayor especialización, como Salesforce (30 horas) o Adobe Premiere (20 horas).

Por otro lado, la formación en prevención de riesgos laborales ha ocupado un lugar prioritario en el Plan de Formación, impartándose un total de 1.518 horas.

Horas de formación online UNIR



En la temporada **2020/21** se han impartido más de **3.900** horas de formación.



## Conciliación de la vida laboral y personal

Para el Club Atlético de Madrid el bienestar y la calidad de vida de sus empleados fuera del ámbito laboral también es importante, ya que un trabajador contento y feliz en su entorno personal también lo será en su entorno laboral, favoreciendo su efectividad y su relación con los compañeros. De esta forma, el club pone en marcha medidas que buscan armonizar la actividad profesional con las necesidades personales que se materializan en el Plan de Conciliación.

Para realizar el Plan de Conciliación se han tenido en cuenta los resultados de la encuesta de clima laboral y riesgos psicosociales y las recomendaciones identificadas en las auditorías internas. De esta manera, se propuso un decálogo de medidas destinado a favorecer la conciliación laboral y personal.

### Flexibilidad de horario

Se permite flexibilizar en una hora el horario de entrada y salida del puesto de trabajo. Los departamentos velan por que siempre estén cubiertas todas las responsabilidades en la totalidad del horario laboral. Además, existe flexibilidad en el horario de comidas.

### Jornada Intensiva

Desde el 15 de julio y hasta el 15 de agosto, la jornada de trabajo finaliza a las 15:00h, estableciendo semanalmente turnos rotativos en cada departamento para que de esta manera se pueda dar soporte en caso de cualquier incidencia y prestar servicio.

En 2020 un total de 15 trabajadores, 3 mujeres y 12 hombres, se han acogido a una baja de maternidad o paternidad.

El Atlético de Madrid ofrece, además, paquetes de retribución flexible para los empleados como tickets de guardería, comida, formación y transporte y seguro médico para toda la familia.



## Comunicación con los empleados y satisfacción

En 2020 el Atlético de Madrid ha continuado impulsando el diálogo interno y la comunicación entre todos los empleados, los cuales disponen de diferentes buzones para tratar temas específicos de seguridad y salud, recursos humanos, selección o sostenibilidad, entre otros. También, tienen a su disposición el Canal Ético para denunciar incumplimientos de obligaciones legales o del Código Ético.

Para tener datos reales que le permitan actuar en la dirección correcta, desde hace 3 años el departamento de Recursos Humanos realiza la "Encuesta de Clima Laboral" a todos sus empleados para medir su nivel de satisfacción con las políticas y medidas adoptadas por la compañía en lo referente a la empresa, condiciones de trabajo, formación y desarrollo personal, organización del trabajo, información y comunicación, responsabilidad social corporativa y calidad, entre otros.

La encuesta se crea de forma anónima y en 2020 el 61% de la plantilla ha participado en esta iniciativa.



sobre 100 en la escala de compromiso de los empleados

Por último, hay que destacar que también se realizan todo tipo de iniciativas destinadas a fomentar el orgullo de pertenencia y la satisfacción como, por ejemplo: sorteos, viajes, descuentos, menús saludables subvencionados, servicio de fisioterapia, etc.

Aunque durante la temporada 2020/21 y a consecuencia de la COVID-19, han tenido que suspenderse, por lo que se han buscado otras iniciativas que fomentan el trabajo en equipo y el sentido de pertenencia a una gran empresa.





# Prevención, salud y bienestar laboral

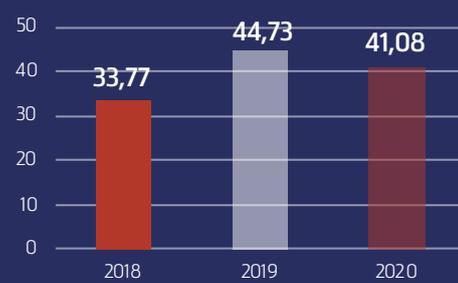
El Club Atlético de Madrid está comprometido con garantizar un entorno de trabajo saludable y de bienestar para permitir a todos los empleados desarrollar su trabajo en las mejores condiciones físicas, psíquicas y sociales, alcanzando un nivel óptimo en la seguridad laboral más allá del mero cumplimiento de la normativa en materia de **prevención de riesgos laborales (PRL)**.

El club ha establecido una Política de Seguridad, Salud y Bienestar en el Trabajo que se marca como prioridad la reducción de los riesgos laborales y la promoción de la salud, contribuyendo con ello a la mejora de la capacidad individual de cada persona para mantener un correcto estado de salud y calidad de vida.

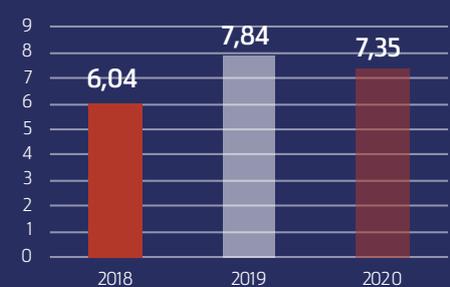
Índice de gravedad



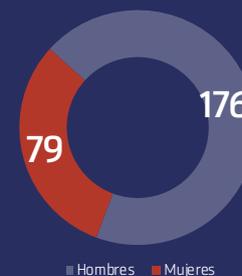
Índice de frecuencia



Índice de incidencia



Accidentes con baja por sexo



El club dispone de un servicio de prevención propio, que junto al servicio de prevención externo trabajan para que los índices de accidentabilidad mejoren constantemente.

Es de destacar que, en el ejercicio 2020/21, la auditoría reglamentaria del sistema de prevención del club (se realiza cada 4 años) concluyó de forma positiva y la empresa auditora procedió a certificar que el sistema de gestión de la prevención es **satisfactorio**.

Por otro lado, la temporada 2020/21 ha sido un ejercicio de consolidación de proyectos iniciados en años anteriores, y que han alcanzado su fase de madurez óptima (gestión de coordinación de actividades empresariales a través de plataforma electrónica, espacios cardioprottegidos, vigilancia de la salud, formación, etc.).



## Principales líneas de actuación



### Formación en seguridad y salud

El club considera la formación en seguridad y salud laboral una herramienta fundamental para la consecución de sus objetivos. La política de formación diferencia entre formación a nuevas incorporaciones y formación para seguir desarrollando nuevas capacidades transversales o específicas del puesto. La formación se inicia el primer día de incorporación con el Plan de Acogida y se mantiene durante toda la trayectoria profesional.

1.924

horas de formación PRL

312

empleados formados

(Datos temporada 2020/21)





## Resiliencia: COVID-19

El capital humano fue el pilar fundamental de resiliencia del club en esta crisis sin precedentes. En este sentido, y desde la declaración del estado de alarma, la protección de la salud, tanto física como emocional, de la plantilla ha sido la prioridad y el principio rector de actuación durante toda la crisis provocada por la COVID-19.

Para ello, se puso en marcha un completo plan de actuación y acompañamiento, orientado tanto a la adecuación de las condiciones de trabajo, como a una comunicación bidireccional, constante y transparente, elemento valioso como factor de cohesión y protección.

En los primeros momentos de la crisis sanitaria, una de las prioridades del club ha sido proteger la salud de los empleados que debían seguir prestando servicios esenciales y poner los medios para que el resto de los equipos pudiesen trabajar en remoto.

Posteriormente, a medida que se ha avanzado en la reapertura, el club activó otras medidas encaminadas a gestionar el retorno de los empleados a sus puestos de trabajo de forma ordenada y segura. En este contexto, se ha puesto en marcha un Plan de Contingencia cuyo objetivo ha sido garantizar en todo momento la seguridad y la salud de la plantilla de oficinas.





Entre las medidas incluidas en el Plan de Contingencia, cabe destacar:

- **Protocolos** específicos destinados a disminuir los riesgos COVID-19 como “limpieza”, “gestión de casos”, “pruebas PCR”, “reincorporaciones”...
- **Homologación de nuevos elementos de prevención** que se han tenido que incorporar y que, en especial al inicio de la crisis, su baja disponibilidad, ha sido la barrera a superar, obligando a buscar soluciones rápidas. Entre los nuevos elementos tenemos pruebas médicas, termómetros, señalética...
- **Medidas higiénicas** obligadas por el protocolo de limpieza que incluyen la compra de nuevos elementos específicos como papeleras con tapa pedal, tótems de termómetros y gel, hidrogel, toallitas desinfectantes,...
- **Medidas organizativas**, junto con las medidas de higiene, las medidas organizativas han supuesto el pilar del Plan de Prevención COVID-19. Entre estas medidas hay que destacar la activación del Plan de continuidad de Negocio, el cierre de oficinas, el teletrabajo, la limitación de aforos, la activación de consultoría psicológica, los aislamientos preventivos...
- **Medidas de protección**, tanto colectivas (mamparas, ventilación...) como individual (mascarillas y guantes).
- **Medidas de coordinación con empresas externas**, limitando inicialmente sus actuaciones en los centros de trabajo para minimizar el riesgo de contagio entre los proveedores y la plantilla del club, y posteriormente con la aplicación de un protocolo con el objeto de informarles sobre las medidas preventivas, así como las normas que deben seguir para la seguridad de todos.
- **Medidas de información y comunicación** tanto personalizada (por correo y en intranet) como general (cartelería, señalización, aforos...).
- **Elementos de control, participación y seguimiento** activándose el Comité de Contingencia como principal estructura de coordinación de gestión de la pandemia y la Comisión de Seguimiento como foro de información, debate y análisis de datos para seguimiento.
- **Medidas especiales para trabajadores de especial sensibilidad**, articulándose una sistemática para poder proteger al colectivo de personas consideradas de especial sensibilidad, mediante medidas preventivas adicionales, reubicaciones, teletrabajo...

Una vez finalizado el estado de alarma, se han incorporado nuevas medidas, siempre orientadas a garantizar la seguridad de las personas, como la entrada escalonada, el uso obligatorio de mascarillas en las instalaciones o la APP para reserva de puestos en la cantina (zona común para comer y ocio de empleados).





Memoria de  
Sostenibilidad  
2020/21

# Medio Ambiente

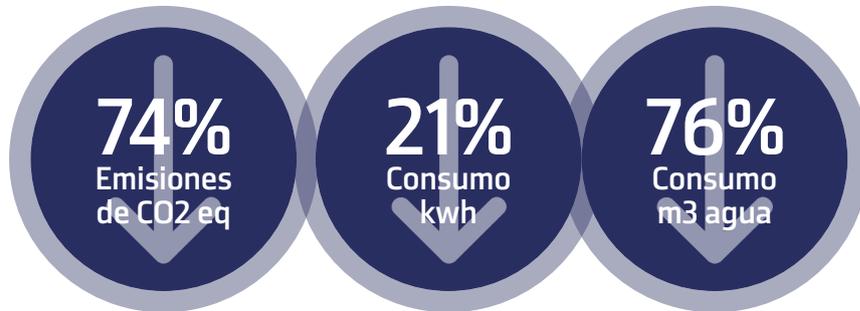




# Compromiso Sostenible

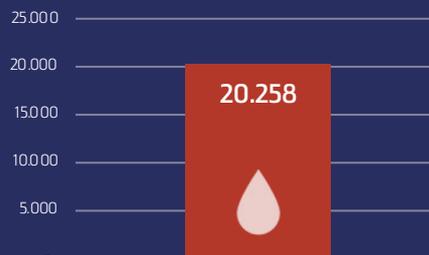
Para el Club Atlético de Madrid, el cuidado y la conservación del medio ambiente son valores fundamentales. El club aplica, en la gestión de todas las instalaciones, Políticas Medioambientales orientadas a ser un referente en sostenibilidad.

El club está firmemente decidido a que el impacto derivado de su actividad sea lo más positivo posible para el medio ambiente y a contribuir al desarrollo sostenible usando de manera racional los recursos necesarios para operar.



Nota: Los datos incluidos en el presente capítulo son referidos a años naturales, por lo que no se han podido incluir los datos de 2021, al no encontrarse finalizado en el momento de edición del presente informe.

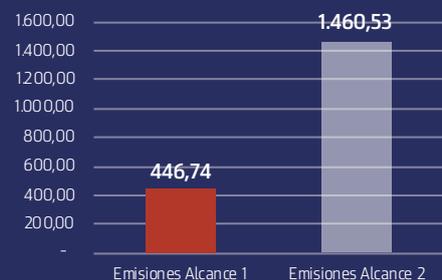
Consumo de Agua 2020



Consumo Eléctrico kWh



Emisiones Tn CO2 eq 2020





## Wanda Metropolitano: A la vanguardia en Sostenibilidad

El estadio Wanda Metropolitano ha sido construido para responder a los más altos estándares de confort y seguridad, con el objetivo de ofrecer la mejor experiencia para todos sus visitantes.

Con una capacidad de 68.000 espectadores es un estadio referente en sostenibilidad ambiental.

### Eficiencia Energética

El interior del estadio destaca por su eficiencia, el sistema de climatización, la iluminación Led, y la producción de agua caliente. Hay que destacar también que toda la energía eléctrica consumida en el estadio procede 100% de fuentes renovables.

**Climatización:** por el peculiar uso del edificio, las demandas energéticas varían mucho, entre un día de partido, con 68.000 espectadores o de un día normal de trabajo sin partido.

Por este motivo, el sistema de climatización elegido es el VRV (Volumen de Refrigerante Variable) que aprovecha el calor expulsado al exterior y dispone de variadores de frecuencia, que son capaces de ajustarse a la demanda puntual necesaria consiguiendo una eficiencia del 70%.

**Iluminación:** el Wanda Metropolitano es el primer estadio de fútbol 100% Led de Europa. Es decir, que absolutamente todas las luminarias instaladas en el estadio son de tecnología Led.

La ventaja principal se traduce en un ahorro energético superior al 30%.

Otra de las ventajas de la iluminación Led es el escaso mantenimiento necesario ya que la durabilidad de las luminarias es mucho mayor y, por último, permite junto con el sistema de gestión interno, tener un control total, programar encendidos y apagados automáticos y crear distintas escenas acordes con el trabajo a desarrollar en cada momento, utilizando solo la energía necesaria.

**100%** Electricidad procedente de fuentes renovables

**100%** Iluminación Led





**Producción de agua caliente:** La producción de agua caliente se realiza a través de calderas de condensación, que actualmente son las más eficientes del mercado. Esta producción está destinada a calefacción del césped, calentamiento del agua de vasos de piscina y agua caliente sanitaria.

Como aporte extra al sistema de producción de agua caliente, se dispone de otros dos sistemas:

- Paneles solares de tubos de vacío, mucho más eficientes que los paneles convencionales.
- Sistema de aprovechamiento del calor residual, producido en la central frigorífica que da servicio a las cámaras y que, de otra manera, se desperdiciaría.

Además, como suplemento a los anteriores, en el caso del calentamiento del agua de los vasos de piscina, se aprovecha también, como primer aporte energético, el calor residual del sistema de refrigeración de los vasos de agua fría.

## Eficiencia Hídrica

**Sistemas de drenaje sostenible (SUDS):** La urbanización y los aparcamientos exteriores disponen de un sistema urbano de drenaje sostenible, con el que se consigue regular y reducir el caudal punta de agua en momentos de lluvia intensa y se evita así la saturación de la red de saneamiento de la ciudad.

Esta regulación del caudal de agua de lluvia que se vierte a la red local, se consigue con dos elementos:



**Recuperación de agua de lluvia:** El estadio dispone de sistemas para recuperar el agua de lluvia, por una parte, de la cubierta, que gracias a su diseño, conduce parte del agua de lluvia por una caída en forma de cascada hasta un gran sumidero, situado en el suelo de la plataforma, por otra parte, del césped. Además, con este sistema se consigue recuperar el agua residual procedente del riego. Este agua, se acumula en dos depósitos para su uso posterior en limpieza, riego del césped, etc.

Una ventaja de este sistema de recogida de agua de lluvia del terreno de juego, es que todos los nutrientes del césped procedentes del arrastre y lavado de este agua, no se pierden en la red de alcantarillado, como en los sistemas de drenaje convencionales, sino que se acumulan en el aljibe y vuelven al césped en los siguientes riegos. Esto evita tener que hacer aportes extras de nutrientes al césped.

Para el control y aprovechamiento máximo de agua de lluvia y drenajes de riego, existe un sistema de sondas cuya información es utilizada por el sistema de gestión de control del edificio, permitiendo el trasiego automático entre aljibes de agua para riego, consiguiendo la máxima capacidad disponible para la recogida de agua de lluvia en cada momento.

Además, el terreno de juego, gracias a sensores de humedad, solamente se riega cuando la humedad del terreno baja del 20%.



# Medidas globales en el resto de las instalaciones

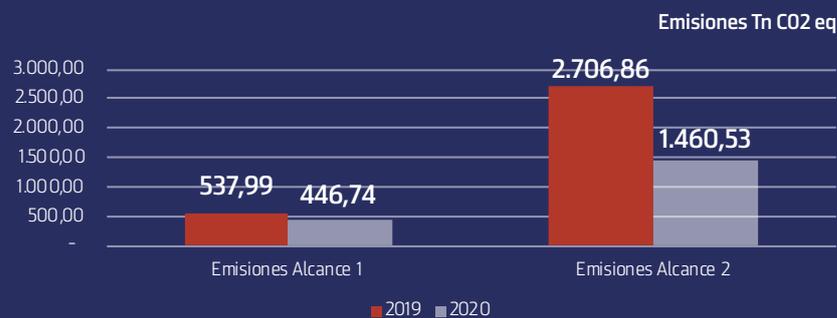
No solo el Wanda Metropolitano es un referente en sostenibilidad ya que todas las instalaciones del club tienen implantadas medidas ambientales con el objetivo de ser sostenibles globalmente, como club.

## Cambio Climático, reducción de la huella de carbono:

El club tiene una especial preocupación y compromiso, en reducir las emisiones de CO2 procedentes de su actividad, para ello se ha iniciado en 2020 un proyecto inicial de "Cálculo de la Huella de Carbono". Este proyecto supone el punto de partida para valorar el impacto de las acciones puestas en marcha y su contribución positiva.

Para 2021 se han definido nuevas acciones, centradas en la mejora de la eficiencia energética.

Tanto el consumo eléctrico, como las emisiones se han reducido considerablemente en 2020, principalmente por la falta de actividad derivada del COVID-19 pero también por las nuevas medidas de ahorro implantadas. Cabe destacar, en contra, los efectos negativos de la tormenta Filomena que obligó a incrementar los consumos normales.



Nota: para el cálculo de la huella de carbono se han tenido en cuenta factores estándar reconocidos (MITECO, IAE, CETM).



## Un empleado, un árbol

La Fundación Atlético de Madrid, en colaboración con Sheedo, se ha sumado al Día Mundial del Medio Ambiente (5 de junio) regalando un árbol a los empleados del Atlético de Madrid, con el fin de que éstos los planten en su entorno y sumarnos así al reto de construir un futuro más verde.

## RE- Planta Madrid

El club se ha unido al proyecto Re-Planta Madrid, un ilusionante proyecto puesto en marcha por Madrid Futuro que tiene el propósito de replantar más de 10.000 árboles en la ciudad y recuperar el patrimonio arbóreo perdido tras la borrasca Filomena en la capital. En Re-Planta Madrid los empleados del club participan de manera directa en la plantación de árboles en la ciudad.

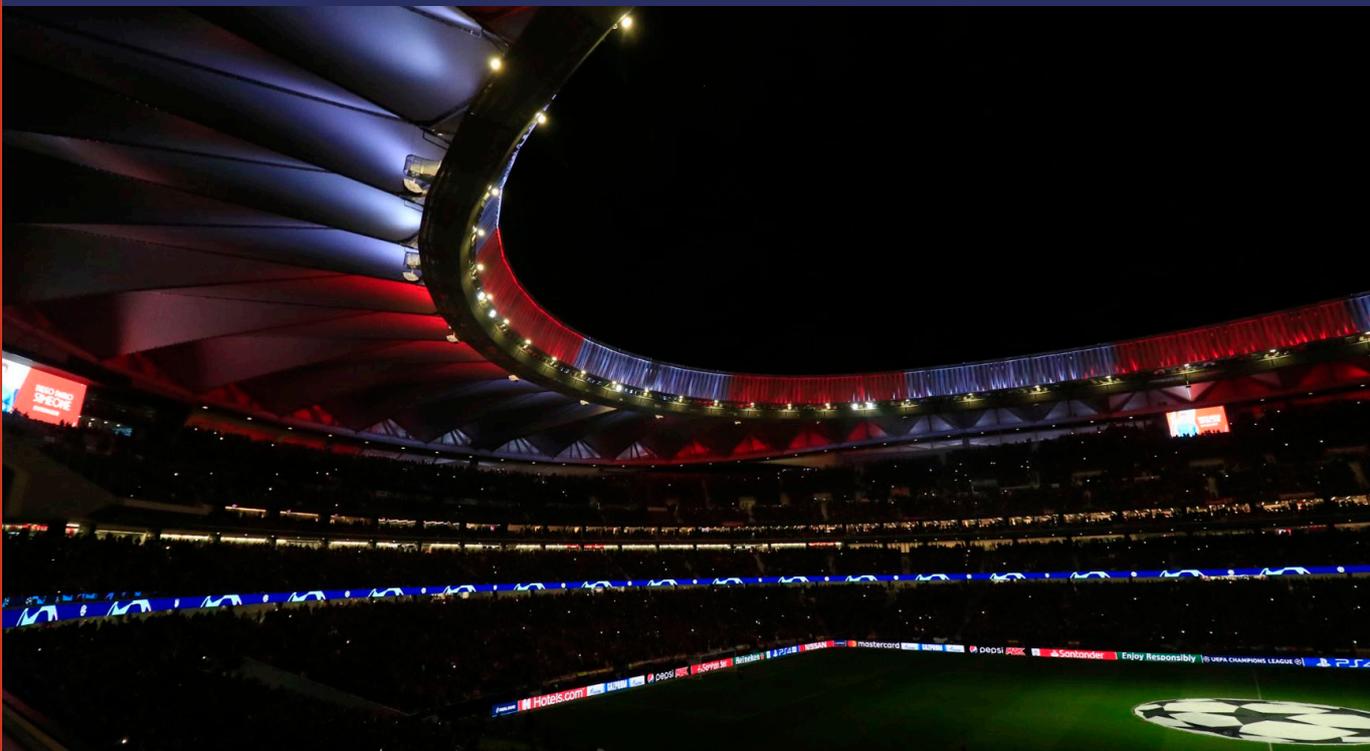
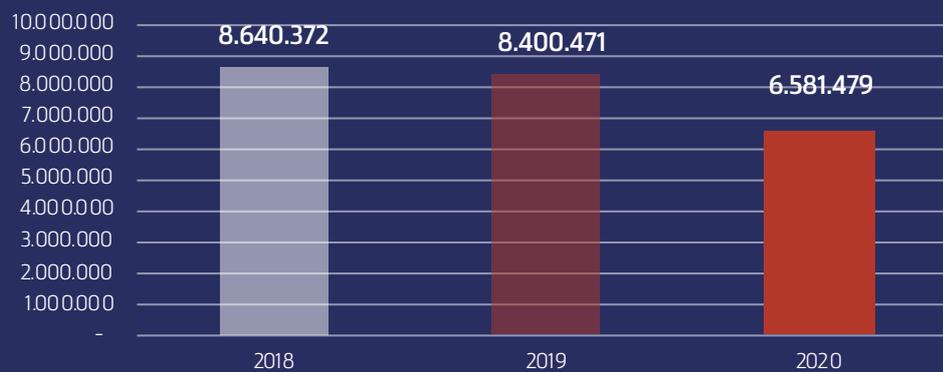




## Plan de Acción de Eficiencia Energética 2021

- Aumento de medidas de control y vigilancia de suministros energéticos, con instalación de equipos de medida y sistemas de gestión en todas las sedes.
- Instalación de nuevos programas de riego para optimizar y ajustar la cantidad de agua necesaria en cada momento, según datos facilitados por estaciones meteorológicas.
- Modificación en la logística de uso de almacenes frigoríficos con un mejor aprovechamiento de las infraestructuras existentes.
- Integración para el encendido del equipamiento tecnológico en el sistema de gestión centralizado evitando generar consumos eléctricos innecesarios.
- Control del alumbrado exterior, reduciendo el porcentaje de iluminación automáticamente al 25% a partir del horario fijado en todo el alumbrado exterior permanente.
- Implantación de sondas de calidad de aire en sistemas de climatización, permitiendo ajustar la velocidad de los motores, en base a la ocupación real de la sala y al porcentaje de CO2 del aire en cada momento, minimizando el consumo.

Consumo Eléctrico kWh Wanda Metropolitano





## Gestión eficiente de la Huella Hídrica

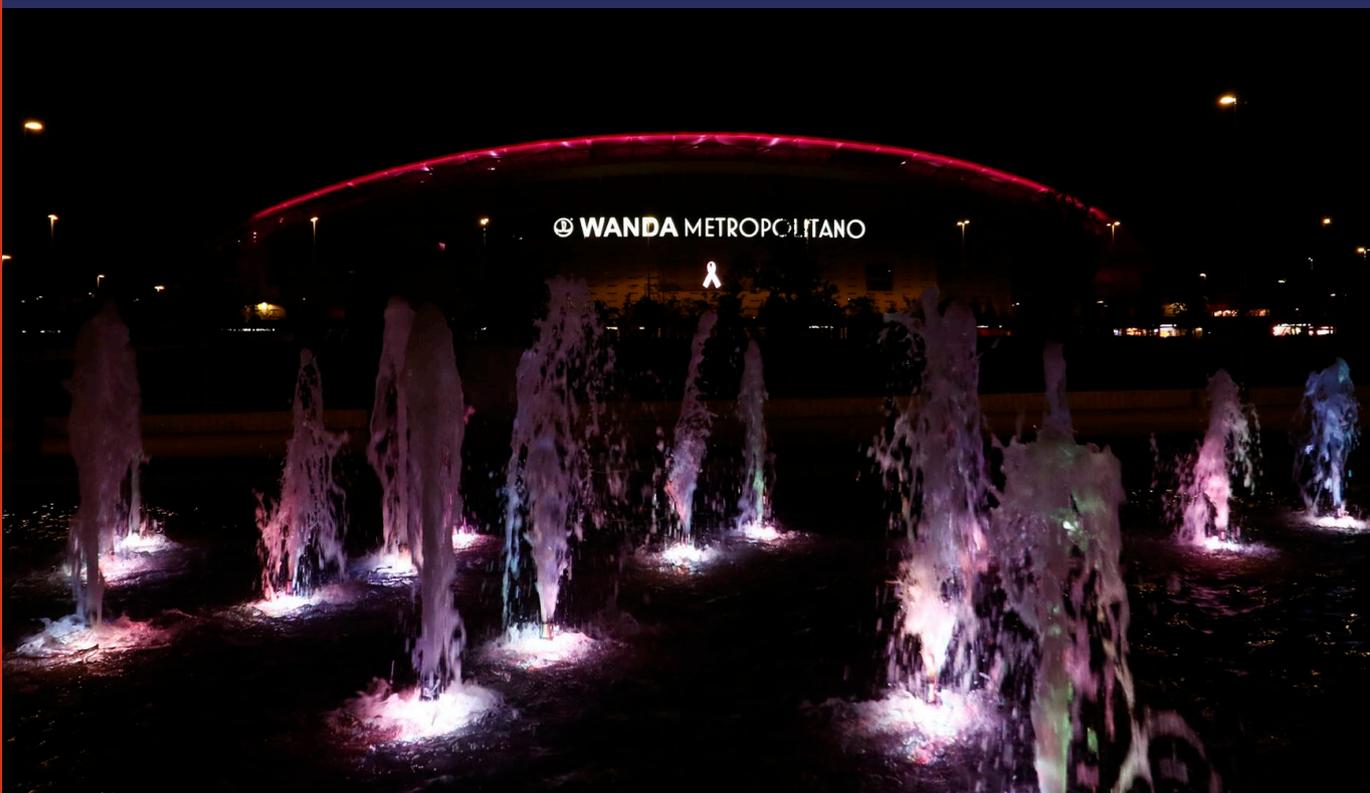
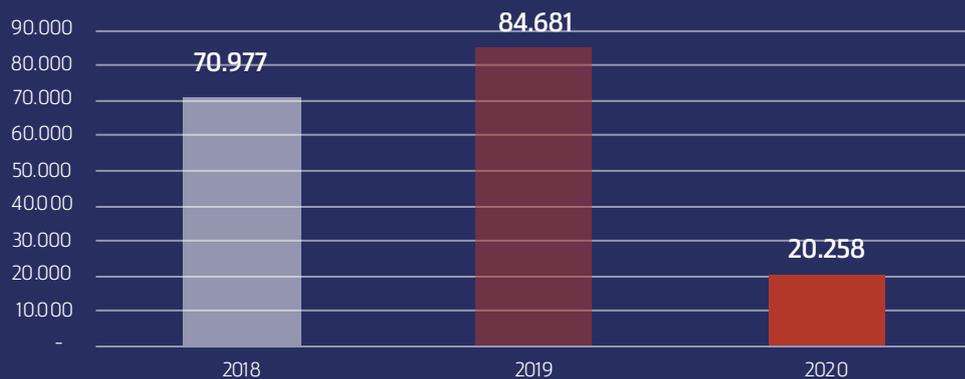
El club está trabajando en mejorar todas sus infraestructuras para disminuir su huella hídrica.

El consumo de agua en todas las sedes se ha reducido considerablemente en 2020, nuevamente por la falta de actividad derivada del COVID-19, pero también por las nuevas medidas implantadas. Un ejemplo, son los nuevos equipos de bombeo con motores proporcionales o los sistemas de control de riego implantados en la sede de la Ciudad Deportiva de Majadahonda.

Los nuevos sistemas permiten generar informes sobre el ahorro en agua conseguido, ajustar los tiempos de riego a la situación meteorológica de cada momento y diagnosticar posibles fugas de agua incontroladas de la red de tuberías.



Consumo de Agua m3 Wanda Metropolitano y Ciudad Deportiva de Majadahonda





## Economía Circular

El club ha confiado en proveedores externos y asociaciones de reconocido prestigio la recogida de residuos, su transporte y posterior tratamiento, para su separación y reciclaje, garantizando un manipulado correcto de los residuos.

La empresa subcontratada se encarga de recoger principalmente dos tipos de residuos: envase mixto y otros residuos. La fracción de envases mixtos se recupera/recicla aproximadamente en un 33%.

En cuanto a residuos peligrosos (Pilas, CDs, Tóner, etc) en 2020, no se han realizado recogidas al no generarse cantidades suficientes.

Por otro lado, durante la celebración de partidos y otros eventos deportivos, se fomentan iniciativas entre los asistentes para la minimización, segregación, reutilización y reciclaje de los residuos generados.

Igualmente, estas iniciativas son de aplicación para los empleados del club.

En **2021** se han reciclado **205.760** kg de residuos, siendo la mayor parte papel, cartón y plásticos.



### Simeone y la Fundación Atlético de Madrid se han sumado a las iniciativas para concienciar sobre el Cambio Climático

Con motivo del Día Mundial del Reciclaje (17 de mayo), Diego Pablo Simeone y la Fundación Atlético de Madrid, en colaboración con Ecovidrio, han impulsado una campaña de concienciación con el objetivo de mostrar la importancia de reciclar vidrio para cuidar el medio ambiente, así como para preservar la buena salud de todos y la del planeta.



## Patrocinio Sostenible

El compromiso del Club Atlético de Madrid con la sostenibilidad no sólo aplica a sus instalaciones, sino a toda la cadena de valor, integrando, siempre que es posible, a sus patrocinadores en su Plan de Sostenibilidad.

El club tiene el privilegio de contar con marcas con alta concienciación en sostenibilidad como Coca-Cola, Mahou San Miguel, Telefónica, RIA Money Transfer y CaixaBank, entre otros, con los que las conversaciones son muy fluidas.

De manera más concreta, algunos ejemplos de colaboración del club con sus patrocinadores son:

- **Capital Energy**, es la suministradora de energía eléctrica de club. Energía que procede de fuentes 100% renovables. La compañía energética suministra la energía del Wanda Metropolitano, de la Ciudad Deportiva Wanda de Majadahonda, del Centro Deportivo Wanda Alcalá de Henares, de la Fundación Atlético de Madrid y de las tiendas oficiales del club en la Comunidad de Madrid, evitando la emisión a la atmósfera de alrededor de 3.800 toneladas de CO<sub>2</sub>.
- **Nike** centra su compromiso ambiental con el club en el equipamiento que patrocina, ya que toda la equipación del primer equipo procede de botellas de plástico reciclado.
- Gracias a **Hyundai** tanto la plantilla como los directivos del club disponen de vehículos híbridos con etiqueta ECO.





Memoria de  
Sostenibilidad  
2020/21

# Sociedad





## Compromiso Social

El Club Atlético de Madrid es consciente de su responsabilidad con toda la sociedad, ya que es un ejemplo en el que se miran todos los grupos sociales, especialmente los más jóvenes.

Fruto de esta responsabilidad, nace su firme Compromiso Social, un compromiso que tiene nombre propio, "Fundación Atlético de Madrid", de la que el club es fundador único y a través de la cual se canaliza la mayor parte de la acción social.



Son varias las áreas de interés social en las que se trabaja desde la Fundación, principalmente:



Nota: las acciones del área de medio ambiente se incluyen en el capítulo 4. Medio Ambiente.



# Área Social

Bajo este epígrafe la Fundación desarrolla acciones cuyo fin es la promoción del deporte y concretamente del fútbol, como vehículo formativo para el fomento de la educación en valores, la lucha contra la desigualdad y la exclusión social, así como el fomento de hábitos de vida saludable.

## Escuelas Sociales

Son la principal actividad socio-deportiva de la Fundación, gracias a la colaboración e impulso de la Fundación la Caixa, Socio de Honor de la Fundación.

### Objetivo

El fútbol se convierte en la herramienta integradora, motivadora y de transmisión de valores en estrecha colaboración con los Servicios Sociales de varios ayuntamientos, así como de diferentes entidades sociales. Estas escuelas ofrecen una actividad de ocio saludable para niños y niñas que carecen de posibilidades en su entorno, creando un compromiso de superación e integración en la sociedad.

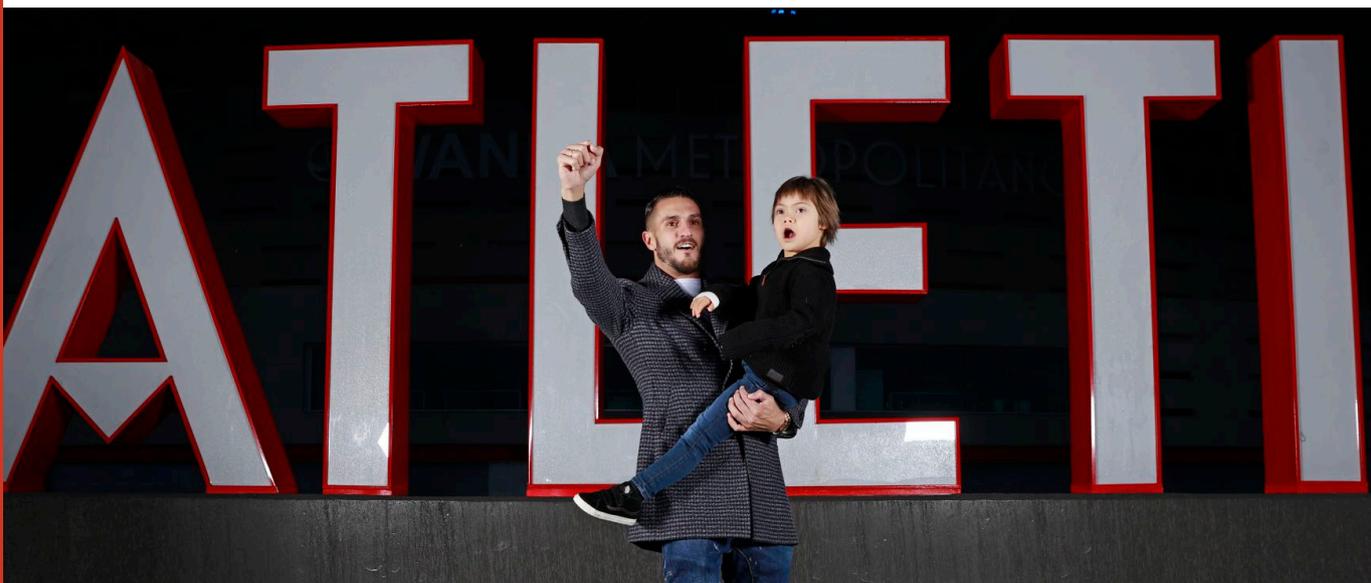
El deseo es formar buenas personas capacitando el talento y educando a niños y jóvenes en riesgo de exclusión social, capaces de mirar de manera comprometida a los demás y para ello se crea una disciplina que fomente conductas prosociales aplicables y muy necesarias en su día a día.

### Metodología

Siguiendo la metodología de las escuelas deportivas del club, pero con un marcado perfil social, los entrenadores crean el espacio adecuado para desarrollar un aprendizaje positivo e inclusivo, adaptándose a las necesidades de cada grupo y haciendo hincapié en valores como el respeto, el compromiso y el compañerismo.

### Seguimiento/Valoración

Tras un seguimiento constante, tanto por parte de la Fundación, como de los servicios sociales locales, al finalizar cada temporada los entrenadores y formadores realizan una valoración de la actividad desarrollada y de la evolución del aprendizaje realizado, buscando carencias que mejorar y nuevas actividades que completen la formación de los alumnos.



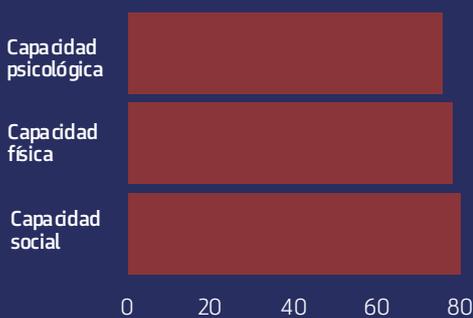


## Impactos

- Mejoras en habilidades deportivas, físicas, psicológicas y sociales.
- Bienestar emocional de jugadores y familias.
- Creación de puestos de trabajo.
- Alianzas Institucionales.
- Impacto social en sedes locales.
- Ganancia de presencia como marca.
- Seguimiento exhaustivo de participación, por perfiles.
- Mejora de la condición física en general.

## Índice de Capacidades

Resultados globales de la encuesta realizada a familias y beneficiarios:



BENEFICIARIOS	ESCUELA SOCIAL
60	<b>ALICANTE</b> Alicante
60	<b>CÁDIZ</b> Alcalá del Valle
60	<b>CÓRDOBA</b> Córdoba
120	<b>EXTREMADURA</b> Almendralejo Valencia de Alcántara
30	<b>MADRID</b> Arganda del Rey



“Mi experiencia personal es más que positiva, el poder ver una sonrisa en cada uno de ellos, en cada entrenamiento es más que satisfactorio, notar como ellos se sienten parte importante del grupo que formamos y notar la felicidad en los padres de poder ver a sus hijos felices no tiene precio para mí”

### Testimonio de un entrenador

Nota temporada 2020/21: Aunque el total de escuelas ha crecido significativamente a lo largo de los últimos años, esta temporada, debido a la situación sanitaria consecuencia del Covid-19, siguiendo las recomendaciones y restricciones del Ministerio de Sanidad, se ha procedido al cierre temporal de cuatro de estas escuelas.



## LaLiga Genuine

LaLiga Genuine es una iniciativa integradora de responsabilidad social y pionera en el mundo, organizada por LaLiga desde 2017, que consiste en una liga de fútbol compuesta por equipos de personas con discapacidad intelectual (DI).

### Objetivo

Los objetivos que persigue LaLiga Genuine Santander son:

- La normalización de la práctica del fútbol en el colectivo DI.
- El compromiso del fútbol profesional con este proyecto integrador y socialmente responsable.
- Promover que todos los clubes de LaLiga cuenten con su equipo Genuine, el cual aportará un gran valor social.

### A quién nos dirigimos

Jugadores que hayan cumplido dieciséis años en la fecha que se remita la convocatoria de la fase en la que fuesen a participar, con una discapacidad intelectual mínima de 33%.

Nota temporada 2020/21: Debido a la crisis sanitaria derivada del COVID-19 se cesó la competición, garantizando la seguridad de nuestros jugadores y cumpliendo la normativa marcada por el Ministerio de Sanidad.

## Fútbol Integrador

Proyecto creado en 2008 por la Fundación Atlético de Madrid, en colaboración con la Dirección General de Instituciones Penitenciarias.

### Presencia en cuatro centros:

**Alcalá Meco, Aranjuez, Soto del Real y Estremera.**

Estas actividades se han convertido en una prioridad para las instituciones, no sólo por el alto grado de interés que despiertan entre los internos, sino por sus numerosos beneficios:

- Fomento del trabajo en equipo y la solidaridad.
- Aumento de la sociabilización con el otro.
- Promoción de una disciplina interna.
- Aprendizaje de conductas prosociales que deben presidir todas las actuaciones de la vida en prisión.
- Mejora del tiempo libre y la condición física de los internos.
- Mayor probabilidad de integración social.





## Otras Acciones y Actividades Sociales



### Gran recogida de alimentos

(junio 2020)

La campaña solidaria Gran Recogida de Alimentos, en colaboración con Sánchez Romero Supermercados y Carrefour recibió un apoyo abrumador por parte de la sociedad y de la gran familia rojiblanca, cuyas donaciones de alimentos no perecederos y de bienes de primera necesidad se entregaron a servicios sociales de organismos públicos de Madrid, quienes distribuyeron 10 toneladas de alimentos entre familias con menos recursos. A ello se sumaron los fondos recaudados a través de la plataforma de donaciones de la web. Los fondos fueron destinados a la compra de alimentos complementarios a las recogidas presenciales, cubriendo así todas las necesidades primarias de dichas familias.

10

TONELADAS



### Reparto de comidas en Getafe

(julio 2020)

Con el objetivo de ayudar a mitigar el impacto socioeconómico que afecta a las familias más necesitadas debido a la crisis sanitaria provocada por la pandemia del COVID-19, desde el lunes 22 de junio y hasta finales del mes de julio, con la colaboración del restaurante 'El Mirador de Cuatro Vientos', se llevó a cabo el reparto de 350 menús diarios, de lunes a viernes, en la Parroquia de Santa Teresa de Jesús, situada en el céntrico barrio de Las Margaritas de Getafe.

350

BENEFICIARIOS



### Árbol de los sueños

(diciembre 2020)

Un año más, la Fundación se unió a Caixabank en la campaña solidaria "El Árbol de los Sueños". Gracias a ella, muchos niños y niñas en situación de vulnerabilidad han visto cumplidos sus deseos en Navidad.

Además de la colaboración de los jugadores de la primera plantilla, los empleados del club también quisieron participar.

100

BENEFICIARIOS



### Calendario solidario

(diciembre 2020)

La Fundación rindió tributo a los héroes anónimos surgidos durante la pandemia del COVID-19, en un calendario cuyos beneficios íntegros se destinaron a sus programas sociales.

El calendario estaba ilustrado con fotografías de los jugadores reconociendo la labor de médicos y enfermeras, del personal de ambulancias, de residencias, de cocina y limpieza de servicios hospitalarios, de farmacéuticos y bomberos, del personal de la UME y de la Policía Nacional, Policía Municipal y Guardia Civil, de transportistas y taxistas, de tenderos, reponedores y cajeros, y de niños y profesores.

7.510

€



# Subasta solidaria



## Subasta solidaria Navidad

(diciembre 2020)

La Fundación realizó una subasta solidaria, con el fin de recaudar fondos destinados a dotar de recursos a las residencias de mayores de la Comunidad de Madrid. Se contó con la colaboración de Diego Pablo Simeone, numerosos futbolistas del primer equipo masculino y femenino, leyendas rojiblancas y personalidades del mundo de la cultura y del deporte, quienes donaron valiosos objetos personales para contribuir a la recaudación de fondos.

6.000  
€

## Reparto de ilusión por varios hospitales de la Comunidad de Madrid

(enero 2021)

Un año más, la Fundación ha repartido juguetes entre más de 700 niños y niñas ingresados en varios hospitales de la Comunidad de Madrid. Una iniciativa con la inestimable colaboración de Toys "R" Us y que garantiza que los menores puedan continuar jugando en el entorno hospitalario.

Asimismo, varios futbolistas rojiblancos, en representación del primer equipo masculino y femenino del Club, transmitieron, mediante mensajes en vídeo, todo su apoyo y energía a los menores, deseándoles una pronta recuperación.

700

BENEFICIARIOS

## Recogida de alimentos

(enero 2021)

Esta Navidad se impulsó una nueva campaña solidaria de recogida de alimentos en colaboración con Sánchez Romero. Los alimentos y bienes de primera necesidad recogidos se donaron a los Servicios Sociales de los distritos de Latina y San Blas de Madrid, en este último concretamente al Centro Residencial JM2011 de Cáritas.

## Campaña solidaria recogida de ropa y calzado deportivo

(marzo 2021)

Tras más de dos meses de gran acogida y participación, la campaña solidaria de recogida de ropa y de calzado deportivo para Cuba entre los miembros de la Academia del Atlético de Madrid, ha tocado a su fin.

A través de ella, los integrantes de las categorías inferiores rojiblancas han donado una gran cantidad de ropa y calzado, introducidos en el contenedor habilitado para tal fin tanto en la Ciudad Deportiva Wanda de Majadahonda como en el Centro Deportivo Wanda Alcalá de Henares.

## Campaña "Contra el hambre lo damos todo"

(mayo 2021)

Campaña impulsada junto con Simeone y Carla Pereyra, en colaboración con la Unión Internacional de Peñas del Atlético de Madrid y Cruz Roja Española. Más de 36 toneladas de alimentos no perecederos fueron entregados por los aficionados rojiblancos en las sedes de 161 peñas atléticas, que desarrollaron el papel de puntos de recogida.

36

TONELADAS



## Área de Innovación en el Deporte y Salud



En esta área la Fundación promueve proyectos destinados a potenciar la innovación en el ámbito deportivo como herramienta de la promoción de la salud en niños y jóvenes.

### FÚTBOL TERAPÉUTICO

Desarrollo de un método de fútbol terapéutico pionero en Europa, en colaboración con el personal neurocientífico de la Fundación Querer.

Este proyecto cuenta con la colaboración médica del Doctor Rafael Timermans, quien valora una serie de patrones clínicos corporales relacionados con la práctica saludable.

### Objetivo

El objetivo último es demostrar que, a través de herramientas aplicadas al fútbol, estos niños son capaces de mejorar sistemáticamente su capacidad de coordinación visual, motora y auditiva al tiempo que se mejora su musculatura y se desarrollan habilidades sociales, de disciplina y valores.

### A quién nos dirigimos

Este proyecto está orientado a niños con trastornos del lenguaje severos, tanto de espectro autista como enfermedades raras con pocos casos en España.





## FÚTBOL ADAPTADO

La Fundación Atlético de Madrid y la Fundación AVA materializan, un año más, su apuesta por dar apoyo y visibilidad a los niños que padecen enfermedades poco frecuentes, con la firma de un convenio para la puesta en marcha de un programa de fútbol adaptado. La escuela está coordinada por un entrenador del club y supervisada por especialistas y voluntarios de la Fundación AVA. Además, desde la Fundación se aporta a la actividad el material y equipaciones necesarias, así como la valoración de un nutricionista.

### Objetivo

Dar apoyo a menores que padecen alguna de estas enfermedades, apostando por el deporte como herramienta terapéutica, adaptando entrenamientos enfocados en desarrollar las nociones básicas de coordinación de movimientos y orientación, así como las habilidades motrices básicas de estos pequeños.

**+45**  
Beneficiarios





## PLAY2HELP

La iniciativa Play2Help engloba los retos deportivos solidarios. Cada temporada se destinan los fondos recaudados a una asociación o proyecto, que apoye la importancia del deporte en la promoción de la salud de niños y adolescentes.

Dentro de esta iniciativa, el pasado 5 de junio se organizó un partido solidario en el estadio Wanda Metropolitano de Madrid, en el que participaron Leyendas Atlético de Madrid y exjugadores del Real Madrid, además de un grupo de actores, artistas y periodistas.

El objetivo era recaudar fondos para la investigación del cáncer infantil a favor de CRIS contra el cáncer y ayudar a concienciar a la población sobre la importancia de la investigación.

Gracias a las empresas que colaboraron, llevamos más de 20.000€ recaudados, pero el reto continúa. Es necesario alcanzar 50.000€ para financiar el trabajo de un investigador de la Unidad CRIS contra el Cáncer de Investigación y Terapias Avanzadas del Hospital La Paz, durante un año.

**+20.000**  
Euros  
RECAUDADOS





## Área de Educación

En el ámbito de la educación, la Fundación apuesta por promover la innovación en el ejercicio físico y la salud.

La Fundación se suma a la experiencia formativa de la Academia y busca explorar nuevas oportunidades de formación, busca crear oportunidades de crecimiento profesional y nuevos ámbitos de conocimiento, dirigidos a profesionales de las Ciencias de la Salud: profesores de Educación Física (CCAFYDE), entrenadores y técnicos deportivos, educadores de grado (infantil y primaria), educadores con alguna especialidad dentro de la educación especial, terapeutas ocupacionales, o cualquier profesional interesado en este ámbito.

Con el propósito de ofrecer igualdad de oportunidades, la Fundación concede becas formativas a profesionales, personal del club y otros colectivos en situación de vulnerabilidad, favoreciendo la integración profesional.





## Centro de Vacunación COVID-19



Mención aparte merece destacar la puesta en marcha por el club, en las instalaciones del Wanda Metropolitano, del primero de los grandes recintos habilitados para avanzar en la vacunación masiva del COVID-19.

El Club Atlético de Madrid ha puesto a servicio de los ciudadanos y por ende de la Comunidad de Madrid las instalaciones del club, su infraestructura, así como los recursos necesarios para su implantación, desde servicio de limpieza, de seguridad, climatización, material y personal durante todo el periodo de vacunación, aproximadamente 6 meses.

En el Wanda Metropolitano, se han llegado a vacunar hasta 10.000 personas al día, entre 350 y 400 a la hora, en turnos de mañana y de tarde, de lunes a domingo por profesionales del SUMMA 112 y de Cruz Roja.

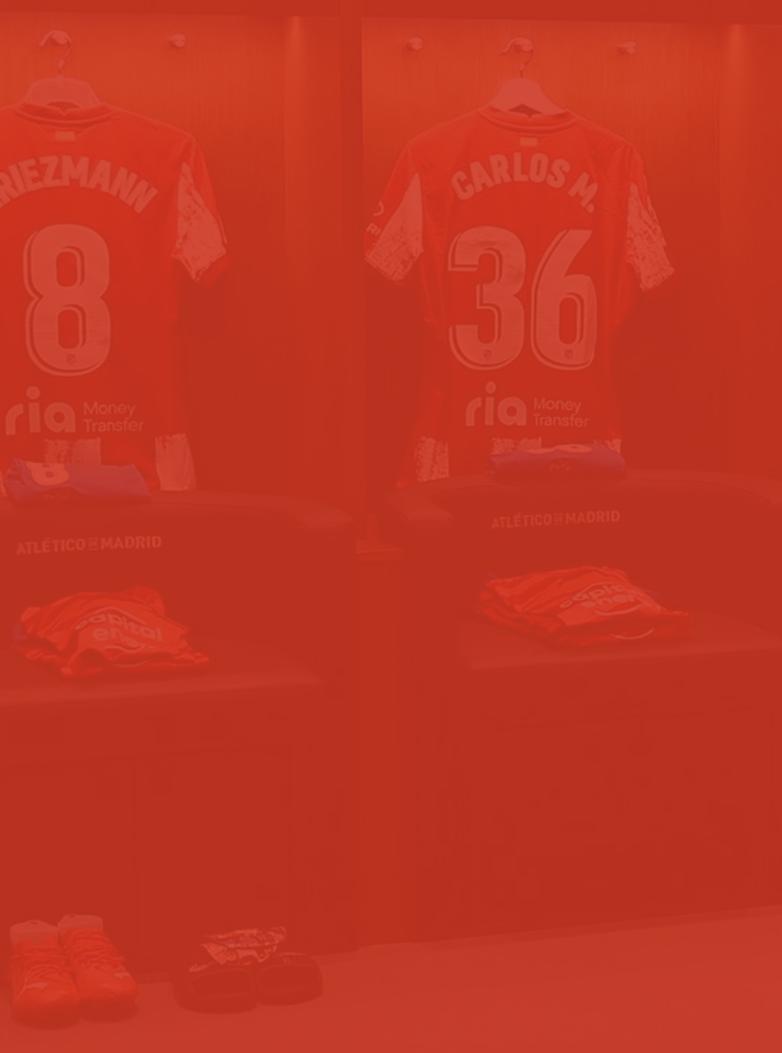
Además, la sala Vip del Wanda Metropolitano se convirtió en un espacio de vacunación para los colectivos cuya entrega, coraje y sacrificio se han mostrado imprescindibles en la lucha contra la pandemia COVID-19: Policías nacionales y municipales, bomberos y protección civil.

Hasta **10.000** personas vacunadas al día.





# Memoria de Sostenibilidad 2020/21



# Anexos



# Acerca de esta Memoria

## Cobertura y alcance

El Club Atlético de Madrid publica su primera memoria de sostenibilidad con el objetivo de informar a sus grupos de interés sobre las principales actuaciones llevadas a cabo durante la temporada 2020/21, así como los principales resultados obtenidos en su desempeño, ético y de buen gobierno, medioambiental y social que resultan de su interés.

Esta primera Memoria de Sostenibilidad se ha redactado de conformidad con los Estándares GRI en su opción esencial.

La información y los datos incluidos en la memoria tienen por alcance todas las actividades del Club Atlético de Madrid y de la Fundación Atlético de Madrid para el periodo correspondiente a la temporada 2020/21 (del 1 de julio de 2020 al 30 de junio de 2021).

Todas las variaciones en cuanto al alcance y cobertura de la información se indican en la memoria dentro del apartado correspondiente. En caso de existir, se explican todos los cambios en las fórmulas empleadas para el cálculo de los datos que se aportan.

## Materialidad

La materialidad o relevancia de los contenidos de este informe se ha determinado a partir de los estudios realizados internamente y de la información recibida de los grupos de interés. Cada aspecto material relevante ha sido analizado para identificar su correspondencia con los Estándares de GRI, seleccionando aquellos que responden a las expectativas de los grupos de interés y a la estrategia del club. Adicionalmente, se ha respondido de manera voluntaria a otros indicadores GRI, con el objetivo de aumentar la transparencia y la comprensión de la actividad de la compañía.

## Contacto

Punto de contacto para cuestiones relativas al contenido y proceso de definición de la Memoria Anual de Sostenibilidad:

- Correo electrónico: [rsc@atleticodemadrid.com](mailto:rsc@atleticodemadrid.com)
- Presencial, directamente al área de Responsabilidad Social Corporativa.
- Dirección Postal: Estadio Wanda Metropolitano, Av. Luis Aragonés, 4, Acceso W6, 28022 Madrid, a la atención del Director Responsabilidad Social Corporativa.



## Índice GRI

GRI Estándar	Resumen descripción	Comentario	Página
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>			
102-1	Nombre de la organización		42
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios		14-38, 42
102-3	Ubicación de la sede		26
102-4	Ubicación de las operaciones		42
102-5	Propiedad y forma jurídica		42
102-6	Mercados y servicios (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientela y beneficiarios)		42
102-7	Tamaño de la organización		42, 55
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores		55, 56
102-9	Cadena de suministro		14-38, 42, 52
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro		14-38, 52
102-11	Principio o enfoque de precaución		46
102-12	Iniciativas externas		46, 53
102-13	Afiliación a asociaciones		42
<b>ESTRATEGIA</b>			
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones		4 - 8
102-15	Impactos, riesgos y oportunidades principales		4 - 8
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>			
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta		44, 45, 46
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas		47, 49
<b>GOBERNANZA</b>			
102-18	Estructura de la gobernanza		40 - 41
102-19	Delegación de autoridad		40 - 41
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales		40 - 41
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales		49
102-22	Composición del órgano máximo de gobierno y sus comités		40-41
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno		40
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno		40
102-25	Conflicto de intereses		40, 46-47
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia		40
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno		4 - 8, 40
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno		40, 46 -47
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales		4 - 8, 49 - 51
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo		46 -51
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales		49 -51
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	El informe de Sostenibilidad ha sido elaborado por la Dirección de Responsabilidad Social Corporativa con la participación de todas las áreas y la aprobación final del CEO del Club Atlético de Madrid.	
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas		49 -52, 67
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas		49 -52, 67
102-35	Políticas de remuneración		59 - 60
102-36	Proceso para determinar la remuneración		59 - 60
102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración		59 - 60
102-38	Ratio de compensación total anual	Teniendo en cuenta las características específicas del sector y la variabilidad de los salarios de los deportistas de élite, no se incluye este dato por confidencialidad	
102-39	Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual	Teniendo en cuenta las características específicas del sector y la variabilidad de los salarios de los deportistas de élite, no se incluye este dato por confidencialidad	



## Índice GRI

### PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

102-40	Lista de los grupos de interés		49
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	<a href="https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia">https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia</a>	57
102-42	Identificación y selección de grupos de interés		49
102-43	Enfoque para la participación de grupos de interés		49 - 50
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados		50

### ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA

102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados		42
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema		49 - 51, 94
102-47	Lista de temas materiales		50
102-48	Reexpresión de la información		94
102-49	Cambio en la elaboración de informes		94

### PERFIL DE LA MEMORIA

102-50	Periodo objeto del informe		94
102-51	Fecha del último informe		94
102-52	Ciclo de elaboración de informes		94
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe		94
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI		94
102-55	Índice de contenidos GRI		95
102-56	Verificación externa	El Informe de Sostenibilidad no ha sido verificado externamente, si bien ha sido elaborado de acuerdo a estrictos controles internos que aseguran la calidad de la información y la fiabilidad de los datos.	

### ENFOQUE DE GESTIÓN

103-1	Explicación del tema material y su cobertura.		39, 49 - 51, 54, 72, 81
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes.		39, 49 - 51, 54, 72, 81
103-3	Evaluación del enfoque de gestión.		39, 49 - 51, 54, 72, 81

### ENFOQUE DE GESTIÓN: DESEMPEÑO ECONÓMICO

201-1	Valor económico directo generado y distribuido.	<a href="https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia">https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia</a>	43
201-2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	<a href="https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia">https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia</a>	74 - 80
201-3	Cobertura de las obligaciones derivadas de su plan de prestaciones.	El club no tiene suscritos Planes de Pensiones	
201-4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.	<a href="https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia">https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia</a>	

### ENFOQUE DE GESTIÓN: PRESENCIA EN EL MERCADO

202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local.	Teniendo en cuenta las características específicas del sector y la variabilidad de los salarios de los deportistas de élite, no se incluye este dato por confidencialidad	
-------	--	---	--

### ENFOQUE DE GESTIÓN: CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS

203-1	Inversión en infraestructuras y servicios apoyados.		26 - 31, 81 - 92
203-2	Impactos económicos indirectos significativos.		81 - 92

### ENFOQUE DE GESTIÓN: PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN

204-1	Proporción de gasto en proveedores locales.		52
-------	---	--	----

### ENFOQUE DE GESTIÓN: LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

205-1	Valor económico directo generado y distribuido.		46-47
205-2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.		46- 47
205-3	Cobertura de las obligaciones derivadas de su plan de prestaciones.		

### ENFOQUE DE GESTIÓN: PRÁCTICAS DE COMPETENCIA DESLEAL

206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.		
-------	--	--	--

### ENFOQUE DE GESTIÓN: FISCALIDAD

201-1	Enfoque fiscal.	<a href="https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia">https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia</a>	
207-2	Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos.	<a href="https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia">https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia</a>	
207-3	Participación de grupos de interés y gestión de inquietudes en materia fiscal.	<a href="https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia">https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia</a>	49 - 51
207-4	Presentación de informes país por país.	<a href="https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia">https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia</a>	



## Índice GRI

DESEMPEÑO AMBIENTAL		
ENFOQUE DE GESTIÓN: MATERIALES		
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen.	79
301-2	Insumos reciclados utilizados.	79
ENFOQUE DE GESTIÓN: PRODUCTOS Y SERVICIOS		
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado.	79
ENFOQUE DE GESTIÓN: ENERGÍA		
302-1	Consumo energético dentro de la organización.	74, 77
302-2	Consumo energético fuera de la organización.	74, 77
302-4	Reducción del consumo energético.	74, 77
302-5	Reducciones de los requerimientos energéticos de los productos y servicios.	74, 77
ENFOQUE DE GESTIÓN: AGUA		
303-1	Interacción con el agua como recurso compartido.	75, 78
303-2	Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua.	75, 78
303-3	Extracción de agua por fuente.	75, 78
303-4	Vertidos de agua.	75, 78
303-5	Consumo de agua.	75, 78
ENFOQUE DE GESTIÓN: EMISIONES		
305-1	Emisiones directas e indirectas de GEI (alcance 1).	76
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2).	76
305-5	Reducción de las emisiones de GEI.	76
ENFOQUE DE GESTIÓN: EFLUENTES Y RESIDUOS		
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación.	79
306-3	Derrames significativos.	No se han producido derrames
306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías.	75
ENFOQUE DE GESTIÓN: CUMPLIMIENTO REGULATORIO		
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.	No se han producido incumplimientos de la legislación ambiental
ENFOQUE DE GESTIÓN: EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES		
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales.	52, 80
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	No se han identificado impactos negativos ambientales en la cadena de suministros
DESEMPEÑO SOCIAL		
ENFOQUE DE GESTIÓN: EMPLEO		
401-2	Prestaciones sociales a los empleados.	66
401-3	Permiso parental.	66
ENFOQUE DE GESTIÓN: RELACIONES ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA DIRECCIÓN		
402-1	Plazos de avisos mínimos sobre cambios operacionales.	Según se recoge en convenio de aplicación <a href="https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia">https://www.atleticodemadrid.com/atm/ley-de-transparencia</a>
ENFOQUE DE GESTIÓN: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO		
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.	68 - 71
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes.	68 - 71
403-3	Servicios de salud en el trabajo.	68 - 71
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo.	68 - 71
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo.	69
403-6	Fomento de la salud en los trabajadores.	68 - 71
403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados mediante relaciones comerciales.	68 - 71
403-8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.	68 - 71
403-9	Lesiones por accidente laboral.	68
403-10	Dolencias y enfermedades laborales.	No se han producido enfermedades profesionales 68



## Índice GRI

<b>ENFOQUE DE GESTIÓN: CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN</b>		
404-1	Media de horas de formación al año por empleado.	65
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	64 - 65
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b>		
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	40, 55, 58
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN: NO DISCRIMINACIÓN</b>		
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	No se han producido casos de discriminación
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN: LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA</b>		
407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	No se han identificado operaciones y/o proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN: TRABAJO INFANTIL</b>		
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	No se han identificado operaciones y/o proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN: TRABAJO FORZOSO</b>		
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	No se han identificado operaciones y/o proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN: MEDIDAS DE SEGURIDAD</b>		
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	El personal de seguridad del club recibe formación en derechos humanos
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN: EVALUACIÓN</b>		
412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	46 - 47, 58, 62, 63
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN: INVERSIÓN</b>		
412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	47
412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	52
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN: COMUNIDADES LOCALES</b>		
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	81 - 92
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos -reales o potenciales- en las comunidades locales	No se han identificado operaciones con impactos negativos significativos -reales o potenciales- en las comunidades locales
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN: EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS, PRÁCTICAS LABORALES Y REPERCUSIÓN SOCIAL</b>		
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	52
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	No se han identificado impactos sociales negativos en la cadena de suministro
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN: POLÍTICA PÚBLICA</b>		
415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	No se realizan contribuciones a partidos y/o representantes políticos
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN: SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES</b>		
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	26 - 31
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	No se han producido casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN: ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>		
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	No se han producido casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN: PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES</b>		
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente.	No se han producido reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente.



PATROCINADORES DEL CLUB

Plus500

万达 WANDA



HYUNDAI

ria Money Transfer

capital energy

Mahou



CaixaBank

EA SPORTS

Coca-Cola

Acronis

socios.com

TD SYSTEMS

sorare

ROWE

PHILIPP PLEIN

SOLAN DE CERRAS

FALKEN TYRES

MARCA

BH FITNESS

Halcón viajes

Clinica Universidad de Navarra

unir LA UNIVERSIDAD EN INTERNET

Dapper

PATROCINADORES DEL ATLÉTICO DE MADRID FEMENINO

HERBALIFE NUTRITION

BAXI CLIMATIZACION

FAGOR ELECTRODOMESTICOS



**ATLÉTICO DE MADRID**

[atleticodemadrid.com](http://atleticodemadrid.com)