

CLUBES

El Granada CF negocia con el Ayuntamiento la exclusiva del estadio

M.M.A.

4 abr 2017 - 04:59

El Granada CF quiere potenciar las oportunidades comerciales que ofrece el Nuevo los Carmenes, pero cualquier inversión de calado exige plenas garantías y la seguridad del tiempo suficiente para amortizarla. De ahí que el club de La Liga ya haya entablado conversaciones con el Ayuntamiento para sentar las bases de un nuevo convenio que garantice el uso y los permisos necesarios para adaptar la instalación a las necesidades del siglo XXI.

Sergi Vieta, director general de la entidad, explica a *Palco23* que "estamos negociando una figura diferente para tener la gestión exclusiva del estadio, que nos daría autonomía para realizar mejoras en las infraestructuras y en el área tecnológica". El actual convenio data de 2012, cuando se estableció un acuerdo por dos años prorrogables anualmente, lo que en la práctica frena cualquier tipo de inversión privada.



El estadio, de propiedad municipal, fue inaugurado en 1995.

El marco de actuación actual contrasta con el que trabajan muchos otros clubs de La Liga, tanto de Primera como de Segunda División, que acostumbran a oscilar entre 25 años y 50 años el periodo de explotación de las instalaciones. El caso más reciente es

el de la Real Sociedad, que asumirá buena parte de la remodelación de Anoeta a cambio de un importante periodo de gestión de la instalación deportiva.

Vieta considera que, con la exclusiva y algo más de libertad a la hora de trabajar, "mejora la explotación comercial". "El estadio no está en el centro de la ciudad, pero se pueden hacer cosas para mejorar la experiencia del aficionado", añade. Entre los proyectos que se plantean es la apertura de algún establecimiento o punto de restauración en alguno de los locales existentes, además de reforzar todo lo referente a los espacios de *hospitality*.

En la actualidad, el Ayuntamiento tiene a su disposición un tercio de las entradas disponibles para el palco principal del Nuevo Los Cármenes. Además, explota los bares existentes, aunque respetando la exclusividad de determinados productos y se queda un porcentaje tanto de esas ventas como de los ingresos por publicidad que genera el videomarcador, según el citado convenio. Además, el club, que paga 100.000 euros en concepto de uso, está obligado a avisar al consistorio de cualquier evento no deportivo que quiera realizar en las instalaciones.

A nivel de patrocinios, el Granada CF a día de hoy no tiene derecho a explotar la publicidad en las fachadas exteriores y el acuerdo no incluye ninguna referencia a la posibilidad de dotar de un nombre comercial al estadio, dejando en el limbo la posibilidad de vender los *naming rights* a un tercero, como han hecho Villarreal CF o Atlético de Madrid.

El club nazarí confía en que se pueda aprobar un convenio satisfactorio para todas las partes, como prueba la sintonía que ya se obtuvo de cara a la ampliación de la ciudad deportiva. "La relación con las instituciones es muy buena, y eso ayuda a la capacidad de que nos podamos beneficiar mutuamente a la hora de realizar inversiones y obtener permisos", apunta Vieta. Una sensibilidad que muchos de sus rivales no están logrando, como evidencia la tensa negociación pública entre el RC Celta y el Ayuntamiento de Vigo.

Capacidad de inversión y espacios VIP

Además, la presencia de Wuhan Double en el accionariado también garantiza la capacidad de poder acometer las inversiones necesarias en mejoras, especialmente ahora que la patronal está exigiendo a los clubs importantes actuaciones para que la imagen de los partidos en las retransmisiones sean óptimas. "Tener un inversor chino en el capital hoy también quiere decir que tienes capacidad para invertir puntualmente, siempre cumpliendo el *fair play* financiero", recuerda el director general. Como muestra

de ello, el préstamo participativo de algo más de cuatro millones de euros para la ampliación de la ciudad deportiva, que podrá devolverse o capitalizarse en función de cómo se encuentre el club.

En la actualidad, el estadio tiene una capacidad para unos 22.100 espectadores y está cosechando entradas medias de unos 15.200 aficionados. En su interior se ubican 32 palcos VIP, repartidos entre tribuna y preferencia, con diez en cada grada, y los dos fondos, con seis cada uno. Todos ellos pueden acoger a hasta 16 personas, es decir, a un total de 512 personas, que se añaden a las 400 localidades consideradas exclusivas en torno al palco presidencial.

Las cuentas del Granada CF revelan una trayectoria decreciente de la recaudación por socios y abonados durante las últimas temporadas, pasando de 7,77 millones de euros en 2011-2012, año de su regreso a Primera 35 años después, a los 3,35 millones de 2015-2016, tras una nueva campaña en la que los resultados deportivos no acompañaron. La venta de entradas para las distintas competiciones también ha ido menguando, hasta 1,5 millones de euros el último curso.