

CLUBES

Reyal Urbis ultima un acuerdo para seguir explotando La Esquina del Bernabéu

M.Menchén

16 sep 2015 - 04:58

Reyal Urbis podrá seguir gestionando uno de los centros comerciales más singulares de España. La inmobiliaria, que se encuentra en concurso de acreedores desde hace dos años, se adjudicó en 1992 la explotación de La Esquina del Bernabéu por un periodo de veinte años. En su momento se decidió prorrogarlo hasta el final de la temporada 2014-2015, y ahora la compañía ultima un acuerdo con el Real Madrid para no perder una de sus *joyas*.

El conjunto que dirige José Ángel Sánchez asegura en su informe económico que "actualmente se está negociando una nueva prórroga", después de que la Justicia haya frenado los planes de ampliación del estadio y, con ello, la idea de trasladar este complejo comercial a la fachada que da al Paseo de la Castellana y cuya renovación debía suponer una facturación adicional de entre dos millones y tres millones de euros.



El Real Madrid invirtió en su día 14,6 millones de euros en construir La Esquina del Bernabéu.

Ello supondría multiplicar por cuatro los ingresos que actualmente percibe el club por este contrato de cesión y explotación de La Esquina del Bernabéu, que ascendieron a 953.000 euros en la temporada 2014-2015. En el ejercicio anterior, se percibieron un

total de 1,09 millones de euros, según consta en el informe económico que el presidente, Florentino Pérez, presentará este sábado a los socios y al que ya ha tenido acceso *Palco23*.

Esta previsible mejora de ingresos se debe también a que el nuevo espacio comercial dispondría de bastantes más metros cuadrados. El complejo actual, en el que en su día se invirtieron 14,64 millones de euros, dispone de una superficie de 4.883 metros cuadrados para locales comerciales, con un total de cincuenta; además, dispone de un aparcamiento de 15.000 metros cuadrados con capacidad para 569 vehículos.

Estas dimensiones del complejo ubicado en la confluencia de las calles Concha Espina y Padre Damián contrastan con las del futuro centro comercial, que pasaría a disponer de 12.250 metros cuadrados de uso comercial frente al Paseo de la Castellana. Además, la capacidad del aparcamiento se elevaría a 600 plazas, siempre con el compromiso de que el Real Madrid cedería a cambio al Ayuntamiento cuatro parcelas en Mercedes Arteaga (Carabanchel). Además, según publicó *El Mundo* en julio de 2012, el club pagaría 6,67 millones por el incremento de edificabilidad.

Explotación comercial del Santiago Bernabéu

Junto a este espacio, en el que no sobresale ninguna marca de renombre más allá de Geox, el club también ha sabido encontrar nuevas fórmulas de explotación de las instalaciones. Se trata de cuatro espacios en los que se en su día se realizó una inversión de 316.000 euros "para la adecuación de los mismos a su uso como inmueble de hostelería". El canon cobrado a los operadores generó una facturación adicional de 1,42 millones, cifra sensiblemente inferior a los 1,43 millones de euros obtenidos en el ejercicio finalizado a 30 de junio de 2014.



El Realcafé Bernabéu es uno de los cuatro puntos de restauración del estadio.

La Máquina, grupo de restauración fundado por la familia Tejedor, es el responsable de El Asador de la Esquina, al que se accede por la puerta 46 del Bernabéu y dispone de 300 metros cuadrados, y el Puerta 57, con más de 1.000 metros cuadrados. Zen Market, por otro lado, ocupa 2.000 metros cuadrados y el equipo del restaurador Roger Chen considera que es "el restaurante asiático de lujo más grande de Europa". La oferta se completa con el Realcafé Bernabéu, de 1.200 metros cuadrados y gestionado por el propio club.

Otra de las líneas de negocio que el club quiere potenciar es la de los visitantes extranjeros. En la temporada 2014-2015, el Tour del Bernabéu fue realizado por un total de 920.000 personas, y el objetivo es alcanzar los 1,2 millones de clientes al cierre de esta campaña gracias a las innovaciones introducidas por Mediapro para dotar de tecnología a una parte del recorrido. "Más de 200.000 optaron por adquirir servicios adicionales a la visita como la foto digital que inmortaliza su visita a nuestro estadio". Ello sitúa la aportación de esta actividad bastante por encima de los diez millones de euros.