

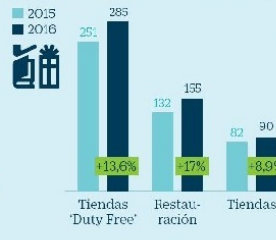


El boyante negocio no regulado de Aena

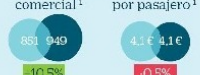
Datos de 2016 en millones de euros y % de variación sobre 2015



Líneas de negocio comercial Mill. €



Actividad comercial¹

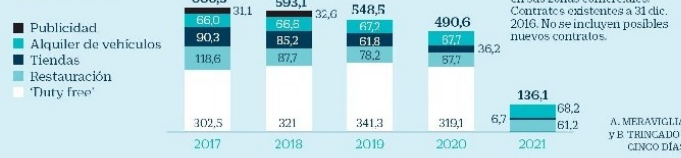


Ingreso medio por pasajero¹
43 € 41 €
+0,5%

(1) Excluido el segmento de servicios inmobiliarios.
(2) Incluye explotaciones comerciales, suministros comerciales, utilización de salas y filmaciones y grabaciones.

Rentas mínimas garantizadas*

Millones de euros



(*) Cantidades que percibe Aena de los concesionarios instalados en sus zonas comerciales. Contratos existentes a 31 dic. 2016. No se incluyen posibles nuevos contratos.

A. MERRAVIGLIA y B. FREYRADO / CINCO DÍAS

Nuevos negocios Aena proyecta incluir los aeropuertos de Valencia y Málaga en su plan inmobiliario

Espera los planes maestros de Barajas y El Prat después del verano

Licitación de restaurantes en Gran Canaria y unirá en una concesión las salas vip de Barcelona

J. F. MAGARIÑO
MADRID

Aena busca dar un nuevo impulso a su actividad comercial, la parte del negocio que escapa de la regulación en sus aeropuertos y que al cierre de 2016 suponía un 25% de los ingresos totales y el 34% del ebitda. La empresa dependiente de Fomento espera recibir tras el verano los planes maestros para el desarrollo inmobiliario de sus dos mayores aeropuertos, Madrid-Barajas y Barcelona-El Prat, y se plantea estudiar las posibilidades de explotación del suelo de dos plazas principales más: Valencia y Málaga.

La consultora Idom analiza 778 hectáreas de terrenos en el entorno de Barajas, la mayor parte libres de ocupación, mientras Arup hace lo propio con 227 hectáreas en el perímetro del aeropuerto de Barcelona. Fuentes cercanas a la dirección de Aena explican que sus informes darán idea del uso urbanístico más idóneo desde el punto de vista comercial para las más de 1.000 hectáreas en estudio, la mayor parte con calificación dotacional y para usos terciarios. Entre tanto, una tercera consultora, CBRE, perfila el contraste comer-

cial o definición de ambos planes.

Al tiempo que recibe información sobre las posibilidades inmobiliarias que ofrece este suelo virgen, Aena no solo se pondrá a sondear el potencial en Málaga y Valencia, sino que deberá calcular el coste de albergar centros comerciales, hoteles, áreas logísticas y oficinas -principales usos esperados- en las que serían importantes áreas de expansión urbanística tanto en Madrid como en Barcelona. La mayor parte del suelo precisaría proyectos de urbanización y accesos, lo que multiplica el movimiento previsible en inversiones. Otro punto a estudiar será el del papel de la propia Aena en los posibles proyectos: desarrollador junto a socios externos o arrendador a través de concesiones.

La firma que preside José Manuel Vargas acumula tres millones de metros cuadrados de terrenos ya utilizados para la actividad aeroportuaria (pistas, terminales, naves logísticas, etcétera). En esa cartera de suelo figuran terrenos y naves desocupadas y cuya explotación se vio frenada por el estallido de la burbuja del ladrillo. Al cierre de 2015, tras la salida a Bolsa, se vio obligada a tasar sus acti-

vos inmobiliarios susceptibles de ser vendidos o alquilados con el fin de llevar el valor al balance de la compañía y observar si se había dado algún tipo de deterioro en el mismo.

Nuevos procesos

El gestor aeroportuario ha aprovechado la salida de su director de aeropuertos, Fernando Echegaray, para reorganizar sus actividades en dos grandes direcciones generales. Javier Marín se mantiene al frente de los negocios regulados, mientras José Manuel Fernández Bosch acaba de estrenar el puesto de director general de negocios no regulados. Echegaray, por su parte, se ha integrado en las filas del competidor Aéroports de Paris en un movimiento que vuelve a evidenciar la dificultad de Aena para retener al alta dirección por una cuestión salarial.

Fernández Bosch y su equipo acaban de licitar los 23 expedientes en que se han dividido los 50 establecimientos de restauración de El Prat. El proceso se basa por primera vez en el modelo de la subasta. Junto al concurso de Barcelona se ha abierto el procedimiento para entregar en concesión los 19 restaurantes y cafeterías del aeropuerto de Gran Canaria, uno de los más poblados de

la red por número de pasajeros, y está decidida la agrupación en una sola concesión de las salas vip de El Prat.

La política de Aena ha buscado modernizar la oferta de servicios a los pasajeros al tiempo que se cerraban contratos a medio y largo plazo. Los ingresos por concesiones, ya sea en tiendas, restauración u otros servicios, suelen responder a una renta mínima garantizada que se complementa con una renta variable sobre las ventas. Solo con la actual cesta de contratos en la actividad comercial (excluido el negocio inmobiliario) el grupo tiene asegurados ingresos por 2.375 millones de euros entre 2007 y finales de 2021, atendiendo a los cobros de rentas mínimas garantizadas. Una cantidad a la que irán sumándose nuevas cifras conforme vanzan los contratos, y se van licitando, o se lancen nuevos servicios.

El sistema de ingresos garantizados ha servido, por ejemplo, para aliviar cualquier tipo de impacto del Brexit. Las tiendas de los aeropuertos más turísticos han notado una significativa caída en las compras de perfumería, cosmética y bebidas alcohólicas por parte de los pasajeros británicos. Pero Aena tiene limitado el riesgo.

El coste de crear accesos y urbanizar los terrenos será clave para decidir la explotación de hasta 3 millones de metros cuadrados

El comercio a pie de pista

Aena tiene tiendas libres de impuestos (duty free) en 26 aeropuertos de su red. Estos establecimientos se reúnen en tres contratos, dos de ellos titularidad de World Duty Free y uno en poder de Canariensis.

La firma suma 320 puntos de restauración, con facturación creciente en respuesta al mayor número de viajeros.

Las 46 plazas de la red de Aena cuentan con un total de 350 tiendas, 22 de ellas dentro de la categoría de lujo

JC Decaux y JFT, esta última en los aeropuertos canarios, gestionan la publicidad en las terminales.

14 aeropuertos tienen sala vip, con un total de 22 en toda la red. Entre los servicios comerciales también figuran el wifi, los aparcamientos y el alquiler de coches.