

Real Madrid 2010 · 2011



Informe Anual

INFORME ANUAL





04 Carta del presidente

06 Fútbol

26 Baloncesto

36 Área Social

46 Patrimonio

52 Ingresos

66 Comunicación, Medios y Contenidos

74 Fundación Real Madrid

82 Escuela de Estudios Universitarios Real Madrid UEM

86 Veteranos

90 Informe Económico

102 Informe de Responsabilidad Corporativa

JUNTA DIRECTIVA

Presidente

Florentino Pérez

Presidente de honor

Alfredo Di Stéfano

Vicepresidente 1º

Fernando Fernández Tapias

Vicepresidente 2º

Eduardo Fernández de Blas

Vicepresidente 3º

Pedro López Jiménez

Secretario

Enrique Sánchez González

Vocales

Ángel Luis Heras Aguado

Santiago Aguado García

Luis Gómez-Montejano y Arroyo

Jerónimo Farré Muncharaz

Enrique Pérez Rodríguez

Manuel Cerezo Velázquez

José Sánchez Bernal

Luis Blasco Bosqued

Gumersindo Santamaría Gil

Raúl Ronda Ortiz

José Manuel Otero Lastres

Nicolás Martín-Sanz García



Carta del presidente

Florentino Pérez



Queridos socios:

La temporada pasada ha sido una temporada de transición, en la que hemos sentado las bases para el futuro. Hemos trabajado con toda nuestra ilusión, sobre todo porque, año tras año, seguís demostrando una lealtad ejemplar a nuestro club.

Es cierto que el mundo atraviesa un tiempo muy complejo, repleto de grandes dificultades y eso ha aumentado, sin duda, el tamaño del desafío que debemos superar. Desde nuestro regreso solo nos mueve un objetivo: situar al Real Madrid en un liderazgo indiscutible en todos los aspectos.

Trabajamos, por tanto, para ser líderes en lo deportivo, en lo social, en instalaciones, en lo solidario y, por supuesto, también en lo económico porque eso es lo que garantiza que nosotros seamos siempre los propietarios de nuestro club.

Poco a poco bastantes de esos retos van consolidándose. Los últimos dos años nos han fortalecido como institución y, precisamente, en un momento repleto de complejidad y altamente competitivo.

Vivimos una estabilidad institucional ejemplar e indispensable para seguir avanzando en busca de la mayor fortaleza de futuro. Los valores del madridismo son y serán nuestros códigos de referencia a la hora de actuar y tenemos presente cada día el compromiso y la responsabilidad de preservar lo mejor de nuestra identidad.

Después de 109 años de historia, hoy el Real Madrid, tal y como recoge esta memoria anual, muestra un liderazgo económico indiscutible en el mundo del fútbol. Un hecho que nos permite, como socios, ser los dueños del destino de nuestro club.

Nuestra potencia económica, a pesar de la crisis y de las adversidades, nos facilita también seguir en la construcción de una espectacular plantilla que tiene como objetivo estar a la altura de nuestros sueños.

Tenemos un equipo extraordinariamente joven, más fuerte, con enorme calidad y un entrenador con un historial espectacular y un instinto ganador indiscutibles. La Copa del Rey ganada en Valencia, después de 18 años de espera, es un verdadero orgullo y nos marca el camino y el rumbo a seguir, aunque somos plenamente conscientes de que los retos y los deseos de victorias que tenemos ante nosotros, precisan de sacrificio, de entrega y de mucho talento.

El Real Madrid forma parte de nuestra vida y de nuestras emociones y por eso, una vez más, esta junta directiva que tengo el honor de presidir os garantiza que dedicará todo el tiempo y esfuerzo necesarios para que nuestro club sea cada vez más grande y referencia indiscutible en el mundo del deporte.

Muchas gracias.



Fútbol

Plantilla primer equipo 2010/11
Campeón de la Copa de España
Resumen de la temporada 2010-2011
Brillante actuación en Champions y en Liga
Balance deportivo Fútbol
Cantera





CUERPO
TÉCNICO



José
Mourinho



Aitor
Karanka



Rui
Faria

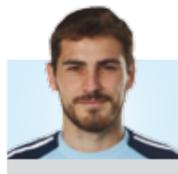


Silvino
Louro

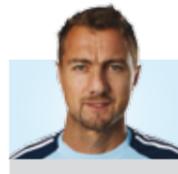


José
Morais

PORTEROS



Iker
Casillas



Jerzy
Dudek



Antonio
Adán

DEFENSAS



Képler Laveran
Pepe



Sergio Ramos
García



Raúl
Albiol



Marcelo
Vieira



Ricardo
Carvalho



Álvaro
Arbeloa



Ezequiel Marcelo
Garay



David
Mateos*

CENTRO
CAMPISTAS



Fernando
Gago



Lassana Diarra
Lass



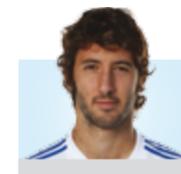
Xabi
Alonso



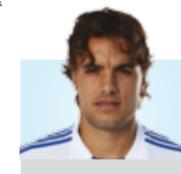
Sami
Khedira



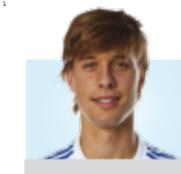
Ricardo
Kaká



Esteban
Granero



Pedro León
Sánchez



Sergio
Canales



Mesut
Özil



Ángel
Di María



Mahamadou
Diarra*

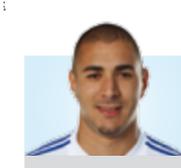
DELAN
TEROS



Emmanuel
Adebayor**



Cristiano
Ronaldo



Karim
Benzema



Gonzalo
Higuaín

*Hasta enero de 2011
**Desde enero de 2011



E

El 20 de abril de 2011, con un gol de Ronaldo en la prórroga de la final de Copa, llegaba el primer título de José Mourinho como entrenador del Real Madrid cuando todavía no llevaba un año en el banquillo. Tras una dura competición que puso en el camino de los blancos al campeón y subcampeón vigentes del torneo —Sevilla y Atlético—, y al Barcelona en la final, el club conquistaba un título que no conseguía desde 1993. Murcia y Levante también quedaron en el camino, con goleada histórica a los valencianos en el Bernabéu (8-0).

Campeón de la Copa de España

El Real Madrid se coronó campeón de la Copa del Rey en Valencia —donde lo consiguiera 18 años atrás por última vez— ante el Barcelona con un golazo de cabeza de Ronaldo en una prórroga llena de intensidad, tras una milimétrica pared entre Marcelo y Di María.

Un emocionante partido mostró a un Real Madrid superior que, a pesar de todo, no pudo ganar en los primeros 90 minutos. Un cabezazo de Pepe al palo y un par de ocasiones claras de Ronaldo no bastaron para sentenciar la final y hubo que acudir a la prórroga. Cuando el rival apretó, Casillas demostró por qué es el mejor portero del mundo.

A cuarenta días de cumplir el primer año como entrenador del Real Madrid, José Mourinho conseguía su primer título para los blancos.

Más de veinte mil madridistas viajaron a Valencia para volcarse con su equipo y vivieron una fiesta antes, durante y después del partido. Cuando Casillas levantó la Copa, el madridismo estalló de felicidad y salió a la calle para celebrarlo. En Cibeles, 150.000 madridistas lo festejaron con sus jugadores, los que habían hecho posible que la Copa volviera a las vitrinas del Santiago Bernabéu.

MINUTO 102: DI MARÍA Y MARCELO CREAN Y RONALDO SENTENCIA. UNA PARED MILIMÉTRICA POR BANDA IZQUIERDA SIRVIÓ PARA QUE UN CENTRO MEDIDO DEL ARGENTINO FUERA REMATADO POR EL PORTUGUÉS SIGNIFICANDO EL GOL DE LA VICTORIA DEL REAL MADRID.

LA EXPLOSIÓN DE LOS 20.000 SEGUIDORES BLANCOS EN MESTALLA FUE LA ANTESALA DE LA CONSECUCCIÓN, 18 AÑOS DESPUÉS, DE LA DECIMOCTAVA COPA DE ESPAÑA.



Copa del Rey 2011

Min. 102: gol de Ronaldo en la final de Copa.



El 31 de mayo el Real Madrid presentó a José Mourinho como su nuevo entrenador. Para el madridismo, esta fecha representa el arranque de la temporada 2010-2011 y de una ilusionante etapa. Desde el primer minuto, el mejor entrenador del mundo (galardón que recibiría meses después de manos de FIFA) renovó la ilusión de los aficionados, que acogieron con el mismo entusiasmo a los jugadores que se fueron incorporando a este proyecto. Carvalho aterrizó en el Bernabéu avalado por una trayectoria plagada de éxitos y Di María lo hizo con su recién nombramiento como mejor jugador de la Liga portuguesa; los internacionales alemanes Khedira y Özil habían sido dos de los futbolistas más destacados de su selección en el Mundial de Sudáfrica, a los que se sumaron los jugadores españoles Canales y Pedro León.

El camino hasta la Copa

Un recién llegado José Mourinho ya advirtió en una de sus primeras comparecencias como entrenador del Real Madrid que su equipo iría a por la Copa. Pero el camino hasta la final no fue fácil.

El Real Madrid eliminó en dieciseisavos al Murcia (0-0 y 5-1), un equipo de Segunda B por entonces líder e invicto en su grupo y que acabaría la temporada

cuartos de final desde el inicio e impidió que el pase a semifinales quedara prácticamente decidido en el Bernabéu (3-1) a pesar de la remontada blanca. Un gol de Ronaldo en el Vicente Calderón (0-1) a los 23 minutos despejó todas las dudas y el Real Madrid se situaba a dos partidos de una final de Copa a la que no llegaba desde 2004.

El vigente campeón y ganador de dos trofeos en las últimas cinco ediciones, el Sevilla, no auguraba un trámite cómodo para los madridistas. Fue un golazo de Benzema el que abrió el camino hasta la final en el partido de ida en el Ramón Sánchez Pizjuán. Una arrancada del francés, después de una pared en el centro del campo, dejó por el camino a todos los defensores sevillistas y dentro del área cruzó el balón a la red y dio medio pasaporte a Valencia (0-1). En el Santiago Bernabéu el partido no fue fácil para los de Mourinho, pero Özil y Adebayor (2-0) finiquitaron el pase a la final.

ascendiendo a la Liga Adelante. El primer rival de Liga BBVA no se hizo esperar y llegó el Levante en octavos, hasta ese momento uno de los pocos equipos que habían permanecido invictos ante los blancos en Liga (0-0 en Valencia). El partido de ida en el Santiago Bernabéu fue una goleada histórica (8-0) que dejó resuelto el pase a cuartos.

El Atlético de Madrid, subcampeón la temporada anterior, fue el rival en esta eliminatoria. Un gol atlético muy madrugador en el partido de ida complicaba los

No fue fácil el camino del Real Madrid para llegar a la final de la Copa de S. M. el Rey 2011



BRILLANTE ACTUACIÓN EN CHAMPIONS Y EN LIGA



La magia de Özil maravilló en España y en Europa

Ocho temporadas después —desde la 2002-2003— el Real Madrid disputaría unas semifinales de UEFA Champions League. Los blancos firmaron el mejor inicio de su historia en la competición desde que cambiara el formato de la Copa de Europa, convirtiéndose en el equipo que más puntos sumó (16) de los 32 que participaron en la fase de grupos; algo que hizo registrando además el mejor balance entre goles marcados (15) y encajados (2) en esas seis jornadas (cinco victorias y un empate).

El Olympique de Lyon esperaba de nuevo, por segundo año consecutivo, en octavos de final. Tras empatar en el partido de ida (1-1), los blancos sentenciaron en el Bernabéu (3-0) el pase a cuartos, donde se midieron al Tottenham. Un contundente 4-0 en el partido de ida jugado en el Santiago Bernabéu y un gol de Ronaldo en la vuelta (0-1) certificaron su presencia en semifinales ante el Barcelona. En el encuentro de ida en Madrid el Barcelona se impuso por 0-2 y en Barcelona, un empate (1-1) fue el resultado final.



LA LIGA 2010-2011 VOLVIÓ A DEJAR GRANDES NÚMEROS PARA EL REAL MADRID. FUE EL EQUIPO QUE MÁS PARTIDOS GANÓ EN SU ESTADIO (16), 14 DE ELLOS DE MANERA CONSECUTIVA (DE LA JORNADA 1 A LA 28). EL EQUIPO CONSIGUIÓ 102 GOLES, QUEDÁNDOSE A 5 DE SU RÉCORD HISTÓRICO, Y RONALDO FUE MÁXIMO GOLEADOR CON 40 TANTOS, CIFRA JAMÁS ALCANZADA EN LA LIGA ESPAÑOLA.

El más goleador en la Liga

También fue el conjunto más goleador en su feudo, donde la afición madridista pudo disfrutar de 61 de los 102 tantos con los que los blancos cerraron la temporada, a tan sólo cinco del registro histórico de la campaña 1989-1990. Y precisamente en el capítulo goleador, Ronaldo escribió su nombre con letras de oro. Con 40 goles en una temporada y superando la legendaria marca de Zarra y Hugo Sánchez (38), el delantero portugués estableció un nuevo récord en la historia de la Liga, alzándose con el Pichichi y la Bota de Oro.

Invictos en pretemporada

La pretemporada del Real Madrid se planificó con seis partidos. El 28 de julio la expedición viajó a Los Ángeles, donde trabajó en el Campus de UCLA (Universidad de California) y disputó dos encuentros.

El primero frente al Club América (2-3) y el segundo ante LA Galaxy, con el mismo resultado a favor de los blancos. Además, el conjunto de Mourinho ganó al Bayern de Múnich, vigente subcampeón de Europa, el partido homenaje a Beckenbauer, con una actuación estelar de Casillas en la tanda de penaltis. Dos amistosos más, ante Standard de Lieja (1-1) y Hércules (1-3), completaron la preparación de los madridistas antes del XXXII Trofeo Santiago Bernabéu frente al Peñarol (2-0), con el que el Real Madrid cerró invicto la pretemporada.

BALANCE DEPORTIVO FÚTBOL

Liga BBVA

JORNADA	FECHA	PARTIDO	RESULTADOS	GOLEADORES
1	29/08/2010	Mallorca-R. Madrid	0-0	
2	11/09/2010	R. Madrid-Osasuna	1-0	Carvalho
3	18/09/2010	R. Sociedad-R. Madrid	1-2	Di María y Pepe
4	21/09/2010	R. Madrid-Espanyol	3-0	Cristiano Ronaldo, Higuain y Benzema
5	25/09/2010	Levante-R. Madrid	0-0	
6	03/10/2010	R. Madrid-Deportivo	6-1	Cristiano Ronaldo (2), Özil, Di María, Higuain y Zé Castro (p.p.)
7	16/10/2010	Málaga-R. Madrid	1-4	Higuain (2) y Cristiano Ronaldo (2)
8	23/10/2010	R. Madrid-Racing	6-1	Higuain, Cristiano Ronaldo (4) y Özil
9	30/10/2010	Hércules-R. Madrid	1-3	Di María y Cristiano Ronaldo (2)
10	07/11/2010	R. Madrid-Atlético	2-0	Carvalho y Özil
11	14/11/2010	Sporting-R. Madrid	0-1	Higuain
12	20/11/2010	R. Madrid-Athletic	5-1	Higuain, Cristiano Ronaldo (3) y Sergio Ramos
13	29/11/2010	Barcelona-R. Madrid	5-0	
14	04/12/2010	R. Madrid-Valencia	2-0	Cristiano Ronaldo (2)
15	12/12/2010	Zaragoza-R. Madrid	1-3	Özil, Cristiano Ronaldo y Di María
16	19/12/2010	R. Madrid-Sevilla	1-0	Di María
17	03/01/2011	Getafe-R. Madrid	2-3	Cristiano Ronaldo (2) y Özil
18	09/01/2011	R. Madrid-Villarreal	4-2	Cristiano Ronaldo (3) y Kaká
19	16/01/2011	Almería-R. Madrid	1-1	Granero
20	23/01/2011	R. Madrid-Mallorca	1-0	Benzema
21	30/01/2011	Osasuna-R. Madrid	1-0	
22	06/02/2011	R. Madrid-R. Sociedad	4-1	Kaká, Cristiano Ronaldo (2) y Adebayor
23	13/02/2011	Espanyol-R. Madrid	0-1	Marcelo
24	19/02/2011	R. Madrid-Levante	2-0	Benzema y Carvalho
25	26/02/2011	Deportivo-R. Madrid	0-0	
26	03/03/2011	R. Madrid-Málaga	7-0	Benzema (2), Di María, Marcelo y Cristiano Ronaldo (3)
27	06/03/2011	Racing-R. Madrid	1-3	Adebayor y Benzema (2)
28	12/03/2011	R. Madrid-Hércules	2-0	Benzema (2)
29	19/03/2011	Atlético-R. Madrid	1-2	Benzema y Özil
30	02/04/2011	R. Madrid-Sporting	0-1	
31	09/04/2011	Athletic-R. Madrid	0-3	Kaká (2) y Cristiano Ronaldo
32	16/04/2011	R. Madrid-Barcelona	1-1	Cristiano Ronaldo
33	23/04/2011	Valencia-R. Madrid	3-6	Benzema, Higuain (3) y Kaká (2)
34	30/04/2011	R. Madrid-Zaragoza	2-3	Sergio Ramos y Benzema
35	07/05/2011	Sevilla-R. Madrid	2-6	Sergio Ramos, Cristiano Ronaldo (4) y Kaká
36	10/05/2011	R. Madrid-Getafe	4-0	Cristiano Ronaldo (3) y Benzema
37	15/05/2011	Villarreal-R. Madrid	1-3	Cristiano Ronaldo (2) y Marcelo
38	21/05/2011	R. Madrid-Almería	8-1	Cristiano Ronaldo (2), Adebayor (3), Benzema (2) y Joselu

Goleadores:

Cristiano Ronaldo 40, Benzema 15, Higuain 10, Kaká 7, Özil 6, Di María 6, Adebayor 5, Carvalho 3, Sergio Ramos 3, Marcelo 3, Pepe 1, Granero 1 y Joselu 1.

Copa S. M. el Rey

ELIMINATORIA	FECHA	PARTIDO	RESULTADOS	GOLEADORES
Dieciseisavos de final	26/10/2010	Murcia-R. Madrid	0-0	
Dieciseisavos de final	10/11/2010	R. Madrid-Murcia	5-1	Granero, Higuain, Cristiano Ronaldo, Benzema y Xabi Alonso
Octavos de final	22/12/2010	R. Madrid-Levante	8-0	Benzema (3), Özil, Cristiano Ronaldo (3) y Pedro León
Octavos de final	06/01/2011	Levante-R. Madrid	2-0	
Cuartos de final	13/01/2011	R. Madrid-Atlético	3-1	Sergio Ramos, Cristiano Ronaldo y Özil
Cuartos de final	20/01/2011	Atlético-R. Madrid	0-1	Cristiano Ronaldo
Semifinales	26/01/2011	Sevilla-R. Madrid	0-1	Benzema
Semifinales	02/02/2011	R. Madrid-Sevilla	2-0	Özil y Adebayor
Final	20/04/2011	Barcelona-R. Madrid	0-1	Cristiano Ronaldo

Goleadores:

Cristiano Ronaldo 7, Benzema 5, Özil 3, Granero 1, Higuain 1, Xabi Alonso 1, Sergio Ramos 1, Adebayor 1 y Pedro León 1.

UEFA Champions League

ELIMINATORIA	FECHA	PARTIDO	RESULTADOS	GOLEADORES
Fase de grupos	15/09/2010	R. Madrid-Ajax	2-0	Anita (p.p.) e Higuain
Fase de grupos	28/09/2010	Auxerre-R. Madrid	0-1	Di María
Fase de grupos	19/10/2010	R. Madrid-Milan	2-0	Cristiano Ronaldo y Özil
Fase de grupos	03/11/2010	Milan-R. Madrid	2-2	Higuain y Pedro León
Fase de grupos	23/11/2010	Ajax-R. Madrid	0-4	Benzema, Arbeloa y Cristiano Ronaldo (2)
Fase de grupos	08/12/2010	R. Madrid-Auxerre	4-0	Benzema (3) y Cristiano Ronaldo
Octavos de final	22/02/2011	O. Lyon-R. Madrid	1-1	Benzema
Octavos de final	16/03/2011	R. Madrid-O. Lyon	3-0	Marcelo, Benzema y Di María
Cuartos de final	05/04/2011	R. Madrid-Tottenham H.	4-0	Adebayor (2), Di María y Cristiano Ronaldo
Cuartos de final	13/04/2011	Tottenham H.-R. Madrid	0-1	Cristiano Ronaldo
Semifinales	27/04/2011	R. Madrid-Barcelona	0-2	
Semifinales	03/05/2011	Barcelona-R. Madrid	1-1	Marcelo

Goleadores:

Cristiano Ronaldo 6, Benzema 6, Di María 3, Adebayor 2, Higuain 2, Marcelo 2, Özil 1, Arbeloa 1 y Pedro León 1.

Trofeo Santiago Bernabéu

EDICIÓN	FECHA	PARTIDO	RESULTADO	GOLEADORES
XXXII	24/08/2010	R. Madrid-C. A. Peñarol	2-0	Di María y Van der Vaart



Copa del Rey 2011
El Real Madrid celebra el título de Copa en Mestalla

RESUMEN **CANTERA**

UNA 'FÁBRICA DE CAMPEO- NES'

LA CANTERA DEL REAL MADRID CERRÓ UNA MAGNÍFICA TEMPORADA EN LA QUE LOGRÓ OCHO NUEVOS TÍTULOS.

LOS TRES EQUIPOS JUVENILES, LOS DOS CADETES, LOS DOS BENJAMINES Y EL INFANTIL A SE PROCLAMARON CAMPEONES DE SUS RESPECTIVAS COMPETICIONES.

El Real Madrid Castilla realizó una temporada magnífica. Con la llegada de Alberto Toril el primer filial blanco firmó una segunda vuelta impecable, en la que no encajó ninguna derrota. La entrega, compromiso y trabajo de toda la plantilla dieron sus frutos y el equipo cumplió el sueño perseguido desde hacía seis años: clasificarse para las eliminatorias de ascenso a Segunda División. Al joven conjunto le faltó un poco de suerte en este complicado cruce ante el Alcoyano, pero en todo momento dio muestras de su talento y calidad. Sus delanteros Morata y Joselu se proclamaron pichichis del grupo con un total de 14 dianas cada uno.



El Real Madrid C se quedó a las puertas de las eliminatorias de ascenso. Solo faltaron dos puntos. El conjunto madridista hizo una gran temporada y mantuvo la competitividad hasta el final. Su máximo goleador, Óscar Plano, con un total de 12 dianas, se convirtió en uno de sus jugadores más destacados.

El Juvenil A fue el equipo encargado de estrenar el casillero de títulos de 'La Fábrica' esta temporada. El 26 de marzo se proclamaba campeón de su liga al vencer al Atlético de Madrid (1-2), a dos jornadas del final. Además, logró el subcampeonato de la Copa de Campeones, cerrando así una magnífica campaña. Destacó el jugador Jesé, a quien su gran trabajo le ha supuesto realizar la pretemporada 2011-2012 con el primer equipo. El 10 de abril sería el turno del Juvenil B, que se alzó con el título de forma matemática a tres jornadas de acabar la Liga. Los pupilos de Víctor Manuel Torres convirtieron a su equipo en el más goleador de su grupo con 91 tantos. Por su parte, el Juvenil C siguió la estela de sus compañeros y cerró el periodo liguero conquistando el último título para 'La Fábrica', el 14 de mayo, con un balance final de 26 victorias.

Una campaña de éxitos y triunfos para la cantera blanca, que continuaría sumando títulos. Así, los dos cadetes, el Infantil A y los dos benjamines también se proclamaron campeones de sus respectivos grupos. Mención especial para los más pequeños. El Benjamín B marcó la diferencia al anotar más goles que ningún otro conjunto de la cantera con 236 tantos en 24 encuentros.



10

Diez canteranos debutaron con Mourinho

Pero el brillante camino recorrido por las jóvenes promesas del conjunto blanco esta temporada ha ido mucho más allá. José Mourinho cumplió el sueño de diez canteranos al hacerlos debutar con el primer equipo esta temporada. Adán, Mateos, Juan Carlos, Sarabia, Morata, Álex Fernández, Nacho Fernández, Tomás Mejías, Jesús y Joselu, que marcó un gol en el Bernabéu el día de su debut, tuvieron la oportunidad de dar un paso más en el objetivo de acercarse a la primera plantilla. El técnico luso demuestra, una vez más, que cuenta con una cantera que ha cerrado una gran temporada con títulos y, lo que es más importante, formando jugadores que en un futuro podrán defender la camiseta del primer equipo.



Real Madrid Castilla

Campeonato Nacional de 2ª División B, grupo I. 3º clasificado. Disputó la fase de promoción a 2ª A.

Real Madrid C

Liga de Tercera División, grupo VII. 5º clasificado.

Juvenil B

Nacional Juvenil, grupo 12. **Campeón.**

Juvenil C

1ª División Autonómica Juvenil, grupo 1. **Campeón.**

Juvenil A

División de Honor Juvenil, grupo 5. **Campeón.** Subcampeón de la Copa de Campeones.

Cadete A

1ª División Autonómica Cadete, grupo 1. **Campeón.**

Cadete B

Preferente Cadete, grupo 1. **Campeón.**

Alevín A

1ª División Autonómica Alevín, grupo 1. 2º clasificado.

Benjamín B

Benjamín Fútbol 7, grupo 22 Madrid. **Campeón.**

Infantil A

División de Honor. **Campeón.**

Alevín B

1ª División Autonómica Alevín, grupo 2. 3º clasificado.

Infantil B

1ª División Autonómica Infantil, grupo 1. 3º clasificado.

Benjamín A

Benjamín Fútbol 7, grupo 21 Madrid. **Campeón.**



Baloncesto

Plantilla primer equipo
Resumen de la temporada 2010-2011
Balance deportivo
Cantera de baloncesto



PLANTILLA PRIMER
EQUIPO BALONCESTO
2010/11



CUERPO
TÉCNICO



Ettore Messina*
Primer Entrenador



Emanuele Molin**
Entrenador Ayudante/
Primer Entrenador



José Ramón Cuspinera
Ayudante



Tirso Lorente
Ayudante



Juan Jesús Trapero
Preparador físico

JUGADORES



Ante Tomic
Pívot



Pablo Prigioni
Base



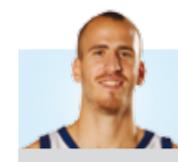
Carlos Suárez
Alero



Felipe Reyes
Pívot



Nikola Mirotic
Ala-pívot



Sergio Rodríguez
Base



Novica Velickovic
Ala-pívot



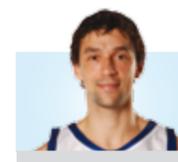
Mirza Begic**
Pívot



Sergi Vidal
Alero



D'or Fischer
Pívot



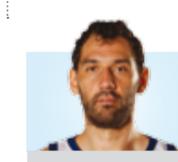
Sergio Llull
Base-escolta



Clay Tucker
Alero



Josh Fisher***
Base



Jorge Garbajosa*
Ala-pívot

* Hasta el 4 de marzo de 2011.
** Desde el 4 de marzo de 2011.

* Hasta el 14 de marzo de 2011.
** Desde el 18 de enero de 2011.
*** Hasta noviembre de 2010.

RESUMEN DE LA TEMPORADA 2010/11

El Real Madrid afrontó una temporada plagada de retos. Los fichajes de Carlos Suárez y Sergio Rodríguez reforzaron la apuesta del club por los jugadores jóvenes nacionales, mientras que las contrataciones de D'or Fischer y Clay Tucker sirvieron para reforzar al equipo tanto en el juego interior como en el exterior. A ellos se unió el internacional esloveno Mirza Begic el pasado mes de enero. Después de 15 temporadas, el Real Madrid volvió a clasificarse para una Final Four.

El Real Madrid fue el único equipo español que se clasificó para la Final Four, la cita que reúne a los cuatro mejores equipos de Europa.



El Real Madrid Baloncesto inició la pretemporada de la campaña 2010-2011 en La Nucía (Alicante) y tras ganar dos partidos amistosos ante Power Electronics Valencia y Meridiano Alicante, afrontó su primer compromiso oficial en la Supercopa ACB que se celebró en Vitoria, en la que cayó derrotado en la segunda semifinal ante el Regal F. C. Barcelona.

Más adelante, el conjunto blanco revalidó su título de campeón regional al alzarse con el XVII Torneo de Baloncesto de la Comunidad Autónoma de Madrid derrotando en primer lugar a Baloncesto Fuenlabrada por 85-81 y más tarde a Asefa Estudiantes por 79-84.

En Liga ACB el Real Madrid finalizó segundo en la fase regular con un balance de 26 partidos ganados y ocho perdidos, manteniéndose imbatido en los 17 encuentros que disputó en la Caja Mágica.

Los madridistas se midieron en las eliminatorias de cuartos de final a Baloncesto Fuenlabrada, al que derrotaron en la Caja Mágica por 93-72 y en el Pabellón Fernando Martín por 55-68 poniendo de esta manera un 2-0 que les daba el pase a semifinales.

En esta ronda, el Real Madrid cayó eliminado ante el Bizkaia Bilbao Basket por 3-1. La Copa del Rey 2011 se celebró en Madrid y en ella, el equipo se impuso en

cuartos de final a Gran Canaria 2014 por 78-72 y en semifinales al Power Electronics Valencia por 69-59.

En la final disputada en el Palacio de los Deportes de la Comunidad de Madrid el 13 de febrero de 2011, el resultado fue 60-68 a favor del Regal F. C. Barcelona.

En Euroliga, el Real Madrid firmó su mejor temporada en 15 años al clasificarse brillantemente para la Final Four de Barcelona.

En la fase de grupos, el equipo blanco quedó encuadrado en el B junto a Unicaja, Brose Baskets, Virtus Roma, Olympiacos y Spirou Basket. Se clasificó en segundo lugar tras el Olympiacos, con un registro de seis victorias y cuatro derrotas. El Real Madrid disputó el Top 16 en el grupo G junto a Montepaschi, Efes Pilsen y Partizán y consiguió la primera posición con cinco partidos ganados y uno perdido. Una primera plaza que obtenía por primera vez desde la creación de la actual Euroliga en la temporada 2000-2001. Los blancos certificaron así su pase para las eliminatorias de cuartos de final de la forma más brillante posible.

Sin embargo, tras la derrota en la última jornada del Top 16 frente a el Montepaschi Siena por 77-95 dimitió Ettore Messina como entrenador del Real Madrid. Su lugar fue ocupado por quien hasta esos momentos había sido su entrenador ayudante, Emanuele Molin.

En una serie de cuartos de final muy disputada, el conjunto blanco superó a un combativo Power Electronics Valencia por 3-2, resultado que hizo posible su regreso a una Final Four de la Euroliga después de 15 años. El Real Madrid era el único representante español en la final a cuatro, que se jugaba en Barcelona. El equipo dirigido por Emanuele Molin perdió en semifinales ante el Maccabi Electra por 82-63 y en el partido por el tercer y cuarto puesto ante el Montepaschi Siena por 80-62.



PABLO LASO NUEVO ENTRENADOR

Pablo Laso Biurrún (Vitoria, 13/10/1967) firmó el 26 de junio como nuevo técnico del Real Madrid Baloncesto. Jugador blanco desde la temporada 1995/96 hasta la 1997/98, ha extrapolado a los banquillos la magnífica visión de juego que le distinguió en su etapa como base. Como técnico, y tras entrenar al Pamesa Valencia, fue el principal artífice del ascenso del Lagun Aro GBC (llamado por aquel entonces Bruesa GBC) a la ACB en la temporada 2007/08. Laso regresa a Madrid para liderar un proyecto joven e ilusionante.

BALANCE DEPORTIVO BALONCESTO

Liga ACB

JORNADA	FECHA	PARTIDO	RESULTADOS
1	30/09/2010	Asefa Estudiantes - Real Madrid	79 – 84
2	10/10/2010	Real Madrid - Assignia Manresa	81 – 63
3	16/10/2010	Bizkaia Bilbao Basket - Real Madrid	73 – 75
4	23/10/2010	Real Madrid - Power Electronics Valencia	75 – 63
5	30/10/2010	Meridiano Alicante - Real Madrid	78 – 67
6	07/11/2010	Real Madrid - Lagun Aro GBC	83 – 53
7	13/11/2010	DKV Joventut - Real Madrid	64 – 72
8	21/11/2010	Real Madrid - Blancos de Rueda Valladolid	87 – 82
9	28/11/2010	Gran Canaria 2014 - Real Madrid	70 – 59
10	04/12/2010	Real Madrid - Unicaja	88 – 72
11	12/12/2010	Real Madrid - CAI Zaragoza	84 – 65
12	18/12/2010	Caja Laboral - Real Madrid	67 – 72
13	30/12/2010	Regal F. C. Barcelona - Real Madrid	95 – 75
14	02/01/2011	Real Madrid - C.B. Granada	84 – 57
15	09/01/2011	Real Madrid - Menorca Basquet	95 – 84
16	13/01/2011	Cajasol - Real Madrid	75 – 89
17	16/01/2011	Real Madrid - Baloncesto Fuenlabrada	76 – 75
18	22/01/2011	Real Madrid - Asefa Estudiantes	82 – 61
19	30/01/2011	Assignia Manresa - Real Madrid	61 – 62
20	05/02/2011	Real Madrid - Bizkaia Bilbao Basket	76 – 72
21	19/02/2011	Power Electronics Valencia - Real Madrid	59 – 52
22	27/02/2011	Blancos de Rueda Valladolid - Real Madrid	74 – 65
23	05/03/2011	Real Madrid - DKV Joventut	78 – 60
24	10/03/2011	Lagun Aro GBC - Real Madrid	78 – 88
25	13/03/2011	Real Madrid - Meridiano Alicante	80 – 62
26	19/03/2011	Unicaja - Real Madrid	69 – 68
27	26/03/2011	Real Madrid - Gran Canaria 2014	74 – 73
28	03/04/2011	C.B. Granada - Real Madrid	65 – 73
29	09/04/2011	Real Madrid - Regal F. C. Barcelona	77 – 72
30	16/04/2011	CAI Zaragoza - Real Madrid	86 – 84
31	23/04/2011	Real Madrid - Caja Laboral	76 – 71
32	01/05/2011	Baloncesto Fuenlabrada - Real Madrid	88 – 79
33	12/05/2011	Real Madrid - Cajasol	78 – 59
34	15/05/2011	Menorca Basquet - Real Madrid	76 – 91

Play-Off Liga ACB

ELIMINATORIA	FECHA	PARTIDO	RESULTADOS
Cuartos de final	20/05/2011	Real Madrid - Baloncesto Fuenlabrada	93 – 72
Cuartos de final	22/05/2011	Baloncesto Fuenlabrada - Real Madrid	55 – 68
Semifinales	27/05/2011	Real Madrid - Bizkaia Bilbao Basket	78 – 67
Semifinales	29/05/2011	Real Madrid - Bizkaia Bilbao Basket	66 – 71
Semifinales	31/05/2011	Bizkaia Bilbao Basket - Real Madrid	68 – 51
Semifinales	02/06/2011	Bizkaia Bilbao Basket - Real Madrid	80 – 72

Turkish Airlines Euroleague

ELIMINATORIA	JORNADA	FECHA	PARTIDO	RESULTADOS
Fase de regular	1	18/10/2010	Olympiacos - Real Madrid	82 – 66
Fase de regular	2	28/10/2010	Real Madrid - Unicaja	68 – 56
Fase de regular	3	04/11/2010	Lottomatica Roma - Real Madrid	56 – 74
Fase de regular	4	11/11/2010	Real Madrid - Brose Basket	83 – 81
Fase de grupos	5	17/11/2010	Spirou Charleroi - Real Madrid	67 – 49
Fase de grupos	6	25/11/2010	Real Madrid - Olympiacos	82 – 68
Fase de regular	7	02/12/2010	Unicaja - Real Madrid	75 – 71
Fase de regular	8	09/12/2010	Real Madrid - Lottomatica Roma	72 – 50
Fase de regular	9	15/12/2010	Brose Baskets - Real Madrid	82 – 75
Fase de regular	10	23/12/2010	Real Madrid - Spirou Charleroi	94 – 45
Top 16	1	19/01/2011	Real Madrid - Partizán	78 – 58
Top 16	2	26/01/2011	Montepaschi Siena - Real Madrid	68 – 78
Top 16	3	03/02/2011	Real Madrid - Efes Pilsen	89 – 86
Top 16	4	17/02/2011	Efes Pilsen - Real Madrid	60 – 77
Top 16	5	24/02/2011	Partizán - Real Madrid	56 – 61
Top 16	6	03/03/2011	Real Madrid - Montepaschi Siena	77 – 95
Play-Off	1	22/03/2011	Real Madrid - Power Electronics Valencia	71 – 65
Play-Off	2	24/03/2011	Real Madrid - Power Electronics Valencia	75 – 81
Play-Off	3	29/03/2011	Power Electronics Valencia - Real Madrid	66 – 75
Play-Off	4	31/03/2011	Power Electronics Valencia - Real Madrid	81 – 72
Play-Off	5	05/04/2011	Real Madrid - Power Electronics Valencia	66 – 58
Final Four	1	06/05/2011	Maccabi Electra - Real Madrid	82 – 63
Final Four	2	08/05/2011	Real Madrid - Montepaschi Siena	62 – 80

Copa del Rey

ELIMINATORIA	FECHA	PARTIDO	RESULTADOS
Cuartos de final	10/02/2011	Real Madrid - Gran Canaria 2014	78 – 72
Semifinales	12/02/2011	Real Madrid - Power Electronics Valencia	69 – 59
Final	13/02/2011	Real Madrid - Regal F. C. Barcelona	60 – 68

XVII edición Torneo de Baloncesto de la CAM

PARTIDO	RESULTADOS
Real Madrid - Baloncesto Fuenlabrada	85 – 81
Asefa Estudiantes - Real Madrid	79 – 84

CANTERA DE BALONCESTO



La cantera madridista pasa por un periodo de asentamiento y se empiezan a ver los frutos del cambio de estructura llevado a cabo la pasada campaña. El equipo **EBA**, con una media de edad de 19 años, ha realizado una gran temporada quedando segundo del grupo B y accediendo a las eliminatorias por el ascenso, donde cayó ante el ABP Badajoz.

El Júnior demostró su superioridad en el campeonato de Liga y se proclamó campeón de Madrid de la mano de un genial Jorge Sanz, que fue designado MVP de la fase final. En el campeonato de España, los madridistas quedaron en quinta posición, tras caer en cuartos de final ante el Unicaja de Málaga.

El Cadete A y el Infantil A conquistaron el subcampeonato de Madrid en sus respectivas categorías. Los primeros alcanzaron los cuartos de final del Campeonato de España, mientras que los infantiles terminaron terceros en el dicho torneo. El cadete Javier de la Blanca y el infantil Santiago Yusta fueron los mejores jugadores y máximos anotadores de sus respectivas fases finales de la Comunidad de Madrid.

El Cadete B acabó la temporada en la novena posición, un gran resultado para un equipo cuyos jugadores son un año menores que los del Cadete A, en la misma categoría. Por su parte, el Infantil B fue segundo en el grupo C4 de la fase de clasificación.

Cabe destacar los estrenos con el primer equipo de Víctor Arteaga y Jorge Sanz. Arteaga, el pivote del filial, lo hizo en la Euroliga contra los belgas del Spirou Basket. Sanz, canterano de 17 años procedente del Junior, debutó frente al CAI Zaragoza en la Liga ACB.



EBA

Liga EBA. Grupo B
Segundo clasificado.
Primera ronda del play-off por el ascenso.

Cadete B

Campeonato de Liga A1 de la Comunidad de Madrid.
Noveno clasificado.

Júnior

Campeonato de Liga de la Comunidad de Madrid. Campeón.
Campeonato de España.
Quinto clasificado.

Infantil A

Campeonato de Liga A1 de la Comunidad de Madrid. Subcampeón.
Campeonato de España.
Tercer clasificado.

Cadete A

Campeonato de Liga A1 de la Comunidad de Madrid. Subcampeón.
Campeonato de España. Sexto clasificado.

Infantil B

Campeonato de Liga A2 de la Comunidad de Madrid.
Segundo clasificado.



Área Social

Asamblea de Socios Representantes
Entrega de insignias
Oficina de Atención al Socio
Oficina On Line de Atención al Socio
Línea de Atención al Socio y Línea Real Madrid
Servicio de Cesión de Asiento
Publicaciones escritas y comunicaciones
Actos de jugadores
Comisión de Disciplina Social
Datos de socios
Más información
Admisión nuevos socios
Boletín electrónico





ASAMBLEA DE SOCIOS REPRESENTANTES

El 12 de septiembre de 2010 se celebraron la Asamblea General Ordinaria y la Asamblea General Extraordinaria, en las que se aprobaron la memoria, balance, e informe económico de la temporada 2009-2010, el presupuesto para la temporada 2010-2011 y la congelación de las cuotas sociales para la temporada 2011-2012. En la Asamblea General Extraordinaria se aprobó la ampliación de la composición de la Junta Directiva, nombrándose a Ángel Luis de las Heras Aguado nuevo vocal de la misma.

Composición de la Asamblea General

Junta Directiva	16
Presidente	1
Ex presidentes	2
Socios de honor	7
Cien primeros socios	100
Socios electos	1.948

Entrega de insignias

El pasado 12 de marzo se celebró el acto de entrega de insignias a todos los socios que celebraron sus 25, 50 y 60 años de afiliación al club. Se concedieron un total de 2.633 insignias, de las cuales 146 eran de oro y brillantes, 141 de oro y 2.346 de plata.

El presidente del club, Florentino Pérez, presidió el acto acompañado de leyendas del madridismo, lideradas por nuestro presidente de honor Alfredo Di Stéfano, y por una representación de la junta directiva.

El acto contó con la participación del cantaor y socio de nuestro club José Mercé, que interpretó su particular y extraordinaria versión del himno del Real Madrid C. F. Todos los socios asistentes recibieron un vídeo especial del acto, en el que se trasladaba el reconocimiento de fidelidad al club.

Nuevos Socios de Honor

La junta directiva del Real Madrid C. F., en sesión celebrada el 16 de marzo de 2011 y presidida por Florentino Pérez, decidió nombrar socios de honor, máxima distinción que concede nuestro club, a Vicente del Bosque, a Plácido Domingo y a Rafael Nadal. De esta manera, el club mostraba un reconocimiento público a las trayectorias profesionales de estos ilustres madridistas que sienten y aman a este club.

Vicente del Bosque por su impecable tarea como seleccionador de una España campeona del mundo en Sudáfrica, Plácido Domingo como fenómeno de la música que ha logrado ser un símbolo indiscutible de la historia de la ópera y Rafa Nadal como número 1 del tenis mundial, se han hecho justísimos merecedores de la más alta distinción que puede ofrecer el Real Madrid.

Esta extraordinaria condecoración ha sido otorgada a otras personalidades de reconocido prestigio como Alfredo Di Stéfano, presidente de honor del Real Madrid C. F., y Joseph Blatter, presidente de la FIFA.



Oficina de Atención al Socio

Continúa ofreciendo un servicio integral de atención personalizada a nuestros socios y aficionados. Con acceso desde la puerta 55 del estadio Santiago Bernabéu, permanece abierta en horario ininterrumpido de 9:00 h a 19:00 h, de lunes a viernes. La Oficina de Atención al Socio ha recibido más de 16.000 visitas anuales y ha atendido más de 33.000 llamadas telefónicas. Además, desde el correo electrónico oficial de la OAS se han respondido y resuelto más de 13.000 solicitudes de información y gestiones de trámites a distancia.

Oficina On Line de Atención al Socio

Recientemente se ha incorporado la nueva Oficina On Line de Atención al Socio, desde donde se pueden realizar trámites relacionados con la condición de socio: cambios de domicilio, teléfonos, correos electrónicos, código PIN, etc. Desde su puesta en marcha en el mes de marzo ha recibido 38.000 visitas de socios.

Las ventajas de esta aplicación quedaron eficazmente demostradas en la gestión de solicitudes para la Final de la Copa de S. M. el Rey 2011, y para la semifinal de la UEFA Champions League.

Línea de Atención al Socio y Línea Real Madrid

Desde la Línea de Atención al Socio (902 212 002), todos los socios son atendidos directamente por un operador previa identificación con su número PIN. Un total de 35.204 llamadas confirman el éxito de este canal exclusivo de información. Desde la Línea de Atención al Socio (902 31 17 09) también se han emitido más de 7.000 llamadas con motivo de diferentes campañas relacionadas con el colectivo social.

Servicio de Cesión de Asiento

Los datos confirman el éxito de este servicio que continúa aumentando los beneficios cada temporada:

- › Descuento sin límite en el abono de la próxima temporada gracias al Servicio de Cesión de Asiento, pudiendo llegar a alcanzar el 100 % del importe del abono tradicional.
- › 115.886 localidades cedidas en la temporada 2010-2011, lo que supone un 8,74 % más de operaciones de cesión que en la temporada anterior.
- › 82.827 entradas vendidas a la afición procedentes de las cesiones de los socios, lo que supone un incremento del 8,46 % con respecto a la temporada anterior.
- › 2.035.967 € recaudados con las cesiones de los abonos de nuestros socios.

Publicaciones escritas y comunicaciones

Estatutos Sociales: documento oficial que contiene las normas por las que se rige la entidad. Los estatutos vigentes fueron aprobados en la Asamblea General Extraordinaria de 29 de marzo de 2009.

Boletín de Socios: publicación oficial que recoge información institucional del club, así como noticias de interés para los socios.

Informe general: documento oficial de recopilación y balance de todas las actividades promovidas por el Real Madrid C. F.: institucionales, deportivas, sociales, empresariales, económicas y de comunicación, junto con el informe económico.

Revista Hala Madrid, Hala Madrid Júnior y Tiempo Descuento: revistas trimestrales con toda la actualidad del club, noticias, reportajes, entrevistas, ofertas y promociones. La pasada temporada se realizaron cuatro envíos al domicilio de los socios y madridistas.

Actos de jugadores

En todos los partidos que el Real Madrid C. F. ha jugado fuera de Madrid se han organizado actos de firmas de jugadores, a los que han sido invitados los socios del club de las ciudades donde el equipo se ha desplazado.

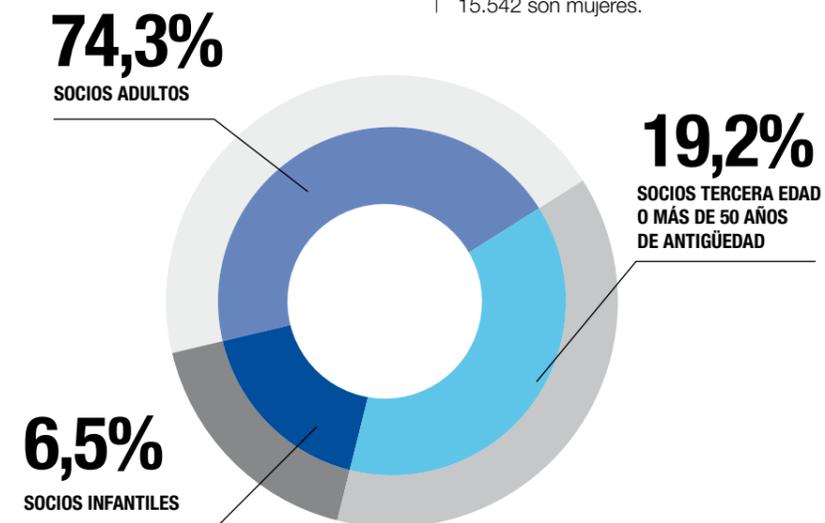
Asimismo, a través de la Línea Real Madrid han contactado más de 62.733 aficionados solicitando información de diferentes aspectos relacionados con el club.

Comisión de Disciplina Social

En la temporada 2010-2011, la Comisión de Disciplina Social ha continuado desarrollando su labor como órgano regulador de la disciplina social, de conformidad con los estatutos del club, destacando las siguientes actuaciones: un socio quedó sin sanción, se propuso sanción de amonestación privada a 33 socios y para 31 se propusieron sanciones desde dos meses a cuatro años de suspensión temporal en sus derechos como socios, según los casos. Además, tienen abierto expediente disciplinario pendiente de resolver 152 socios.

Datos de socios

La masa social del Real Madrid C. F. está compuesta por un total de 89.706 socios, de los que 67.309 son socios adultos, 16.248 son socios infantiles y 6.149 son socios con más de 65 años de edad o más de 50 años de antigüedad. De todos nuestros socios 74.164 son hombres y 15.542 son mujeres.



- › Congelación de las cuotas sociales de la temporada 2010/2011, igual que en las cinco últimas temporadas.
- › 67.309 socios adultos pagaron una cuota de 143 €.
- › 4.313 socios infantiles de 11 a 14 años de edad pagaron una cuota de 49 €.
- › 3.008 socios mayores de 65 años de edad, jubilados y con 25 años en el club, pagaron una cuota de socio reducida de 71,50 €.
- › 3.141 socios con más de 50 años de antigüedad en el club están exentos de pago de la cuota de socio.
- › 11.935 socios infantiles menores de 11 años de edad también están exentos de pago de la cuota de socio.
- › Posibilidad de financiar la cuota anual gracias a la tarjeta Real Madrid-Banesto, ofreciendo la posibilidad de aplazar el pago de las cuotas sociales hasta en 9 meses sin intereses.
- › Prioridad en la compra de localidades y descuentos en el precio para socios no abonados.
- › Acceso gratuito al Tour del Bernabéu y a Ciudad Real Madrid para presenciar los partidos del Real Madrid Castilla y los equipos de la cantera.

Admisión nuevos socios

La Junta Directiva del Real Madrid C. F., dando cumplimiento al compromiso adquirido por nuestro presidente ante la Asamblea de Socios Compromisarios, acordó que los socios actuales del club pudieran solicitar el alta como socios de sus hijos o nietos. Está previsto que en próximas temporadas se lleven a cabo nuevas campañas de admisión con el fin de cubrir las bajas que se produzcan, lo que será comunicado por el club a través de sus canales oficiales.

Boletín electrónico

En junio se puso en marcha una nueva forma de comunicación con el socio, aprovechando el impulso de las nuevas tecnologías dentro del club: nació el Boletín de socios electrónico, una publicación exclusiva. Con él se pretende establecer una relación aún más estrecha, rápida y ágil entre el club y nuestros socios, y al mismo tiempo mantenerles informados de los acontecimientos más relevantes de su club. Del mismo modo, permitirá poner a su alcance las ofertas y promociones más ventajosas.





Copa del Rey 2011
Celebración de la afición en Cibeles

LA AFICIÓN MADRIDISTA SE VOLCÓ CON SU EQUIPO Y VIAJÓ A VALENCIA, DONDE SE VIVIÓ UNA FIESTA ANTES DEL PARTIDO.

MILES DE MADRIDISTAS CALENTARON MOTORES EN EL ESPACIO ASIGNADO A NUESTRA AFICIÓN Y ARROPARON AL EQUIPO EN CADA MOMENTO DEL DÍA DE LA FINAL. DE MADRUGADA, LA AFICIÓN ESPERABA EN CIBELES.

PEÑAS EN ESPAÑA

1. ANDALUCÍA	439
Almería	52
Cádiz	42
Córdoba	79
Granada	81
Huelva	41
Jaén	69
Málaga	52
Sevilla	23

2. ARAGÓN	39
Zaragoza	17
Huesca	12
Teruel	10

3. ASTURIAS	48
-------------	----

4. BALEARES	42
-------------	----

5. CANARIAS	30
-------------	----

6. CANTABRIA	26
--------------	----

7. CASTILLA LA MANCHA	274
-----------------------	-----

Albacete	54
Ciudad Real	75
Cuenca	44
Guadalajara	30
Toledo	71

8. CASTILLA LEÓN	149
------------------	-----

Ávila	31
Burgos	15
León	26
Palencia	9
Salamanca	19
Segovia	18
Soria	3
Valladolid	15
Zamora	13

9. CATALUÑA	121
Barcelona	71
Tarragona	17
Lérida	14
Gerona	19

10. CEUTA	1
-----------	---

11. COMUNIDAD VALENCIANA	193
--------------------------	-----

Alicante	80
Valencia	58
Castellón	55

12. EXTREMADURA	231
-----------------	-----

Cáceres	89
Badajoz	142

13. GALICIA	126
-------------	-----

A Coruña	37
Lugo	29
Orense	26
Pontevedra	34

14. LA RIOJA	29
--------------	----

15. MADRID	194
------------	-----

16. MELILLA	2
-------------	---

17. MURCIA	75
------------	----

18. NAVARRA	20
-------------	----

19. PAÍS VASCO	16
----------------	----

Álava	4
Guipúzcoa	7
Vizcaya	5

TOTAL NACIONAL	2.055
-----------------------	--------------

› Reuniones con Peñas en cada uno de los desplazamientos del equipo en competición nacional.

› 657 peñas.

› Almuerzos de confraternización con aficiones contrarias.

› Han participado más de 150 peñas del Real Madrid C. F. y de los equipos rivales en los diferentes encuentros de amistad entre aficiones.

› Asistencia de representación del club en los eventos organizados por las peñas madridistas.

› 260 actos. A destacar que las peñas han celebrado durante este año: 12 el 25 aniversario y una el 50 aniversario.

› Peñas en formación.

› 144 peñas.

› Reunión de Peñas 2011.

› El pasado 5 de junio se celebró la Reunión de Peñas 2011 en Valdebebas. Estuvieron representadas más de 1.000 peñas con una asistencia de más de 4.000 personas.

PEÑAS FUERA EN EL MUNDO

PEÑAS EXTRANJERAS	
ALBANIA	1
ALEMANIA	4
ANDORRA	1
AUSTRALIA	1
AZERBAYÁN	1
BÉLGICA	6
BIELORRUSIA	1
BRASIL	1
BULGARIA	1
CHILE	1
CHINA	4
CHIPRE	1
COSTA RICA	1
CUBA	1
DINAMARCA	1
EGIPTO	1
EMIRATOS ÁRABES	2
FILIPINAS	1
FRANCIA	4
GIBRALTAR	1
GRECIA	1
GUATEMALA	2
GUINEA ECUATORIAL	2
HOLANDA	2
HUNGRÍA	1
INDONESIA	1
INGLATERRA	1
JAPÓN	2
JORDANIA	1
MARRUECOS	7
MÉXICO	1
NORUEGA	1
PANAMÁ	1
PERÚ	1
POLONIA	1
PORTUGAL	1
PUERTO RICO	1

REPÚBLICA DOMINICANA	1
SENEGAL	1
SIRIA	2
RUSIA	2
SUECIA	1
SUIZA	12
TÚNEZ	1
UCRANIA	1
USA	3
VENEZUELA	2
TOTAL EXTRANJERAS	88

TOTAL PEÑAS MUNDO	2.143
--------------------------	--------------





Patrimonio

Gestión de Infraestructuras
Nueva Oficina de Atención al Socio On-line
Remodelación de la Unidad de Control
Integral del Estadio
Red wifi para medios de comunicación
Estadio Santiago Bernabéu
Ciudad Real Madrid





Desde las Direcciones de Tecnología y Sistemas e Infraestructuras, se han desarrollado durante la temporada 2010/2011 actividades relacionadas con:

- › Conservación y mantenimiento de las instalaciones.
- › Mejoras para la Atención al Socio, de los Sistemas de Seguridad y de los servicios a los medios de comunicación.

TRAS LA ÚLTIMA REMODELACIÓN DEL ESTADIO Y LA INAUGURACIÓN DE LA CIUDAD REAL MADRID, EL CLUB VIENE HACIENDO UN AÑO MÁS UN ENORME ESFUERZO ECONÓMICO EN CONSERVACIÓN.

Estas actividades en las disciplinas de carpintería, metalistería, cristalería, solados, pinturas, etc., suponen un gasto anual de 3 millones de euros.

A continuación describimos la relación de las actuaciones dignas de mención en relación a la promoción de inversiones, realizando una somera descripción del trabajo desarrollado.

Nueva Oficina de Atención al Socio On-line

En los primeros días de marzo de 2011 se puso en funcionamiento dentro de Realmadrid.com la nueva Oficina on-line de Atención al Socio. Una nueva herramienta que permite realizar consultas y operaciones relacionadas con la condición de socio sin necesidad de desplazarse a las oficinas del club, sin limitación de horario y con total seguridad y confidencialidad.

Se pueden realizar trámites como el de cambio de datos personales, cambio de pin y consulta de datos bancarios. Es intención del club potenciar este portal como el medio principal de relación con el socio, ganando en eficiencia y agilidad en todas las gestiones. Como muestra de la potencialidad del nuevo entorno exclusivo, fue a través de esta sección como se llevó a cabo toda la exitosa operativa de solicitud de entradas para la Final de Copa de S. M. el Rey 2011, recogándose más de 15.596 solicitudes, que agrupaban a 44.933 socios, con total garantía de integridad de la información manejada.

Remodelación de la Unidad de Control Integral del Estadio

Acorde a las nuevas necesidades en lo que al control de las operaciones y servicios del estadio se refiere, entre los meses de diciembre de 2010 y febrero 2011 se procedió a una remodelación del Centro de Control del Estadio, una referencia mundial en gestión de instalaciones en día de espectáculo que recibe más de 15 visitas anuales para ver su funcionamiento.

Esta remodelación abarcó tanto el propio tamaño del Centro de Control, que se ha ampliado cerca de un 40 % para mejorar la habitabilidad de los especialistas que controlan el estadio, como las instalaciones que garantizan su operatividad incluso en caso de emergencia (redundancia eléctrica y de redes de voz/datos/vídeo) y a las aplicaciones de control de elementos físicos y lógicos.

Red wifi para medios de comunicación

Tomando como piloto la exitosa experiencia de la final de la Champions League 2010, durante la temporada 2010/2011 se ha puesto en funcionamiento con gran éxito el servicio de redes wifi para los medios de comunicación que cubren los partidos en el estadio (fotógrafos, prensa escrita, radios, comentaristas de TV) y los entrenamientos de la Ciudad Real Madrid, garantizando así una cobertura de calidad.

Inversión de sostenimiento de la Ciudad Real Madrid

Inversión que agrupa obras de mejora y pequeñas actuaciones de conservación. Las principales resueltas durante la temporada fueron:

- › **Acometidas interiores y exteriores en la Ciudad Real Madrid.** Esta temporada se han ejecutado las obras necesarias para poder regularizar los suministros correspondientes a agua regenerada y agua de protección contra incendios. También han finalizado las obras de la estación de regulación y medida así como el inicio de los trámites para la solución definitiva correspondiente a la acometida eléctrica.
- › **Accesos.** Una vez finalizadas las obras de la autopista M-11, se ha procedido a la regularización del acceso a la Ciudad Real Madrid frente a IFEMA. Con esta nueva ejecución queda definitivamente solventado el acceso sur a la ciudad deportiva.





ESTADIO SANTIAGO BERNABÉU



Inversiones de sostenimiento del Estadio Santiago Bernabéu

Inversión que agrupa obras de mejora y pequeñas actuaciones de conservación. Las principales resueltas durante la temporada fueron:

- › **Reestructuración del primer anfiteatro.** Comprobada la posibilidad de una nueva fila en el primer anfiteatro del estadio, se han creado 860 localidades nuevas en el conjunto de este anillo, 26 plazas encima de palco presidencial y nuevas plataformas para cámaras requeridas por la UEFA para el próximo año. Además, se ha aprovechado la intervención para adecuar estéticamente las zonas de grada de restaurantes y palco presidencial. Se prevé que el proyecto quede totalmente habilitado para el primer partido de la campaña 2011/2012.

- › **Remodelación de la galería lateral este.** En consonancia con la mejora de las galerías y zonas adyacentes del estadio, y dentro de los compromisos de renovación de zonas vip, se han adecuado las galerías junto al palco presidencial. A su vez se han modificado las escaleras de acceso y evacuación del primer anfiteatro para conseguir tanto una mejora estética como funcional de los accesos a butacas y palcos.

- › **Adecuación y ampliación de boxes.** A petición de la Dirección General de Presidencia y de la Dirección de Operaciones y Servicios se han ampliado 32 plazas en la zona de boxes por eliminación de separaciones. Adicionalmente, se ha ampliado la zona de catering anexa correspondiente a las actuales oficinas de baloncesto, a la espera de comprobar la confortabilidad resultante con la ampliación para actuar en consecuencia.

- › **División de palcos del primer anfiteatro.** Se han dividido los palcos 3009, 3019, 3025 y 3026 para facilitar la comercialización de plazas por reducción del tamaño de los mismos.
- › **Adecuación del interior de los palcos del lateral oeste.** Remodelación solicitada por la Dirección de Área VIP para la mejora del producto ofrecido a sus clientes.

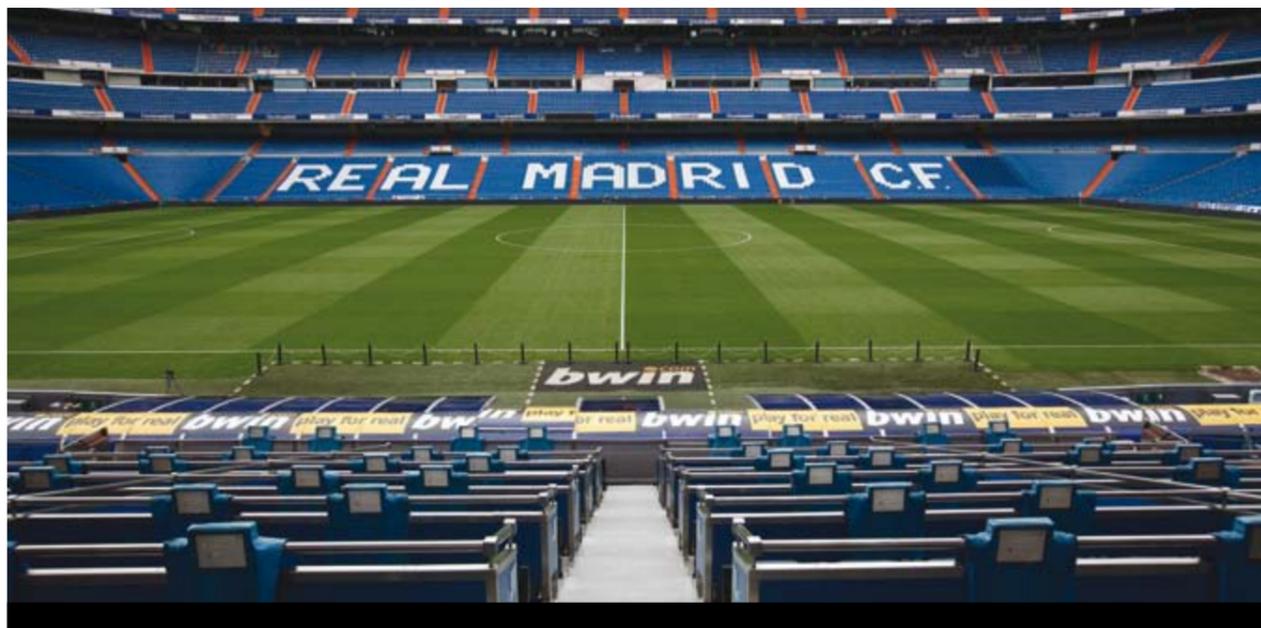


Ingresos

Gestión de Aforo y Área Vip
Patrocinio y Publicidad
Área de Marketing
Gestión de Instalaciones
New Media



GESTIÓN DE AFORO Y ÁREA VIP



Asistencia

La asistencia a partidos de competición oficial y al Trofeo Santiago Bernabéu se ha incrementado esta temporada hasta casi 1,8 millones de espectadores.

Número de entradas vendidas

Esta temporada, el número de entradas vendidas ha superado las 500.000.

Cesión de localidades

La mejora y modernización de los sistemas de cesión de abono permiten que este servicio, que supone un importante ahorro para el abonado en su cuota de abono anual, sea más óptimo. Del mismo modo,

el resultado es una mejor asistencia de público al estadio, que permite que más madridistas disfruten de nuestros partidos, y sigue creciendo cada año. Esta temporada se han superado las 115.000 entradas cedidas, lo que va a suponer un importante ahorro para los abonados que las han cedido.

Durante esta temporada se ha incorporado un nuevo sistema de cesión, a través de SMS. Este sistema permite a nuestros abonados ceder su localidad simplemente contestando a un mensaje de texto que previamente el club le ha enviado a su teléfono móvil, sin ningún otro tipo de acción necesaria. Este sistema se ha implantado al final de la temporada y estará en pleno funcionamiento durante la próxima, permitiendo a nuestros abonados acceder a este servicio con mayor comodidad.

Venta por canales

Esta temporada se han vendido a través de los canales remotos más de 360.000 entradas frente a las 300.000 de la temporada anterior, lo que supone un 20 % de incremento.

Dentro de las ventas por canales remotos hay que reseñar el crecimiento constante de las ventas que se realizan a clientes de fuera de España.

Baloncesto. En esta campaña el equipo ha pasado a disputar sus encuentros en otra instalación: la Caja Mágica. Ha sido un balance positivo para la primera temporada, con una modernización de la cancha. El club ha puesto a disposición de los socios y aficionados un servicio de lanzaderas (ida y vuelta) para facilitar el acceso a las nuevas instalaciones.

Área Vip

Desde Área Vip se han llevado a cabo diversas acciones comerciales para la venta de palcos y butacas por temporada, así como de butacas Vip por partido, lo que han dado como resultado un incremento del 6% sobre los ingresos de la temporada 2009/10.

La venta de localidades Vip por partido va cobrando mayor importancia, su comercialización ha supuesto esta temporada un notable incremento sobre la temporada pasada.

Por otro lado, en Área Vip se sigue trabajando siguiendo el modelo de gestión implantado la temporada pasada, basado en una política de precios por butaca y zona. Además se ha desarrollado una nueva herramienta informática, el "CRM", que facilita la gestión, organización y control del departamento.

En la actualidad, Área VIP cuenta con 4.862 butacas Vip distribuidas por todas las zonas del estadio Santiago Bernabéu.

El número de palcos asciende a 217, que suponen 2.690 plazas, y las 2.172 plazas restantes corresponden a butacas interiores y exteriores situadas por varias zonas del Estadio, incluyendo los cuatro restaurantes: Puerta 57, Real Café, Asador de la Esquina y Zen Market.



PATROCINIO Y PUBLICIDAD

UN AÑO MÁS Y FRUTO DEL RECONOCIMIENTO DE MARCA A NIVEL INTERNACIONAL, EL REAL MADRID CUENTA CON EL PATROCINIO DE GRANDES EMPRESAS MUNDIALES, LÍDERES EN SUS RESPECTIVOS SECTORES, QUE HAN QUERIDO VINCULAR SU MARCA A LOS VALORES REPRESENTADOS POR EL CLUB

Dentro del marco de sus acuerdos a largo plazo con la institución, **Bwin** mantuvo un año más la apuesta por la plataforma de comunicación global ofrecida por el Real Madrid, realizando numerosas y exitosas campañas de comunicación y promoción.

En la presente temporada el Real Madrid ha llegado a un importante acuerdo estratégico de patrocinio en el sector de las telecomunicaciones con **Telefónica** para las próximas dos temporadas. **Telefónica** estará presente junto al Real Madrid en aquellos mercados clave para la operadora a nivel mundial a través de diversas acciones promocionales exclusivas vinculadas a nuestro club y a las marcas de **Telefónica**, donde destacan entre otras **Movistar**, **Imagenio**, **Terra**, **O2**, etc. Con este acuerdo **Telefónica** también estará presente en aquellos soportes publicitarios del club de repercusión internacional.

El Grupo Mahou San-Miguel anunciaba su compromiso de ampliar su condición de patrocinador internacional durante tres temporadas más.

bwin

Audi

Mahou

movistar

need Spain MADRID

STC

EMPRESAS POLAR

PT Dua Kelinci

Coca-Cola

Sanitas

SOLAN DE CAMBAS

Solaria

LECHE PASCUAL

En esta nueva etapa, el grupo cervecero refuerza su estrategia internacional vinculado al Real Madrid para expandir su marca en nuevos mercados, como Estados Unidos, o emergentes, como el africano, así como mejorar la preferencia y reconocimiento de su marca en mercados con más tradición, como el europeo.

Paralelamente, durante esta temporada todos los madridistas han podido seguir disfrutando las experiencias únicas y exclusivas que **Mahou** ha venido ofreciendo en las numerosas acciones de marketing desarrolladas conjuntamente con el Real Madrid.

Audi, Patrocinador oficial del Real Madrid desde 2003, tras sus buenos resultados alcanzados en estos años renueva el acuerdo que vincula al líder internacional del sector automovilístico a nuestro club hasta la temporada 2013-2014.

Este año la tradicional entrega de coches a los jugadores del primer equipo se realizó en el estadio Santiago Bernabéu, donde pudieron experimentar la sensación de salir del terreno de juego al volante de sus nuevos coches. La sorpresa del acto fue el vehículo exclusivo Audi A1 con los colores y el escudo del Real Madrid, vehículo único en el mundo que ha sido especialmente fabricado como símbolo de la buena relación que une a las dos instituciones desde hace ocho temporadas.

Al grupo de patrocinadores internacionales del Real Madrid dentro de los acuerdos regionales para sus territorios de actuación se une **Dua Kelinci**, con un acuerdo por el cual la empresa de snacks patrocinará al club madridista en Indonesia durante los dos próximos años. El acuerdo permite a **Dua Kelinci** el uso y explotación de los derechos de imagen del Real Madrid, así como el uso de sus derechos

de promoción en el país asiático.

En este modelo de patrocinio también se encuentran **Empresas Polar**, compañía líder en el sector alimentación y gran consumo en Venezuela, y **STC**, principal operador de telefonía en Arabia Saudí y Oriente Medio, que consolidan su condición de socios estratégicos para seguir desarrollando la marca Real Madrid alrededor del mundo.

El Real Madrid promocionará las marcas turísticas de España y Madrid en el mundo

El **Ministerio de Industria, Turismo y Comercio**, a través de **Turespaña**, la **Comunidad de Madrid** y el **Ayuntamiento de Madrid**, firmaron en el pasado mes de febrero un acuerdo de colaboración con el Real Madrid para la promoción internacional de España y Madrid como destinos turísticos durante las tres próximas temporadas.

Mediante este pionero acuerdo, la marca Real Madrid y sus jugadores se convertirán en la imagen y voz de las diferentes campañas de publicidad internacionales para, de esta forma, llegar a un público estimado de más de 300 millones de personas, lo que se traduce en una oportunidad única para la promoción turística de estas marcas que utilizarán el lema **'Visit Spain, Visit Madrid'**.

Este acuerdo supondrá una colaboración que permitirá abordar actuaciones y proyectos promocionales, así como planificar grandes acciones a largo plazo en los mercados estratégicos.



LOS PATROCINADORES NACIONALES DEL REAL MADRID VUELVEN A PONER DE MANIFIESTO CON LA VALORACIÓN DE SUS RESULTADOS Y RECONOCIMIENTO DE MARCA EL ÉXITO DE LA EXPLOTACIÓN DE LOS DERECHOS EN EL ÁMBITO NACIONAL.

Las numerosas acciones promocionales vinculadas al Real Madrid que se han desarrollado durante esta temporada, unidas al desarrollo de las redes sociales, consolidan a nuestra entidad como una gran plataforma flexible sobre la que nuestros patrocinadores pueden construir campañas de marketing integradas.

La visibilidad y repercusión mediática que el Real Madrid tiene son factores claves para que dos de nuestros patrocinadores, **Coca-Cola** y **Solán de Cabras**, hayan encontrado en nuestra entidad la plataforma premium de exposición que aumente la preferencia hacia sus productos frente a la competencia y les posicione como marca líder en su segmento a nivel nacional, algo que cobra gran importancia en sectores de gran regionalización, como ocurre en el mundo de las aguas minerales.

Sanitas, compañía líder en cuanto a clientes de seguros privados de asistencia médica y salud en España, ha llevado el control y gestión de los Servicios Médicos del Real Madrid a unos altísimos niveles con los mejores especialistas médicos y equipos tecnológicos más avanzados con los que cuenta en todo el mundo. Todo ello reforzado con las campañas de comunicación y acciones especiales vinculadas a este acuerdo permiten crear un vínculo indisoluble en ambos ámbitos de cara al consumidor.

El Real Madrid, dentro de su apuesta por el respeto al Medio Ambiente y la Responsabilidad Social Corporativa, cuenta desde hace tres temporadas con el Patrocinio de **Solaria Energía y Medio Ambiente**, empresa española de energía solar, líder a nivel internacional y la única compañía de dicho sector que cotiza en la Bolsa Española. En un sector de gran expansión como la energía solar, **Solaria** cuenta con la activación de los derechos adquiridos como estrategia diferenciadora y plataforma de RRPP frente a su competencia nacional e internacional.

Grupo Leche Pascual, nuevo patrocinador oficial de las Categorías Inferiores del Real Madrid

Los 13 que conforman la cantera del Real Madrid cuentan desde esta temporada con el patrocinio de **Grupo Leche Pascual**, líder de leche en el mercado español y pionero en numerosos campos del sector de la alimentación.

Su compromiso por la promoción del deporte y la actividad física como instrumentos complementarios a una dieta saludable para la mejora de la calidad de vida y prevención de la obesidad, les convierte en el patrocinador perfecto de nuestras jóvenes promesas, enviando un mensaje responsable y saludable a la sociedad.

Otros acuerdos: la firma Pedro del Hierro viste al Real Madrid

El Real Madrid y **Pedro del Hierro** alcanzaron un acuerdo por el que la enseña del **Grupo Cortefiel** vestiría a los jugadores del primer equipo de fútbol y baloncesto y el RM Castilla durante la temporada.

La sastrería a medida de la firma **Pedro del Hierro** se puso a disposición de los jugadores del Real Madrid, diseñando un *look* actual, elegante y confeccionado expresamente para ofrecer mayor comodidad a los jugadores en sus desplazamientos oficiales.

De tal manera, tanto con el *look* casual como con el uniforme formal, nuestros jugadores se han convertido en los mejores embajadores de la exclusiva sastrería de la firma.

Imagen de jugadores

En la empresa moderna, cada vez más la comunicación tradicional se une a un prescriptor que aporta diferenciación, valor, cercanía y vínculos emocionales posicionando a la compañía un escalón por encima de sus competidores.

En este ámbito los integrantes de la plantilla del Real Madrid se han convertido en los mejores embajadores.

El Grupo Mahou-San Miguel, amplió tres temporadas más su vinculación con el capitán del Real Madrid: Iker Casillas. Durante este año Iker y **Mahou**, a través de sus campañas de imagen, han reforzado aún más su vinculación y cercanía con el consumidor. Una de las piezas unía a Iker con sus amigos de toda la vida y fueron los encargados, con este spot, de despedir el año 2010 en la gran mayoría de cadenas de TV de este país.

Iker Casillas cuya vinculación con **Reebok** se extiende desde hace más de 10 años, se ha convertido durante esta temporada en uno de los deportistas clave, en su campaña a nivel mundial, de cara al lanzamiento de la nueva línea Zig Tech, reforzando su presencia internacional.

Philips, líder global en cuidado de la salud, consumo y estilo de vida, ha confiado en Iker Casillas como imagen de sus campañas en España así como la unión de sus valores personales a los de la compañía. La primera de ellas se situó entre las elegidas del "short list" del Festival Publicitario de San Sebastián.

Gillette, compañía líder en cuidado personal y habituada a trabajar con grandes estrellas del deporte, confió su estrategia en España de cara a cambiar la percepción del consumidor sobre su compañía en un acuerdo con Xabi Alonso, quien se convirtió en imagen de **Gillette** para promocionar la línea de cuidado de la piel.

Adidas ha renovado esta temporada su acuerdo con Sergio Canales, formando parte del pool de prestigiosos deportistas con los que nuestro patrocinador cuenta para prescribir sus productos por todo el mundo.

Un año más, **Electronic Arts**, líder mundial en el sector de los videojuegos, ha reafirmado su apuesta por los jugadores del Real Madrid como imagen de su producto estrella FIFA 11.

De este modo, Kaká fue elegido como embajador del videojuego a nivel mundial mientras que Benzema, Carvalho y Özil fueron elegidos como prescriptores de la licencia FIFA 11 en sus respectivos países.

Como complemento al acuerdo de patrocinio internacional firmado con **Telefónica**, la multinacional española decidió apostar por Gonzalo Higuaín como prescriptor de la compañía y sus productos.

La dimensión internacional del jugador y sus marcados valores coinciden plenamente con la estrategia de expansión de la marca, principalmente en LATAM, facilitando el acuerdo por los próximos dos años.

También **Nike** se une a las compañías que esta temporada han apostado por Gonzalo Higuaín como prescriptor de su marca a nivel internacional.

Cristiano Ronaldo se mantiene como uno de los grandes reclamos a nivel

publicitario para compañías de primer nivel y marcado carácter internacional; de esta forma, el jugador portugués suma esta temporada dos nuevos acuerdos: **Toyota** y **Time Force** y renueva con **Banco Espiritu Santo** y **Nike**.

Como gran novedad este año, uno de los mayores atractivos a nivel internacional para marcas líderes en diferentes sectores ha sido el entrenador de la primera plantilla.

Así, **Delacour**, **Banco Millenium**, **Saudi Telecom Company**, **Braun** y **Adidas** confiaron en José Mourinho como embajador de su marca y principal activo en sus campañas de comunicación a nivel global.



Publicidad perimetral

Una temporada más el mercado continúa apostando por la explotación cualitativa de nuestro soporte. La creciente fragmentación de las audiencias de televisión le da aún mayor valor si cabe a la presencia de las marcas dentro de un contenido premium, como son los partidos del Real Madrid, siendo nuestro soporte por su formato un elemento publicitario poco invasivo para el telespectador.

Esta apuesta del mercado se ha traducido en una renovación del 100 % de las marcas que estuvieron en el soporte la temporada anterior.

Marcas como Pullmantur, que iniciaron su relación con el soporte durante la parte final de la temporada, han confirmado su interés contratándolo para toda la temporada 10/11.

La incorporación de grandes marcas, con acuerdos de patrocinio de gran nivel, que incluye la publicidad perimetral dentro del acuerdo, supone que la disponibilidad del soporte esté ya hoy muy limitada para ofrecerlo al mercado.

Partidos amistosos

La expansión internacional del club sigue su curso ascendente y prueba de ello fue la gran acogida con la que nuestro primer equipo fue recibido en todos los partidos disputados durante la pasada pretemporada. Estos partidos, además de ser un excelente escaparate para la imagen del club, son muy necesarios para la preparación de nuestros jugadores.

Se inició la Pretemporada 2010-2011 con un stage de concentración en Los Ángeles (Estados Unidos) del 28 de julio al 7 de agosto, contando para ello con las fantásticas instalaciones que la Universidad de UCLA puso a nuestra disposición. Durante su estancia allí, el conjunto blanco jugó dos partidos de preparación. El primero de ellos tuvo lugar el 4 de agosto en San Francisco ante el Club América de México y el segundo, midió a los nuestros frente a L.A. Galaxy en el mítico estadio Rose Bowl de Los Ángeles.

Después, el equipo regresó a España para continuar con su preparación de pretemporada en la Ciudad del Real Madrid, aunque con dos compromisos europeos en la agenda. El 13 de agosto el equipo se desplazó a Múnich (Alemania) para disputar ante el Bayern un partido homenaje a Franz Beckenbauer, presidente de honor

del club germano. El 17 de agosto Bélgica recibió al Real Madrid para la disputa de un partido contra el Standard de Lieja en el Stade de Sclessin.

Otros dos encuentros en tierras españolas cerraron la agenda de pretemporada. El primero de ellos se disputó en el estadio José Rico Pérez de Alicante contra el Hércules CF y como colofón de la pretemporada se celebró el tradicional Trofeo Santiago Bernabéu contando con el Club Atlético Peñarol de Montevideo como invitado de excepción. Cincuenta años después de la primera final de la Copa Intercontinental que disputaron estos dos clubes, el fútbol volvió a ponerles frente a frente en un amistoso con sabor especial.

Este proceso de internacionalización del Real Madrid y el desarrollo de la marca en otros mercados sigue una evolución ascendente articulándose a través de sólidos

acuerdos con socios internacionales que dominan dichos mercados y que permiten al Real Madrid tanto una fuente de ingresos recurrentes como la promoción de nuestra imagen en diferentes lugares del mundo donde nuestro equipo despierta un inmenso interés.

Con este tipo de partidos, celebrados más allá de nuestras fronteras, el Real Madrid tiene la posibilidad de acercarse a sus aficionados y ofrecerles la posibilidad de ver a sus ídolos en directo.

PARTIDOS DE PRETEMPORADA EN EE. UU. Y EUROPA		
FECHA	PARTIDO	ESTADIO
04/08	Club América - Real Madrid	Candlestick Park (San Francisco)
07/08	Los Ángeles Galaxy - Real Madrid	Rose Bowl (Los Ángeles)
13/08	Bayern Múnich - Real Madrid	Allianz Arena (Múnich)
17/08	Standard de Lieja - Real Madrid	Stade de Sclessin (Lieja)
21/08	Hércules - Real Madrid	José Rico Pérez (Alicante)
24/08	Trofeo Santiago Bernabéu: Real Madrid - Peñarol	Santiago Bernabéu



ÁREA DE MARKETING

Licencias

En la actualidad el Real Madrid dispone de más de 120 empresas licenciatarias y una gran cantidad de referencias de Productos Oficiales dirigidos a públicos de todas las edades.

Tanto a nivel nacional como internacional, las Licencias del Real Madrid continúan aumentando, con nuevos productos licenciados y acciones promocionales.

EL ÁREA DE LICENCIAS Y PRODUCTOS DE CONSUMO SE HA CONSOLIDADO EN EL MERCADO NACIONAL Y HA EXPERIMENTADO UNA GRAN EXPANSIÓN INTERNACIONAL

Todo ello gracias a los acuerdos de agente y de colaboración, firmados con distintas compañías repartidas por las zonas del mundo donde el número de aficionados vinculados con el Real Madrid es más importante, tales como México y Centroamérica, China, países nórdicos e incluso Israel. Con la ayuda de estos acuerdos se está incrementado el conocimiento internacional de la marca Real Madrid por todo el mundo.

El club trata de mejorar, con cada nuevo contrato de licencias que firma, el perfil de las empresas licenciatarias, consiguiendo que cada una de estas sean de las más importantes en cada uno de los sectores.

Una de las novedades de esta temporada 2009-2010, ha sido el acercamiento del club y los licenciatarios al público femenino, con productos hechos exclusivamente para las mujeres de todas las edades — collares, brazaletes, llaveros, monederos, batas y pijamas ropa interior—. Productos que en un principio iban dirigidos al sector masculino se han adaptado, usando nuevos diseños y colores, a las mujeres.

Continuando con la vinculación con grandes compañías licenciatarias y para facilitar el posicionamiento de la marca Real Madrid en el mercado, como una marca de producto home, el club ha incorporado nuevas referencias entre las que destacan los colchones y almohadas Pikolín.

En esa línea se han desarrollado nuevas categorías como los muebles para dormitorio juvenil, cabeceros, maletas, cunas, etc...



Madridistas

En el noveno año desde su lanzamiento, el programa de fidelización Madridistas, dedicado a gestionar las ventajas y promociones de socios y Madridistas, ha incorporado 25.000 nuevos Madridistas al colectivo de simpatizantes con carné, alcanzó la cifra de 170.000 carnets activos.

Adaptándose a las actuales circunstancias del mercado, el programa ha desarrollado formas más asequibles para que los madridistas entren a formar parte del club. Un ejemplo es el Pack Madridista, donde en el propio estadio Santiago Bernabéu, y por tan sólo 40 €, los madridistas que lo deseen, pueden conseguir y llevarse in situ el pack compuesto por: una bufanda, una entrada gratuita al Tour Bernabéu y un carné Madridista personalizado. Esta acción ha incrementado el número de Madridistas internacionales que se han sumado al programa de fidelización.

Por otro lado, el nuevo colectivo nacido en la temporada pasada, eMadridista, ha aumentado su número en 100.000 nuevos aficionados, alcanzando en la temporada 2009-2010 la cifra de 650.000 eMadridistas.

El club ha incrementado la comunicación hacia ellos, con nuevos boletines electrónicos donde se les ha informado, sobre los nuevos productos, servicios y promociones lanzadas por el Real Madrid. En particular, han podido acceder a información sobre la compra de entradas para determinados partidos de fútbol así como de los nuevos servicios on-line.

El club continúa con el objetivo de aproximar, conocer y poner en contacto a los madridistas existentes por todos los rincones del mundo. En la actualidad contacta de forma habitual y periódica, a través del programa de fidelización Madridistas, con más de 1.000.000 de seguidores distribuidos por todo el mundo.

GESTIÓN DE INSTALACIONES

Merchandising y distribución

La alianza entre la compañía alemana Adidas y el Real Madrid ha cumplido doce años, tiempo que ha servido para sentar las bases de la colaboración entre las marcas a nivel internacional y que ha facilitado la capilaridad y el acceso a nuevos mercados de nuestros productos oficiales.

La colección de productos Adidas-Real Madrid está disponible para los aficionados en más de 90 países distribuidos por todo el mundo. De este modo y tras la presentación y lanzamiento de la colección de la temporada 2010/2011, se registraron unos niveles de ventas al alcance de muy pocas entidades deportivas a nivel mundial, identificándose como mercados clave: Iberia (España y Portugal), Reino Unido, Alemania, Japón, China, USA y LATAM.

Tan importantes fueron las ventas de la colección principal como está siendo el desarrollo de la marca "Hala Madrid", identificándose como vehículo promocional para diferentes empresas así como un elemento clave de lucha contra la piratería.

Con más de 1.500.000 visitantes y tras cinco años de funcionamiento, la Tienda Bernabéu se ha convertido en un referente a nivel internacional de tienda deportiva. Además de contar con una oferta muy amplia de productos oficiales del club, se pueden encontrar multitud de artículos para la práctica de las principales disciplinas deportivas. Por su parte, la Tienda Carmen, ubicada en el centro de la ciudad de Madrid, sigue obteniendo unos niveles interesantes de tráfico y de facturación apoyándose principalmente en los turistas.

Tour del Bernabéu

En la temporada 2010/2011 el Tour del Bernabéu ha pulverizado todos sus registros, al haber recibido más de 750.000 visitantes de multitud de países. El 45 % de fuera de España (USA, China, Italia,



Francia, Reino Unido, Japón o Alemania, entre otros) y con un altísimo nivel de satisfacción entre todos sus visitantes.

La inigualable ubicación del estadio Santiago Bernabéu, el amplio recorrido de su itinerario y el dinamismo de los contenidos convierten al Tour Bernabéu en uno de los puntos turísticos más deseados y visitados de la ciudad de Madrid.

No cabe duda de que se trata de un lugar de visita imprescindible dentro de los circuitos turísticos y de ocio de la ciudad.

Asimismo se han establecido diferentes alianzas comerciales con los principales operadores de los canales de venta nacional e internacional (operadores turísticos, cadenas hoteleras, centros y parques de ocio) y diferentes acciones comerciales dirigidas a colectivos que han propiciado la visita de más de 3.000 grupos a lo largo del ejercicio.

Del mismo modo, la oferta de productos y servicios dentro del recorrido del Tour experimenta una continua mejora (restauración temática, fotografía digital, tienda oficial), adaptándose a las necesidades de nuestros visitantes e incrementando el ratio de consumo y de satisfacción por cliente.

Mención especial a la adaptación y actualización de contenidos que ha expe-

rimentado el Tour con la inclusión de la 18ª Copa de S. M. el Rey, que se ha convertido en uno de los puntos que mayor interés ha despertado dentro del recorrido con 170.000 visitantes sólo durante los meses de abril y mayo de 2011.

Eventos de empresa

El estadio Santiago Bernabéu y Ciudad Real Madrid se han situado como referentes en los circuitos de comercialización y venta de instalaciones para actividades corporativas y eventos de empresa.

Con más de 180 eventos al año se pretende desestacionalizar y racionalizar el uso de las mismas cuando no se lleva a cabo en ellas la actividad principal o deportiva. Todo es posible gracias a un equipo comercial y de operaciones propio, así como a las alianzas establecidas con los principales operadores nacionales e internacionales del sector.

La continua renovación y mejora de la oferta y del catálogo de producto (partidos de fútbol, cenas de gala, conferencias, eventos de gran formato, etc) hace que las principales empresas de los más diversos sectores de actividad apuesten por las instalaciones del Real Madrid para llevar a cabo sus eventos corporativos.

La repetición de nuestros clientes es síntoma inequívoco de su elevado grado de satisfacción, consolidándose esta línea de negocio como una de las apuestas de futuro y una vía de internacionalización de nuestra oferta.

Seguimos apostando por la incorporación de las nuevas tecnologías. Habiendo completado satisfactoriamente el lanzamiento del catálogo digital y la herramienta de gestión de salas en formato 360º, en los próximos meses se pondrá en marcha un software de gestión que nos permitirá maximizar los usos y los retornos que se obtengan de nuestras instalaciones.

Restauración

El pasado mes de mayo de 2011 se inauguró en el estadio Santiago Bernabéu el restaurante ZEN Market. Es un local de comida asiática de primer nivel fusión entre la restauración china y la japonesa que tiene el acceso por la avenida Concha Espina, con una visión privilegiada sobre el terreno de juego.

Cuenta con una decoración excelente que incorpora piezas milenarias traídas desde China con un alto valor decorativo y artístico.

Este nuevo establecimiento completa la oferta gastronómica de referencia del estadio Santiago Bernabéu, junto con los restaurantes Puerta 57, Real Café y El Asador de la Esquina.

Esta actividad permite ampliar la oferta comercial del estadio, diversificar la gestión de aforo y establecer una línea de trabajo que genere ingresos recurrentes para el club.





Real Madrid TV

Real Madrid TV, el canal de TV creado y producido para todos los madridistas del mundo, sigue siendo pionero, tanto en producción como en diversificación. Sus dos versiones, la española y la internacional, no hacen sino crecer en expansión en el mercado internacional. Más de 20 millones de hogares de todo el mundo pueden disfrutar de los mejores contenidos sobre nuestro club y tienen la posibilidad de adentrarse en las entrañas de una entidad que no pone límites ni territoriales ni raciales.

Desde el Sureste Asiático, pasando por Escandinavia, y llegando hasta los rincones africanos más lejanos, todos los madridistas, sea cual sea su nacionalidad, pueden sentirse más cerca del mejor club del siglo XX.

La exposición que otorga al resto de actividades del club, convierte a Real Madrid TV en un soporte idóneo para dar visibilidad, favorecer el consumo y engrandecer aún más si cabe nuestra gran marca.

Mobile Marketing

El Real Madrid sigue demostrando estar a la vanguardia en el sector de Mobile Marketing. Durante la última temporada se ha continuado desarrollando este canal, acercando de la manera más interactiva posible y en tiempo real los contenidos y servicios del club a todos los madridistas.

Así, MyMadrid, la aplicación móvil oficial del club, dio un paso más en su estrategia de consolidación con el lanzamiento en noviembre de 2010 de su segunda versión para iPhone y, por primera vez, para Android. Esta aplicación está disponible

a nivel internacional y ha batido todo un récord, alcanzando las 450.000 descargas durante los primeros 7 meses.

MyMadrid cuenta con novedosos servicios que la colocan como la aplicación de referencia en la industria del fútbol. Así, es la primera aplicación deportiva que cuenta con la señal en directo del canal oficial del club: Real Madrid Televisión. Cuenta también con una novedosa sección de m-commerce o comercio electrónico móvil, que permite a los usuarios, directamente con su terminal, adquirir todo el portfolio de productos físicos oficiales del club así como contratar el carné Madridista. De esta manera, Mymadrid se configura como la primera plataforma móvil de un club de fútbol que permite a los usuarios comprar camisetas, equipaciones de entrenamiento, entradas o hacerse madridista directamente con su Smartphone. Esto permite al club poner a disposición de los fans, tengan o no un PC, todos los servicios oficiales directamente en el móvil y para todo el planeta.

Desde el punto de vista de producto, el Real Madrid lanzó en octubre de 2010 el primer juego social multiplataforma: Real Madrid Fantasy Manager 11. Este juego, que se puede disfrutar no sólo en Facebook sino en iPhone y Android (próximamente en iPad), ha sido todo un éxito, superando el millón de descargas y teniendo una media de 20.000 usuarios activos cada día.

El hecho de operar en múltiples plataformas permite aprovechar ventajas de distribución social, inmediatez y conveniencia. El diseño del juego permite a los usuarios contar con una única cuenta para ambas plataformas. De esta manera, el usuario puede iniciar una partida en su teléfono móvil, llegar a casa y continuarla en un ordenador.

Para este proyecto, el club ha aprovechado su base internacional de aficionados en Facebook y la base de usuarios de la aplicación móvil MyMadrid, la cual cuenta con un amplio número de descargas de pago y una base de clientes que realizan compras continuas de contenido.

Desde el punto de vista de contenidos y después de renovar y reforzar las relaciones internacionales en regiones en las que ya se tenía presencia, como Japón, Oriente Medio, India o Portugal, este año se ha firmado un acuerdo muy relevante con Prisa Digital, que tiene como objetivo ofrecer a todos los madridistas residentes en el continente americano los mejores contenidos móviles oficiales del club.

En esta línea, el Real Madrid firmó a finales de 2010 un acuerdo con Zed Iberia, empresa líder en Mobile marketing y nuevas tecnologías, que permitirá reforzar el club de contenidos móviles del Real Madrid en España y así disponer del mejor catálogo de contenidos para los cada vez más madridistas que se suscriben a este exclusivo servicio.

Como acciones especiales cabe destacar la integración del móvil como herramienta de comunicación habitual con los diferentes colectivos del club, usando la tecnología 3G para enviar felicitaciones navideñas o eventos especiales a los madridistas nacionales.

El Real Madrid continuará la próxima temporada desarrollando el canal móvil como un transmisor de información y contenidos, reforzando su presencia internacional y lanzando una nueva serie de productos oficiales.



Real Madrid.com y la internacionalización

En 2011, el club amplió las versiones idiomáticas en español e inglés con una versión árabe (www.realmadrid-arabia.com) y japonesa (www.realmadrid.jp). Luego de su entrada en operación, las nuevas páginas han obtenido un número muy elevado de visitas, lo cual ha beneficiado al club tanto a nivel de comunicación e imagen como a los negocios que se han beneficiado de dicho tráfico (ecommerce, servicios móviles y patrocinio). En el caso árabe, el club se ha preocupado de proveer contenido de vídeo on-line en dicho idioma y no solo a nivel escrito, a fin de otorgar una mejor experiencia de uso a los aficionados en la región.

En el caso de nuestra web japonesa (www.realmadrid.jp), el acuerdo con MLJ Japón ha permitido el desarrollo de una página que ofrece información en tiempo real a nuestros aficionados en dicho país. La página es además un soporte publicitario y de comunicación a los servicios móviles del club que MLJ gestiona a nivel local.

Real Madrid y las redes sociales

En 2010 se ha producido un crecimiento exponencial del club en las redes sociales. A esto se ha unido la creación de nuevas dinámicas en dichas redes que han permitido ofrecer nuevas vías de entretenimiento para nuestros aficionados y nuevas vías de comunicación y promoción para el club y nuestros colaboradores.

La página oficial del club en Facebook www.facebook.com/realmadrid, tuvo un crecimiento exponencial, llegando a superar la media de un millón de nuevos fans al mes. Solo en los seis primeros meses de la temporada 2010-2011, ocho millones de nuevos fans se unieron a la página y empezaron a recibir información y contenido del club por esta nueva vía.

La gran base de aficionados y su constante interacción con la marca han permitido además que nuestros patrocinadores encuentren una nueva y poderosa vía de activación para sus derechos. Adidas, Bwin, Mahou entre otros han desarrollado interesantes campañas usando este dinámico medio.

Twitter se posicionó en 2011 como una de las plataformas de comunicación más importantes a nivel mundial. El club no fue ajeno a esta dinámica. Durante la

temporada hemos proseguido con nuestra actividad en las cuentas oficiales de Twitter en español e inglés (@realmadrid), árabe (@realmadridarab) y japonés (@realmadridjapan). Esto permitió a los aficionados tener información de primera mano y en tiempo real de las actividades deportivas del club y sobre todo el minuto a minuto de los partidos del primer equipo. Este último contenido se ha convertido en uno de los más demandados por nuestros aficionados que siguen las incidencias mediante la plataforma de Twitter y las comparten con otros públicos y aficionados. Esta dinámica ha permitido un crecimiento acelerado en nuestras cuentas llegando a un total de 1,7 millones de seguidores al final de la temporada.

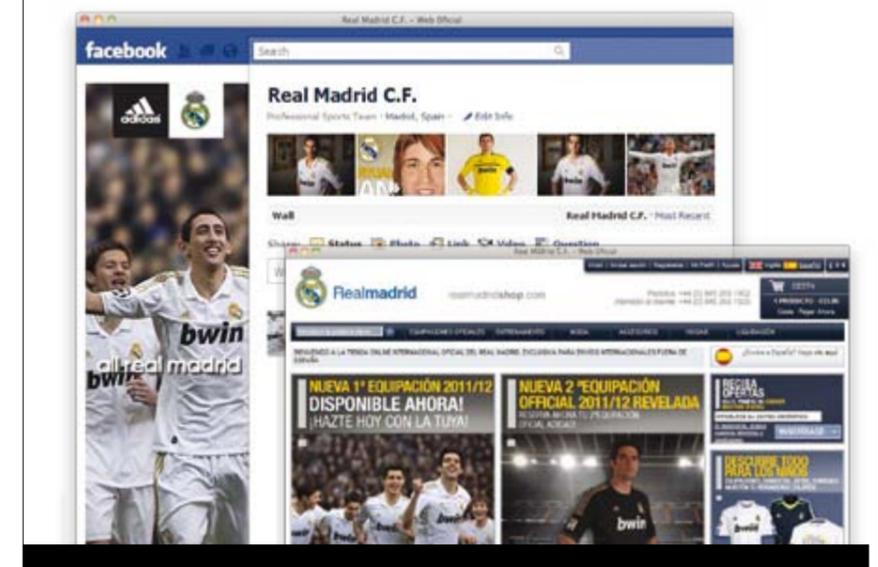
Con lo que respecta al vídeo on-line, el club ha incrementado su actividad en nuestro canal oficial de vídeo en YouTube www.youtube.com/realmadridcf. En los últimos meses las entrevistas a jugadores, cuerpo técnico, así como información deportiva y contenidos producidos por nuestros patrocinadores, han despertado el interés de nuestros aficionados. La capacidad de esta plataforma para integrarse con las demás redes sociales ha permitido además una distribución eficiente y de largo alcance para nuestro contenido, el cual ha sido ampliamente distribuido y comentado.

Ecommerce

Las tiendas oficiales on-line del Real Madrid han seguido su progresión durante esta temporada tanto en cuanto a su presencia internacional como en el servicio ofrecido a socios y aficionados.

Durante esta temporada 2010-2011 se han recibido en las dos tiendas on-line oficiales del Real Madrid (www.realmadrid-shop.com y www.tiendarealmadrid.com) más de 6,1 millones de visitas desde más de 200 países de todo el mundo. Se han atendido más de 50.000 compras únicas y se han servido más de 85.000 productos a miles de socios y aficionados que se han beneficiado de promociones y ofertas exclusivas, además de los descuentos establecidos para socios y titulares de carné Madridista.

Esto supone que este servicio haya crecido un 12 % durante este ejercicio y plantee una progresión similar para la temporada 2011-2012 basado en el aumento de las acciones de marketing —que permitan llegar a más madridista dentro y fuera de España—, una mayor y más nativa presencia en las redes sociales, una mejor configuración de nuestro catálogo de productos disponibles y una mejora continua de la calidad en los servicios a nuestros socios y aficionados.





Comunicación, Medios y Contenidos

Prensa
Realmadrid.com
Publicaciones
Realmadrid TV



Prensa

La relación del Real Madrid C. F. con los medios de comunicación es todo lo intensa que requiere una entidad como la nuestra. El Departamento de Comunicación trabaja para facilitar todo lo posible el trabajo de los profesionales que cubren la información de nuestros equipos y del club en general.

Durante la temporada 2010-2011 se gestionaron durante los partidos una media de 250 periodistas acreditados en competiciones nacionales y 400 en Champions League. El partido de semifinales de esta competición en el Santiago Bernabéu batió el récord, exceptuando las finales, con 1.200 profesionales acreditados, 500 de ellos periodistas, pertenecientes a 132 medios de comunicación extranjeros y 80 españoles.

Con el primer equipo se han gestionado 262 entrevistas de los jugadores y 98 del cuerpo técnico (76 Mourinho y 22 Karanka), 64 conferencias de prensa de jugadores y 126 del cuerpo técnico (105 de Mourinho y 21 de Karanka). En los 51 partidos disputados por el primer equipo de fútbol, los jugadores han atendido 246 entrevistas superflash, 83 Mourinho y 6 Karanka.

En cuanto a baloncesto, los jugadores y cuerpo técnico han protagonizado 780 entrevistas y 70 conferencias de prensa.

Los jugadores y entrenadores de los equipos de la cantera han concedido un total de 665 entrevistas, intervenciones en zonas mixtas y conferencias de prensa, de las que el Real Madrid Castilla, primer equipo de la cantera, ha concedido 336.

Las instalaciones que gestiona la Dirección de Comunicación en la relación del club con los medios de comunicación son: sala de prensa, zona de prensa en la



grada y zona mixta en el estadio Santiago Bernabéu. En Ciudad Real Madrid, sala de prensa en zona de primer equipo, sets de entrevistas en zona del primer equipo. En el estadio Alfredo Di Stéfano, sala de prensa, zona de prensa en la grada. Y en la Caja Mágica, sala de prensa y zona de prensa en la grada.

Realmadrid.com

La web oficial del Real Madrid C. F., referencia en el mundo entero y con aficionados en países de todos los continentes, batió esta temporada su récord de visitas con 15.016.714 en el mes de abril de 2011. En total, durante la temporada 2010-2011 Realmadrid.com ha tenido 93.903.631 visitas. Se trata de un incremento muy significativo que se ha producido durante toda la temporada 2010-2011 respecto a la 2009-2010, que fue de 48.454.130. Es decir, en solo una temporada, prácticamente se ha duplicado el número de visitas (+93,80 %).

Este carácter universal y de medio de comunicación masivo nos obliga a mantener informada a nuestra afición las 24 horas del día, por lo que Realmadrid.com se convierte en el pilar básico de los medios de comunicación del club.

La actual página web del club está en continua evolución para poder cumplir con este objetivo, por lo que constantemente presenta cambios y novedades con el fin de mejorar la imagen y la calidad de la comunicación del Real Madrid C. F. Las principales novedades en la temporada 2010-2011 han sido las siguientes:

- › Publicación de las fichas de los 300 jugadores de fútbol que componen todas las categorías de fútbol del club, desde la primera plantilla al Benjamín B. Actualización de los resultados de la cantera y de las clasificaciones prácticamente en cuanto acaban los partidos.
- › Publicación de los cerca de 80 jugadores que forman la sección de baloncesto y actualización de los resultados.
- › Consolidación de vídeos en todas las noticias.
- › Implantación de los avances en las conferencias de prensa de nuestros jugadores y entrenadores de fútbol.
- › Implantación del minuto a minuto en los partidos de baloncesto.

- › Reportajes especiales y exclusivos, destacando el seguimiento de la Copa del Rey 2011.
- › Integración de Twitter y Tuenti en todas las noticias, además de Facebook.
- › Implantación en la web de los 6 principales programas de Realmadrid TV: Real, Top Goals, La Fábrica, Realmadrid Life y 6,75.
- › Oficina On-line de Atención al Socio.
- › Descarga del dossier de prensa de cada partido.
- › Incremento del número de visitas, con 278.042.464 páginas vistas, con un incremento del 56,45 % respecto a la temporada 2009-2010 (177.715.892).



Los contenidos de Realmadrid.com son difundidos también a través de las redes sociales. El Real Madrid cuenta en la actualidad con un perfil oficial en Facebook, en Twitter y un canal propio en YouTube. Gracias a estas nuevas herramientas digitales el club blanco establece cada día conexión directa con unos 19 millones de madridistas repartidos por todo el planeta. Así, el Real Madrid ha conseguido ser el club deportivo más popular de todo el mundo en las redes sociales, según los datos de FameCount.com, que examina y estudia estadísticamente estos medios de comunicación social.

Los cerca de 17 millones de seguidores en Facebook, los dos millones en Twitter y los 37 millones y medio de reproducciones en su canal de YouTube le han otorgado al Real Madrid una popularidad del 53,76 %, porcentaje que le sitúa como el equipo con más influencia en el conjunto de estas redes sociales y como el club deportivo que más crece en Facebook a nivel mundial. Además, sus dos millones de seguidores en Twitter le convierten en el equipo más seguido de Europa en la red de los 140 caracteres.

Los jugadores del Real Madrid no se quedan atrás y han demostrado ser unos expertos de las redes sociales. El caso más claro es el de Cristiano Ronaldo, que se ha convertido en el deportista más popular de todo el mundo gracias a sus 31 millones de amigos en Facebook, a los más de tres millones de seguidores en Twitter y a los cuatro millones y medio de reproducciones en su canal de YouTube. Ricardo Kaká se sitúa en la segunda posición con cerca de diez millones de seguidores en Facebook y cinco millones en Twitter.

La calidad acompaña a las cifras pero no sólo los números sitúan al Real Madrid en lo más alto de los social media. Un estudio reciente, elaborado por la prestigiosa agencia Lewis PR, concluye que el club blanco es el que "más alcance tiene en Internet y en los social media de todos los clubes españoles de Primera y

Segunda División". El estudio ha analizado la presencia en la red de estos 42 clubes y ha destacado al Real Madrid como "el que ha desarrollado una mejor presencia on line y una mayor actividad de comunicación en las redes sociales". La calidad de las publicaciones, la distinción entre el perfil del primer equipo y el resto de secciones y categorías del club y una estrategia conjunta con la página oficial son las claves del éxito del Real Madrid en las redes sociales, según la agencia Lewis PR.

Los social media del Real Madrid se han convertido en uno de los canales de información para los madridistas de todo el mundo gracias a que las publicaciones se transmiten en cinco idiomas (español, inglés, francés, árabe y japonés). Además, en Facebook, el juego Real Madrid Fantasy Manager (con una media de 140.000 jugadores mensuales) permite al aficionado entrenar o incluso presidir el club. El canal de Youtube también marca la diferencia, puesto que el Real Madrid es el único club que ofrece contenidos exclusivos de manera gratuita y lo hace en tres idiomas (inglés, español y árabe).



Publicaciones

Durante la temporada pasada se han elaborado diez publicaciones (Hala Madrid, Hala Madrid Júnior, Grada Blanca, Hala Madrid on-line, eMadridistas, Guía de medios de baloncesto, Boletín de Socios y dossier de prensa para Liga, sorteos de Champions League y Trofeo Santiago Bernabéu).

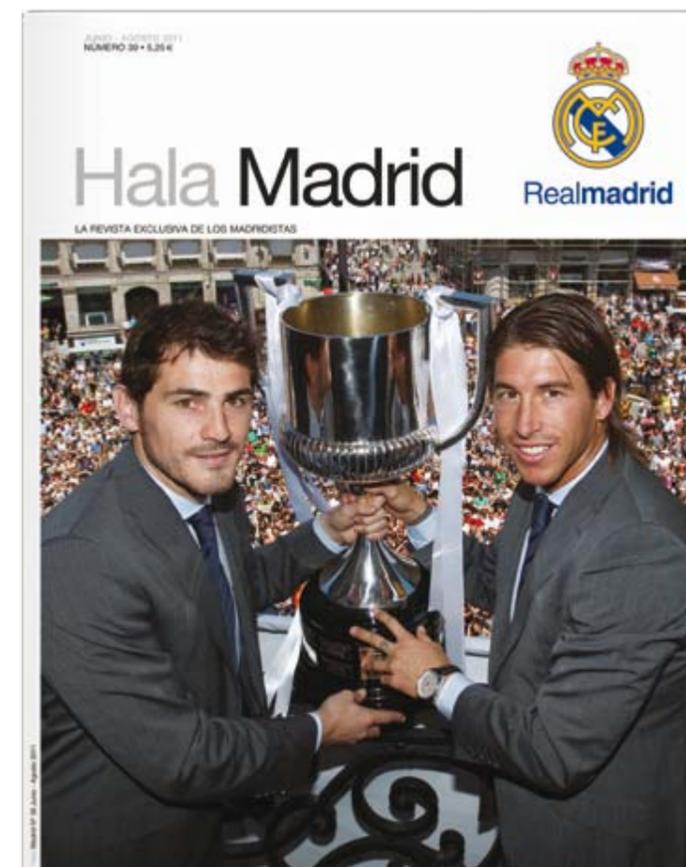
El club publica dos revistas trimestrales: Hala Madrid, que llega a 200.000 socios y Madridistas adultos; y Hala Madrid Junior, que llega a 30.000 socios y Madridistas de entre 7 y 14 años. Los boletines electrónicos Hala Madrid on-line y eMadridistas se envían con una periodicidad trimestral a más de 500.000 usuarios.

En cada jornada de Liga BBVA en casa, se edita un programa de partido, Grada Blanca, con una tirada de 40.000 ejemplares que se distribuyen en el estadio. Igualmente, en cada partido de Liga BBVA en el estadio Santiago Bernabéu se edita un dossier de prensa, del que se imprimen 700 ejemplares (400 para el palco de honor y 300 para la prensa acreditada). Por último, el Boletín de Socios se edita con una periodicidad de dos por temporada, con una tirada de 80.000 ejemplares.

En las últimas dos temporadas se ha editado como novedad un dossier para los sorteos de UEFA Champions League para facilitar el trabajo de todos los profesionales implicados en los partidos de esta competición (clubes, prensa, afición...).

De igual modo, se edita una Guía de Medios de baloncesto, con toda la información actual e histórica del Real Madrid.

Publicaciones también se encarga de supervisar las dos publicaciones que edita la Fundación Realmadrid: la revista ReALMAdrid y la Memoria Anual. Dichas publicaciones han aumentado su actividad debido a las numerosos proyectos impulsados por la Fundación.



Realmadrid TV

Realmadrid Televisión ha tenido en la temporada 2010-2011 grandes alicientes periodísticos. Desde la exclusiva de su Tour 2010 en Los Ángeles, RmTV ha asistido con entusiasmo al poderoso impulso deportivo del club, que ha tenido en la victoria en la Copa del Rey su mejor premio. RmTV lo festejó con una programación especial en directo, de más de 18 horas y su documental *En el corazón de la Copa*, con imágenes exclusivas de la concentración y celebración del primer equipo. Los clásicos y los derbis también merecieron un despliegue especial, como expresión más comprometida con la destacada trayectoria deportiva del club en la Liga y la Champions League.

RmTV ha acompañado la cobertura de los prestigiosos premios Mejor Entrenador del Mundo a su primer entrenador, José Mourinho; Bota de Oro a Cristiano Ronaldo y Embajador de Buena Voluntad de Unicef a Iker Casillas.

RmTV ha vivido un momento especial de la programación con la emisión del programa Real..., una serie exclusiva de entrevistas a fondo, en su vertiente más humana, que estrenó José Mourinho, primer entrenador del Real Madrid, al que siguieron Iker Casillas, Cristiano Ronaldo, Sergio Ramos, Higuaín y muchos otros jugadores.

En cuanto a baloncesto, RmTV ha seguido de forma completa la Euroleague y su Final Four, Copa del Rey y Liga ACB en semifinales.

El impulso renovado de la Reunión Anual de Peñas desde Ciudad Real Madrid ha sido una cita muy especial para RmTV. Y estuvo con la Fundación Realmadrid y el presidente Florentino Pérez en Jordania para la creación de una escuela madridista.

La cantera ha vivido en 2010-2011 su mejor cobertura, con todos los partidos del Real Madrid Castilla emitidos en directo y una atención especial a todas sus categorías en su programación diaria y su magacín La Fábrica.

RmTV está presente en más de 50 países en el mundo* en todos los continentes y continúa su expansión. Emite dos canales 24 horas cada uno con programación propia en español e inglés. Su fortaleza es la noticia madridista donde quiera que se produzca —Informativos y Boletines horarios—, y sus magacines (Real Madrid Life, Top Goals), debates (La Tertulia, Extratime) y programas especiales (Hoy Jugamos, The Match, 6.75), que atienden todos los ángulos deportivos, sociales e institucionales del club.

* Suecia, Noruega, Finlandia, Dinamarca, Hong Kong, Singapur, Tailandia, Malasia, Brunei, India, Pakistán, Vietnam, Camboya, Argelia, Baréin, Yemen, Emiratos Árabes Unidos, Túnez, Sudán, Siria, Somalia, Arabia Saudí, Catar, Marruecos, Mauritania, Libia, Palestina, Omán, Yibuti, Comoras, Kuwait, Líbano, Egipto, Jordania, Irak, Hungría, Rumanía, Israel, Rusia, Bielorrusia, Letonia, Estonia, Lituania, Italia, Polonia, Angola, Mozambique, Chipre, Francia, Malta, Australia, Nueva Zelanda, Estados Unidos y países de América Latina.



Primera historia audiovisual del club

Recordar los mejores goles de Di Stéfano, las mejores paradas de Iker, los episodios inolvidables de la historia del Real Madrid es posible a partir de ahora con la colección de DVD de la historia audiovisual *Real Madrid, el mejor club del mundo*. El acto estuvo presidido por el presidente de honor del Real Madrid, Alfredo Di Stéfano, y el capitán madridista, Iker Casillas.

Es la primera historia audiovisual del Real Madrid que edita el propio club. “He podido disfrutar de imágenes que nunca había visto”, reconoció Di Stéfano. Son seis horas donde se condensa la historia y los valores del Real Madrid, llenos de momentos inolvidables.

Estrategia On-Line

El departamento de estrategia on-line tiene como misión fomentar la innovación del club y de la Fundación Realmadrid en Internet.

Durante la temporada 2010-2011 se elaboró el modelo estratégico on-line del club para los próximos años y se identificaron una serie de oportunidades comerciales relacionadas con el mismo. Además se preparó un nuevo modelo interno de funcionamiento para Facebook y Twitter.

En junio se procedió al lanzamiento oficial de las páginas del Real Madrid en redes sociales chinas, cuyo potencial se estima en 700 millones de personas. Actualmente el club cuenta con 231.445 seguidores en QQ Tencent, y con 84.131 seguidores en Ren Ren, con un sólido crecimiento que estimamos que se siga produciendo durante la temporada 2011/12.





**Fundación
Real Madrid**

- Nacional
- Internacional
- Eventos
- Patrimonio Histórico



NACIONAL

Escuelas deportivas de fútbol y baloncesto

Las Escuelas Deportivas de la Fundación Real Madrid siguen haciendo del fútbol y el baloncesto una excelente herramienta para la transmisión de valores positivos, con la intención clara de crear hábitos deportivos saludables y colaborar junto con las familias en la formación integral de 2.300 niños y niñas entre 5 y 17 años, en un total de 19 escuelas de fútbol en diferentes localidades (Comunidad de Madrid, Arroyo de la Luz, Ceuta, Jódar, Navas del Marqués y Lanzarote) y ocho de baloncesto, cuya novedad es la apertura de una escuela de baloncesto adaptada para jóvenes con discapacidad intelectual en el Ayuntamiento de Majadahonda, Madrid.

Las escuelas deportivas cuentan con varios programas de formación dirigidos al profesorado y alumnado, con el fin de mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje de los jóvenes que entrenan en las escuelas ("Ellos Juegan Nosotros Educamos" y "Por una Educación REAL: Valores y Deporte"). Durante los meses de febrero a mayo las escuelas deportivas realizan un torneo interno (Valdebebas en el caso de fútbol y en Arganzuela las escuelas de baloncesto), donde los niños y niñas ponen en práctica lo aprendido durante toda la temporada en los entrenamientos y disfrutan junto con sus amigos, familia y compa-

ñeros de su deporte favorito. El programa formativo de baloncesto se completa con el desarrollo del III Campus Inclusivo de Baloncesto, donde jóvenes sin discapacidad de nuestras escuelas comparten cinco días de convivencia y entrenamiento con jóvenes en silla de ruedas, bajo una misma ilusión, el baloncesto.

Este programa de formación continúa se completa con el desarrollo de los Campus de Verano de fútbol y baloncesto, Campus Summer Experience, donde además de contribuir en la mejora técnico-táctica de los jugadores y jugadoras participantes, se ofrece un variado programa de actividades formativas, divertidas e innovadoras. En esta última edición, participaron 1.300 jóvenes entre 7 y 17 años de diferentes nacionalidades.

Escuelas de Integración Social

Las Escuelas de Integración contribuyen con la labor social que desarrolla la Fundación Real Madrid con el objetivo de crear hábitos de vida saludables mediante la práctica deportiva, consiguiendo incrementar la inclusión de sectores marginados y en riesgo de exclusión en la sociedad. Estas escuelas surgen con el objetivo de propiciar la formación integral y el disfrute del deporte del fútbol, complementando la formación de los niños y niñas en sus aspectos técnicos, tácticos, físicos, psicológicos y en sus aspectos humanos, éticos e intelectuales.

Durante esta temporada han funcionado las escuelas situadas en Canal y San Vicente de Paul ubicadas en Madrid capital; además de las escuelas de Pozuelo de Alarcón, Torrejón de Ardoz, Fuenlabrada, Aranjuez, Leganés y Guadalajara situadas en las cercanías de Madrid. Además se han puesto en marcha durante la temporada 2010-2011 las escuelas de Cervera de Pisuerga y Orcasitas.

Escuelas deportivas en centros penitenciarios

Durante la temporada 2010-2011, la Fundación Real Madrid ha ampliado su presencia en centros penitenciarios de toda la Península Ibérica. Actualmente la Fundación tiene presencia de 40 centros de toda la geografía española de las que 20 son de fútbol y 20 de baloncesto.

Escuelas deportivas en centros de acogida

El objetivo de estas escuelas es fomentar el deporte así como valores inherentes a la práctica deportiva dentro de un marco de integración social. En la actualidad existen tres escuelas de estas características que han funcionado con gran éxito en la Comunidad de Madrid; la primera en Picón de Jarama (Paracuellos), la segunda en la Residencia Manzanares y la tercera en Chamberí.

LAS ESCUELAS DEPORTIVAS DE LA FUNDACIÓN REALMADRID SIGUEN HACIENDO DEL FÚTBOL Y EL BALONCESTO UNA EXCELENTE HERRAMIENTA PARA LA TRANSMISIÓN DE VALORES POSITIVOS



LAS ESCUELAS SOCIODEPORTIVAS ATIENDEN A LA POBLACIÓN MÁS VULNERABLE DE CUALQUIER ZONA DEL PLANETA

Podemos afirmar que nuestra presencia en toda Latinoamérica, Centroamérica y Caribe es ya una realidad viva: son miles de niños y niñas los que juegan y aprenden en nuestras escuelas. Cabe destacar la gran labor que se está desarrollando en la escuela de los padres jesuitas en Lima (Perú) apoyada por Endesa, o en las favelas de Río de Janeiro, con Misiones Salesianas y el soporte de Fundación Mapfre. Colombia brilla como el país más dinámico y con mayor número de beneficiarios, llegando hasta casi los seis mil. Venezuela, junto con Trinidad y Tobago, son los últimos países incorporados a nuestro proyecto en el continente americano.

Para la temporada que viene se prevé el salto a América del Norte, en particular a Estados Unidos.

El trabajo en África va a tener un refuerzo extraordinario a través del "Proyecto África", que engloba 20 proyectos en 17 países y que se va a llevar a cabo gracias a la recaudación del partido Corazón Classic Match "Juntos por África" disputado entre los veteranos del Real Madrid y del Bayern de Múnich.

En Oriente Medio, la Fundación tiene una presencia consolidada en Israel, Palestina, Jordania, Emiratos Árabes y Arabia Saudí, y vamos a seguir creciendo en Baréin, Omán, Catar, Líbano, Siria e Irak.

Gracias al convenio firmado entre la Fundación Real Madrid y la Academia Ferenc Puskas, se inaugurará este mes de septiembre la primera escuela sociodeportiva internacional en Europa, con el nombre de "RealTanoda".

Las escuelas en Europa acaban de comenzar su andadura, con gran aceptación en muchos de los países vecinos del Viejo Continente. Cabe destacar la gran colaboración abierta en Portugal con los ayuntamientos de Vila Real de Santo António y Vilanova de Gaia, o las declaraciones de intenciones firmadas para comenzar nuevos proyectos en Rumanía, Polonia, Rusia o Albania.

En el continente asiático, gran desafío para la Fundación Real Madrid, se ha comenzado el trabajo por los dos países más poblados de la tierra: India y China. En India, la primera escuela ha sido inaugurada en Calcuta en colaboración con el Instituto Indio de Madres y Niños; y en China será en Guangzhou donde comience la búsqueda del desarrollo integral de sus niños, niñas y adolescentes, a través de la práctica deportiva y la educación en valores.



Gala de la Fundación: "Premios Alma"

La Fundación Real Madrid organizó su Gala anual, con la entrega de la primera edición de los premios Alma 2010 a personalidades ilustres: Alfredo Di Stéfano (a la Trayectoria Deportiva), AC Milan Glorie (a la Solidaridad), Instituciones Penitenciarias -Ministerio del Interior- y Horizontes Abiertos (a la Colaboración en Proyectos Nacionales), Álvaro Uribe, ex presidente colombiano (a la Cooperación Internacional) y Rafael Nadal (Extraordinario).

Entre otros eventos y actividades destaca la edición del Foro Luis de Carlos "La sexta Copa de Europa del Real Madrid", que homenajeaba el 45 aniversario de la misma; la actualización de contenidos en el Tour del Bernabéu; la edición de libros (biográficos de *Alfredo Di Stéfano Historias de una leyenda* y de *Zinedine Zidane La elegancia del héroe sencillo*), y el servicio que proporciona el Centro de Patrimonio Histórico a todo el club y las entidades que quieren homenajear al Real Madrid y a su Fundación.



Corazón Classic Match 2011: "Juntos por África"

La Fundación Real Madrid organizó el partido de fútbol solidario entre los jugadores más relevantes de la historia reciente del Real Madrid C. F. y del F. C. Bayern Múnich. Entre ellos, destacan los nombres de Zidane, Figo, Suiker, Morientes, Helguera, Butragueño, Buyo, Redondo, Santillana, Brehme, Breitner, Augenthaler o Makaay. La recaudación fue destinada al Proyecto África para el desarrollo de escuelas socio deportivas en el continente africano por parte de la Fundación Real Madrid.

La Fundación Real Madrid actualmente tiene escuelas en Marruecos, Senegal, Malí, Sierra Leona, Sudáfrica, Guinea

Ecuatorial, Camerún, Mozambique, Burundi, Malawi, Tanzania, Kenia y Etiopía. El objetivo de este programa es que en 2014 la Fundación Real Madrid pueda tener escuelas deportivas en Túnez, Argelia, Angola, Burkina Faso, Togo, Níger, Benín, Cabo Verde, Santo Tomé y Príncipe, República Democrática del Congo, República Centroafricana, Uganda, Madagascar, Ghana, Gambia, Gabón, Nigeria, Costa de Marfil, Ruanda, Mauritania, Egipto, Sudán, Chad, Libia, Zimbabue, Namibia, Lesotho, Swazilandia, Botswana, Zambia, Eritrea, Somalia, Guinea-Conakry, Guinea-Bissau y Liberia.

CENTRO DE PATRIMONIO HISTÓRICO

La Fundación Real Madrid ha trasladado el Centro de Patrimonio histórico a unas amplias instalaciones en la Ciudad Real Madrid, donde se reciben, clasifican, inventarían, catalogan y digitalizan todos los objetos y documentos procedentes de la gestión administrativa y deportiva del propio club y los que donan o ceden simpatizantes madridistas que generosamente quieren contribuir a dar a conocer la historia del Real Madrid.

Actualmente hay catalogados más de 217.000 objetos o documentos y durante la temporada en curso se han catalogado más de 22.000 unidades. Entre ellos destacan fichas y contratos de jugadores, trofeos, regalos, banderines, camisetas, carteles de partidos, imágenes, cintas de audio, vídeos...

Parte de este material ha servido para ampliar y renovar contenidos dentro del Tour del Bernabéu. Se han expuesto carteles y entradas de partidos históricos, balones antiguos de fútbol y baloncesto, camisetas y botas deportivas, juguetes deportivos antiguos, esculturas deportivas, fichas de jugadores, carnés de socios, etc. Unos objetos que a los mayores traen recuerdos de su infancia y a los más jóvenes no dejan de sorprender.

Por otro lado, con motivo del Foro Luis de Carlos "Sexta Copa de Europa del Real Madrid", de la que este año 2010 hemos celebrado su 45 aniversario, la Fundación organizó una pequeña exposición con objetos históricos relacionados con dicho trofeo.

También este año el Real Madrid ha conmemorado los 80 años de la sección de baloncesto. El antepalco del estadio Santiago Bernabéu sirvió de escenario para homenajear a dicha sección con una exposición privada con multitud de imágenes de todos los años, camisetas, revistas y fichas de jugadores.



Todos los estamentos del Real Madrid están concienciados con la importancia del Centro de Patrimonio. Fruto de ello ha sido la aportación de más de 104.000 objetos y documentos que se han recibido durante esta temporada. Entre ellos cabe destacar imágenes antiguas (diapositivas, negativos y fotografías), fichas y contratos de jugadores, revistas, carteles, planos, vídeos y grabaciones...



OBJETOS	UNIDADES
Audios	10.773
Banderines	1.612
Documentos	11.956
Fichas federativas	14.076
Planos	638
Carteles	4.271
Cuadros	771
Imágenes	124.424
Prendas	1.129
Prensa	5.238
Publicaciones	4.771
Medallas	115
Placas	3.021
Regalos	2.213
Trofeos	5.667
Videos	10.723
Otros activos	3.521





Escuela de Estudios Universitarios Real Madrid UEM

Origen y objetivos de la Escuela
Datos de la Escuela desde su apertura en 2006
Datos de la Escuela en el curso 2010 - 2011



ESCUELA EUROPEA DE MADRID



Origen y objetivos de la Escuela

A lo largo de los últimos años, el deporte se ha convertido en una disciplina que ha trascendido sus propios límites impactando en la sociedad y generando necesidades tanto profesionales como formativas en todos los ámbitos: la ciencia y la salud, los medios de comunicación, los negocios, la gestión o el ocio y entretenimiento, entre otros.

Para dar respuesta a este nuevo concepto multidimensional y vanguardista del deporte se creó, en el año 2006, la Escuela de Estudios Universitarios Real Madrid - Universidad Europea de Madrid, pionera en el mercado de la educación superior universitaria.

La Escuela de Estudios Universitarios Real Madrid - Universidad Europea de Madrid forma profesionales líderes en todas aquellas disciplinas que, de alguna manera, se relacionan con el ámbito deportivo. Sus programas están dirigidos a titulados universitarios y profesionales que desean desarrollar su carrera profesional en el sector del deporte.

La Escuela nace con una clara vocación internacional, al igual que las dos instituciones que la respaldan: por un lado el Real Madrid C. F., una de las marcas con mayor reconocimiento a nivel mundial, y la Universidad Europea de Madrid, perteneciente a la red Laureate International Universities, con presencia en 28 países, de cuatro continentes.

Datos de la Escuela desde su apertura en 2006

- › 12 sedes abiertas: España, Portugal, Marruecos, Turquía, Alemania, Chipre, México, Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador y Perú.
- › 30 titulaciones de grado, postgrado y doctorado.
- › Más de 1.100 alumnos graduados en todas las sedes.
- › 150.000€ en ayudas a la investigación, para 30 proyectos, a través de la Cátedra Real Madrid, dirigida por Mario Vargas Llosa.
- › Tres libros publicados sobre investigación en Actividad Física y Deporte.

Datos de la Escuela en el curso 2010-2011

- › 650 alumnos enrolados en las 12 sedes.
- › Apertura de la sede de Marruecos (Université Internationale de Casablanca), 11ª sede y primera sede de la Escuela en África.
- › Apertura de la sede en Portugal (ISLA, Lisboa), la 12ª sede.
- › 10 Clases Magistrales, impartidas por importantes personalidades del deporte, retransmitidas desde el Santiago Bernabéu al resto de sedes.

- › Estancias de los alumnos en Nueva York, Londres y Amsterdam (visitando la canteira del Ajax)
- › Estancia en Madrid de los alumnos de las restantes sedes, visitando las instalaciones del Real Madrid y recibiendo clases de sus directivos.
- › Lanzamiento del Máster en Detección y Gestión del Talento en Fútbol, dirigido por Miguel Pardeza
- › 50.000€ en ayuda a 10 proyectos de investigación a través de la Cátedra Real Madrid, dirigida por Mario Vargas Llosa, galardonado con el Premio Nobel de Literatura 2010.
- › Celebración de la "Semana Blanca", una semana de clases en el Estadio Santiago Bernabéu y la Ciudad Deportiva de Valdebebas, con clases impartidas por los Directivos del Real Madrid C.F.
- › Congreso Internacional de Actividad Física Pediátrica, en colaboración con la Facultad de Ciencias de la Actividad Física y Deporte de la Universidad Europea de Madrid.
- › La Escuela obtuvo el Premio Siete Estrellas a la excelencia en la Calidad y la Gestión.

IEDE | **Business School** | Universidad Europea de Madrid
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES



México

Universidad del Valle

Costa Rica

Universidad Latina

Ecuador

Universidad de Las Américas

Brasil

Amhembí Morumbi

Perú

Universidad Peruana de las Ciencias Aplicadas

Chile

Universidad de Las Américas

Portugal

ISLA

Alemania

Business and Information Technology School

España

Universidad Europea de Madrid

Marruecos

Université Internationale de Casablanca

Turquía

Istanbul Bilgi University

Chipre

European University of Cyprus





Veteranos

Asociación de Ex Jugadores de fútbol
del Real Madrid
Asociación de Ex Jugadores de baloncesto
del Real Madrid



LA BUENA SALUD DE LA QUE GOZA ESTA ASOCIACIÓN QUEDÓ NUEVAMENTE PATENTE EN SU ÚLTIMA ASAMBLEA GENERAL, CELEBRADA EN LA SALA DE PRENSA DEL ESTADIO SANTIAGO BERNABÉU. PRESIDIDA POR ALFREDO DI STÉFANO, PRESIDENTE DE HONOR DEL CLUB, EN ELLA SE REPASARON LAS CUENTAS DEL EJERCICIO 2010 Y SE HIZO BALANCE DEPORTIVO Y SOCIAL



Asociación de Ex Jugadores de fútbol del Real Madrid

Fiel a su compromiso con el club, la asociación de Ex Jugadores ha seguido colaborando de forma habitual en todos los actos institucionales que organiza el Real Madrid C. F. Sus integrantes son bandera solidaria en muchas causas benéficas y socio-deportivas a las que acuden representando al club, tanto en España como en el extranjero, y en eventos organizados por la Fundación Real Madrid, peñas madridistas y socios. Además, mantienen una constante labor de ayuda económica a los ex jugadores y entornos familiares que lo precisen.

La buena salud de la que goza esta asociación quedó nuevamente patente en su última Asamblea General, celebrada en la sala de prensa del estadio Santiago Bernabéu. Presidida por Alfredo Di Stéfano, presidente de honor del club, en ella se repasaron las cuentas del ejercicio 2010 y se hizo balance deportivo y social.

Desde el punto de vista deportivo, su actividad sigue siendo muy positiva. Esta temporada han disputado un total de 23 partidos, cuatro más que la campaña anterior, con un brillante balance de 18 victorias, tres empates y dos derrotas. Los partidos son de tres categorías —Fútbol 11, Fútbol Indoor y Fútbol 6—, y se han disputado en Córdoba, Toledo, Bilbao, Orense, Vigo, Sevilla, San Sebastián, Valencia, Valladolid y Madrid.



Sin duda el más emotivo fue con motivo del 'Corazón Classic Match 2011', un partido solidario en el que se midieron a otro de los equipos más laureados del continente, el Bayern Múnich. El partido fue una fiesta de goles (8-3) y buen fútbol. Los Figo, Zidane, Breitner, Elber, Redondo, Makaay, Butragueño, De la Red, Suiker, Sagnol, Karembeu... dejaron una inmejorable imagen. Y lo más importante: posibilitaron una sensacional entrada en el Santiago Bernabéu, cuya recaudación servirá para el desarrollo de las escuelas que la Fundación Real Madrid promueve en África.

Asociación de Ex Jugadores de baloncesto del Real Madrid

Una temporada más, las leyendas del Real Madrid han impartido lecciones magistrales de baloncesto en las canchas de España y Europa. Su actuación más destacada fue en el Torneo de la Amistad disputado en Dubrovnik durante el mes de junio, donde se alzaron con el título tras superar a Jugoplastika, Barcelona y Maccabi de Tel Aviv.

También hay que resaltar su participación en el Torneo Udi Segal, disputado en febrero en Eilat (Israel), que contó con la participación de equipos de la talla del Maccabi, Hapoel de Jerusalén y Hapoel de Eilat. El Real Madrid se proclamó campeón tras derrotar en la final al Maccabi por 60-72.

Participaron en las Jornadas sobre Cardiopatía Congénita celebradas durante la Jornada 28 de la Liga ACB, con un partido ante los veteranos del FC Barcelona en el Palau Blaugrana, que terminó con tablas en el marcador: 78-78.

Disputaron un partido amistoso internacional frente al API Udine en el Valle de las Cañas el sábado 12 de marzo, con victoria para los blancos por 83-69. Con carácter benéfico, jugaron ante los veteranos del Unicaja en Málaga, donde recaudaron fondos para la Fundación César Scariolo. En total, las leyendas del Real Madrid han jugado ocho partidos esta temporada.

En su constante empeño por difundir el baloncesto entre los más jóvenes,

completaron con gran éxito la IV edición de su Campus, celebrado durante el mes de julio de 2010 en San Javier (Murcia). Participaron 34 chicos y chicas de edades comprendidas entre 8 y 16 años, que disfrutaron con las actividades organizadas, siempre con el baloncesto como eje principal, y con las lecciones de ex jugadores como Beirán (técnica y prácticas de tiro), Toñín Llorente (manejo de balón, bote) y Darío Quesada (movimientos del pívot).

La asociación apoya a los equipos de la cantera a través del Programa de Padri-nazgo, en el que han participado ex jugadores como Javier García Coll, Arlauckas, Beirán, Rullán, Romay, Paniagua o Brabender. Mantienen las becas destinadas a los jóvenes que presentan el mejor expediente académico y la mayor dedicación al baloncesto durante la temporada. La asociación, además, mantiene sus ayudas económicas hacia aquellos asociados que lo necesiten. Así, han seguido apoyando en su formación escolar a las dos hijas de Carlos García Ribas (Elisa y María), fallecido en 2009.

LAS LEYENDAS DEL REAL MADRID HAN IMPARTIDO LECCIONES MAGISTRALES DE BALONCESTO EN LAS CANCHAS DE ESPAÑA Y EUROPA. SU ACTUACIÓN MÁS DESTACADA FUE EN EL TORNEO DE LA AMISTAD DISPUTADO EN DUBROVNIK



Informe Económico

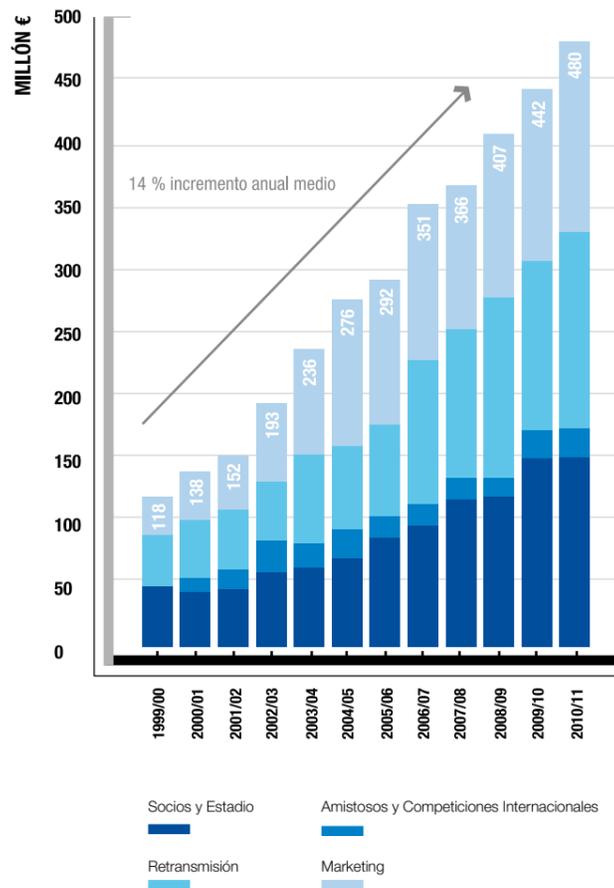
Informe de Gestión Consolidado
ejercicio 2010-2011

Presupuesto Consolidado
Temporada 2011-2012

Informe de Gestión Consolidado

Correspondiente al ejercicio anual
terminado el 30 de junio de 2011.

A continuación se presenta el Informe de
Gestión del Real Madrid Club de Fútbol
y Sociedad Dependiente que incluye
la evolución de resultados del ejercicio
2010/2011.



INGRESOS DE EXPLOTACIÓN (ANTES ENAJENACIÓN INMOVILIZADO)

Los ingresos de explotación del ejercicio 2010/11 han alcanzado la cifra de 480 millones €, lo que representa un crecimiento del 9 % respecto al ejercicio anterior y supone la cifra de ingresos de la industria del deporte más alta del mundo.

Estos ingresos son los derivados de las líneas de negocio del club: estadio, televisión y marketing. No incluyen los ingresos obtenidos por los traspasos de jugadores cuyo resultado se refleja en otra partida de la cuenta de resultados de explotación denominada resultado por enajenación de inmovilizado.

Las líneas de negocio que más han contribuido al crecimiento de los ingresos en 2010/11 han sido marketing y estadio.

La contribución de los socios, tanto por la cuota como por los abonos, representa un 9,8 % de la cifra total de ingresos.

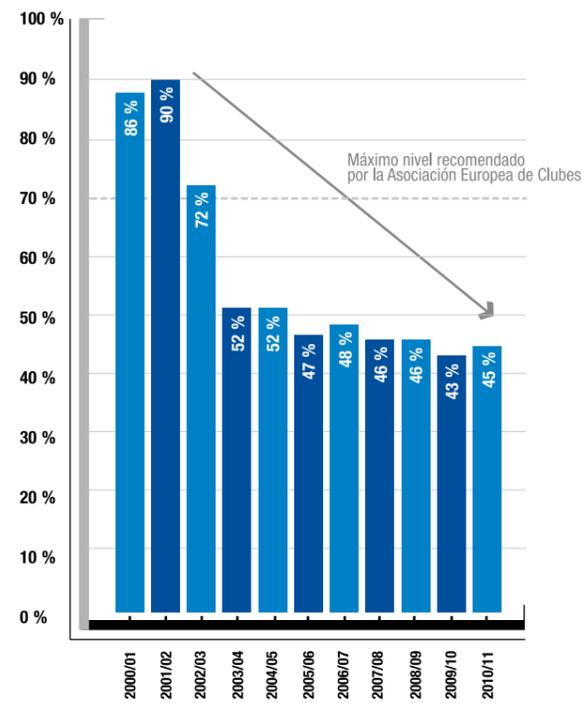
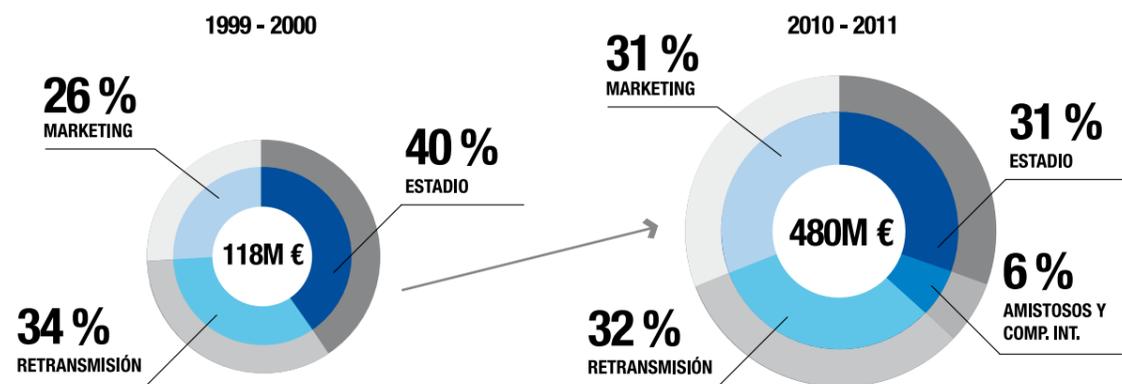
De manera retrospectiva, en el período 1999 – 2011, los ingresos han crecido a un ritmo de crecimiento medio anual del 14 %.

En cuanto a la evolución futura, el fortalecimiento de la marca a través de la inversión en grandes jugadores y su explotación comercial a través del desarrollo de las líneas de negocio y la expansión internacional continúan siendo una de las principales armas que tiene el club para mantener su capacidad competitiva y su posición de referente en el fútbol mundial.

INGRESOS DE EXPLOTACIÓN (ANTES ENAJENACIÓN INMOVILIZADO)

El club ha logrado alcanzar una estructura de fuentes de ingresos equilibrada, con una contribución en torno a un tercio del total por parte de cada una de las tres grandes áreas (estadio, televisión y marketing).

Esta diversificación de las fuentes de ingresos recurrentes confiere estabilidad económica al club, amortiguando el impacto de posibles oscilaciones de ingresos motivadas por el distinto desempeño deportivo y la evolución de la actividad económica.



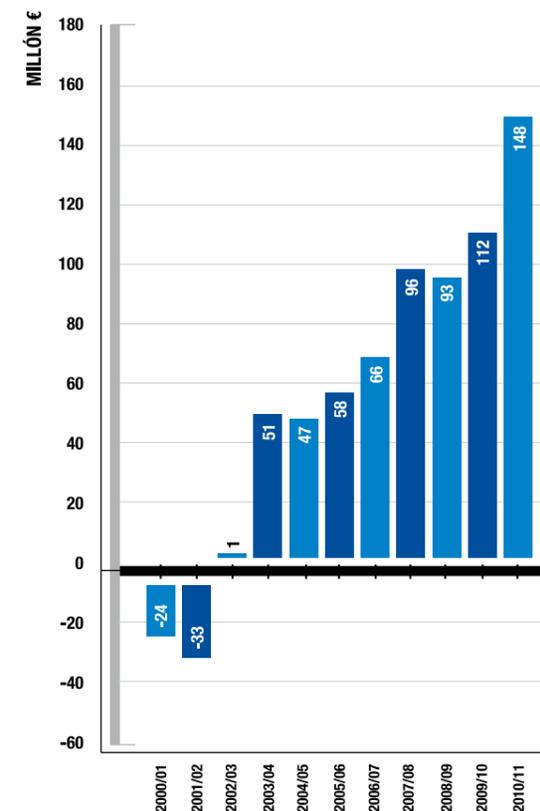
GASTOS DE PERSONAL SOBRE INGRESOS DE EXPLOTACIÓN

Es el cociente entre el total de gastos de personal del club y los ingresos de explotación (antes enajenación inmovilizado).

Este es el indicador más utilizado internacionalmente para medir la eficiencia operativa de los clubes de fútbol, requisito de su viabilidad futura. Cuanto menor es el valor de este ratio más eficiente es el club.

El crecimiento de ingresos va acompañado de un esfuerzo de contención de costes y mejora de eficiencia, como se muestra por la estabilidad del ratio que se ha situado en un 45 % en 2011.

El ratio de eficiencia del Real Madrid está situado significativamente por debajo del 50 % que es considerado como el umbral de la excelencia y muy por debajo del 70 %, que es el nivel máximo recomendado por la Asociación Europea de Clubes.



RESULTADO DE EXPLOTACIÓN ANTES DE AMORTIZACIONES Y DE RESULTADO DE ENAJENACIÓN DE INMOVILIZADO (EBITDA ANTES ENAJENACIÓN INMOVILIZADO)

El EBITDA (antes enajenación inmovilizado) constituye el excedente operativo que logra el club una vez deducidos de los ingresos de las actividades recurrentes los gastos de personal y el resto de gastos de las operaciones. Es la fuente de recursos recurrentes que dispone el club para acometer las inversiones en jugadores e instalaciones que se definan en su proyecto de desarrollo así como para cumplir sus compromisos de pago financieros.

Como se puede apreciar en la cuenta de liquidación presupuestaria de la Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio 2010/11, se ha obtenido un EBITDA (antes enajenación inmovilizado) de 148 millones €, que representa un crecimiento del 33% respecto al ejercicio anterior. Los 148 millones € de EBITDA (antes enajenación inmovilizado) representan un 31 % de los 480 millones € de ingresos de explotación: por cada 100 euros de ingresos se obtienen 31 euros de excedente una vez cubiertos los gastos.

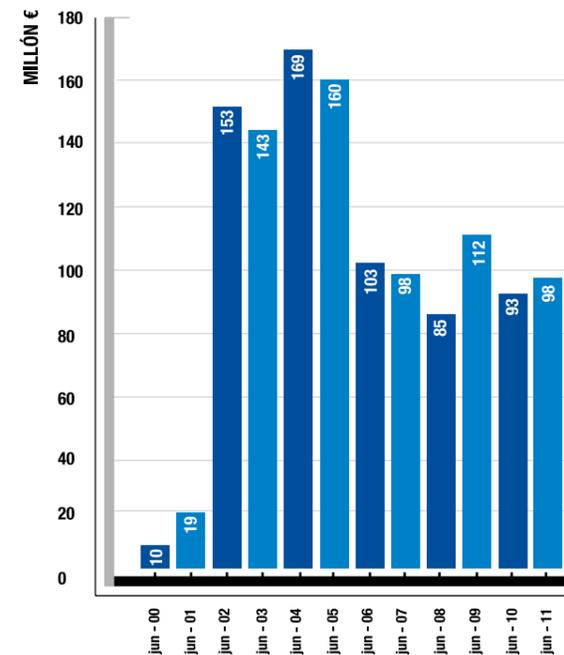
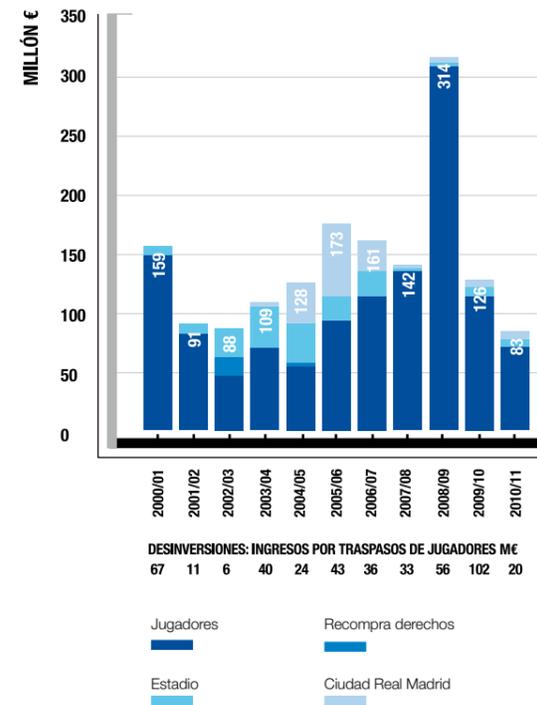
Desde un punto de vista retrospectivo, la evolución del EBITDA (antes enajenación inmovilizado) muestra una evolución de mejora continua, que constata el desarrollo de una gestión económica cuyo objetivo es la mejora de la rentabilidad a través de un esfuerzo combinado de crecimiento de ingresos y contención de costes.

CUENTA DE RESULTADOS

En el ejercicio 2010/11 se han obtenido ingresos de explotación por importe de 480 millones €, un 9 % superiores a los del ejercicio anterior y un resultado de explotación antes de amortizaciones y enajenación de inmovilizado de 148 millones € (33 % superior), lo que tras incluir los resultados por traspasos de jugadores da lugar a un EBITDA de 151 millones €. Este excedente operativo se traduce, tras deducir las amortizaciones y los gastos financieros, en un beneficio de 47 millones € antes de impuestos, un 51 % superior al del ejercicio anterior.

El crecimiento tan significativo del beneficio, conseguido en un entorno económico difícil, y la elevada cifra de beneficio conseguida, que no incluye ninguna plusvalía no recurrente procedente de activos no deportivos, muestran la rentabilidad y el potencial económico del club.

Millón €	2009/2010	2010/2011
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	442	480
Crecimiento anual	9 %	9 %
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN antes amortización/enajenación inmovilizado (EBITDA antes de enajenación inmovilizado)	112	148
% s/Ingresos	25 %	31 %
Crecimiento anual	20 %	33 %
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN antes amortización (EBITDA)	146	151
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	31	47



INVERSIONES

En el ejercicio 2010/11 el club ha invertido 83 millones €, de los cuales ha destinado 12 millones € a la mejora de instalaciones y 71 millones € a la adquisición de jugadores.

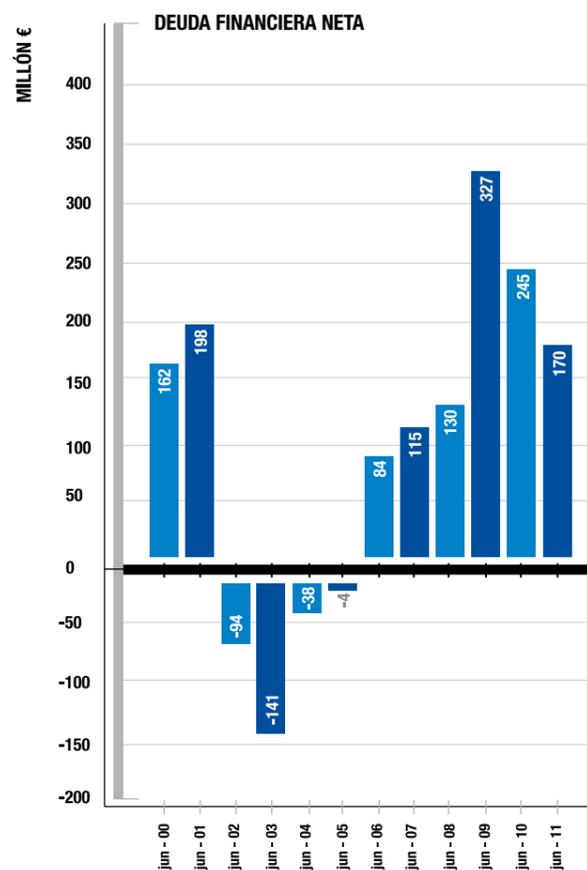
Tras el gran esfuerzo inversor realizado en ejercicios anteriores, el club durante este ejercicio, sin dejar de seguir reforzando su plantilla, ha conseguido situar la cifra de inversión neta en jugadores (adquisiciones-traspasos) en una cifra de 51 millones €, gracias a un ingreso por ventas de jugadores en el ejercicio de 20 millones €.

Observando la evolución de las inversiones en el período 2000-2011 se constata que el club, además de invertir en jugadores, ha destinado también una parte muy relevante de sus inversiones a la construcción y mejora de sus instalaciones:

- › 191 millones € destinados al estadio tanto para modernizar las instalaciones y mejorar su calidad y funcionalidad para los espectadores como para dotar a las instalaciones de los medios y servicios que permitan una mayor explotación comercial del estadio, lo que genera un retorno económico anual muy significativo.
- › 139 millones € destinados a la construcción de la Ciudad Real Madrid, considerada ya el mayor centro deportivo jamás construido por un club de fútbol, con una superficie total de 120 hectáreas, 10 veces más grande que la antigua ciudad deportiva. La Ciudad Real Madrid, por su ubicación en una de las zonas de mayor desarrollo de la capital y por sus excelentes comunicaciones, constituye un enclave estratégico y un emplazamiento de primer orden para instalaciones dedicadas al ocio y al deporte.

TESORERÍA

Se ha cerrado el ejercicio con un saldo de tesorería de 98 millones €, un 5 % superior al año anterior. Este saldo, junto con el flujo de caja a generar en el ejercicio 2011/12, va a permitir afrontar con holgura los compromisos de pago previstos a realizar en dicho ejercicio.

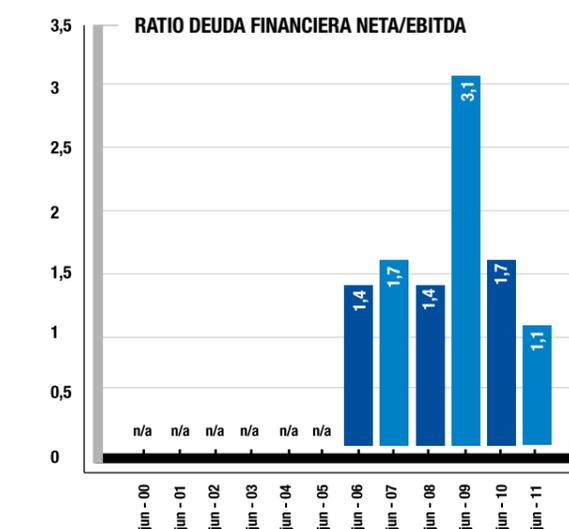


Deuda Financiera Neta: Deuda Bancaria + Acreedores/Deudores adquisición/traspaso activos – Tesorería
Signo negativo significa posición de liquidez neta.

DEUDA FINANCIERA NETA

La deuda financiera neta del club se ha reducido 75 millones € (31 %) durante el ejercicio hasta situarse en 170 millones € al 30 de junio de 2011.

Relacionando dicho importe con la capacidad de pago del club, representada por el flujo de caja ordinario (medido a través de la magnitud EBITDA: 151 millones €), se obtiene el ratio Deuda/Ebitda, uno de los indicadores de solvencia más utilizados, que alcanza un valor de 1,1 a 30 de junio de 2011. La reducción de deuda, apalancada por el crecimiento del EBITDA, se ha traducido en una notable mejora de dicho indicador, que se ha reducido desde 1,7 al inicio del ejercicio hasta 1,1 al cierre del ejercicio, un valor que se encuentra situado dentro del rango de elevada calidad crediticia para las entidades financieras.



EBITDA: resultado de explotación antes de amortizaciones. A partir de 2008/09, con la nueva normativa contable, incluye el resultado por enajenación y deterioro de inmovilizado.

BALANCE DE SITUACIÓN

ACTIVO	Miles €		PASIVO Y PATRIMONIO NETO	Miles €	
	30/06/2010	30/06/2011		30/06/2010	30/06/2011
Inmovilizaciones inmateriales deportivas	353.076	315.928	Fondo Social y reservas	190.023	213.954
Otras inmovilizaciones inmateriales	7.451	6.297	Resultado Ejercicio	23.931	31.523
Inmovilizaciones materiales	281.785	282.691	FONDOS PROPIOS	213.954	245.477
Inversiones inmobiliarias	7.118	6.888	Socios externos	161	201
Deudores por traspasos de jugadores a largo plazo	31.022	21.374	Subvenciones recibidas	5.573	5.429
Deudores Hacienda a largo plazo	0	0	PATRIMONIO NETO	219.688	251.107
Activos por impuestos diferido	5.860	4.995			
Crédito fiscal a largo plazo	0	0	Ingresos a distribuir	0	0
Otro inmovilizado financiero	676	573	Provisiones riesgos y gastos	12.466	8.326
Gastos a distribuir en varios ejercicios	0	0	Deudas con entidades de crédito	118.261	138.926
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	686.988	638.746	Acreedores a largo plazo por adquisición jugadores	81.504	48.849
			Acreedores a largo plazo por obras estadio y Ciudad Real Madrid	34.546	28.537
			Acreedores por recompra de derechos (palcos y RTVE)	4.555	2.277
			Pasivos por impuestos diferido	32.592	19.505
			Periodificaciones largo plazo	1.454	0
			TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	285.378	246.420
Activos mantenidos para la venta	0	0	Provisiones riesgos y gastos	738	755
Existencias	2.481	1.558	Deudas con entidades de crédito	48.253	6.836
Deudores por traspasos de jugadores a corto plazo	33.875	28.082	Acreedores a corto plazo por adquisición jugadores	94.423	76.797
Deudores por ingresos de explotación	56.139	69.823	Acreedores a corto plazo por obras estadio y Ciudad Real Madrid	18.371	12.446
Crédito fiscal e impuestos anticipados a corto plazo	0	0	Acreedores a corto por recompra de derechos (palcos y RTVE)	2.277	2.278
Activos por impuestos corriente	4.311	427	Acreedores a corto plazo por compras, servicios, y Hacienda por operaciones	85.389	81.469
			Pasivos por impuesto corriente		18.010
Inversiones financieras temporales	0	0	Acreedores a corto plazo (remuneraciones pendientes de pago)	55.961	71.218
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	92.731	97.769	Impuestos de beneficios diferidos a corto plazo	0	0
Periodificaciones a corto plazo	3.079	4.623	Periodificaciones a corto plazo	69.125	73.692
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	192.615	202.282	TOTAL PASIVO CORRIENTE	374.537	343.501
TOTAL ACTIVO	879.603	841.028	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	879.603	841.028

El valor del Activo/Pasivo a 30 de junio 2011 es de 841 millones €, una cifra 39 millones € inferior al ejercicio anterior.

En el lado del activo, el no corriente disminuye 48 millones € como consecuencia fundamentalmente de la disminución del valor del inmovilizado de jugadores al ser mayor el importe de la amortización que el de la inversión realizada en el ejercicio; por otro lado, el activo corriente aumenta 10 millones € como consecuencia tanto del aumento de tesorería como del de deudores de explotación derivado del aumento de ingresos.

En el lado del pasivo, es de destacar la disminución significativa de los saldos acreedores por inversiones pendientes de pago, cuyo importe total a largo + corto plazo se reduce en 64 millones €, consecuencia de la moderación en las inversiones del ejercicio y del pago de buena parte de los compromisos pendientes. Asimismo, la deuda bancaria total largo + corto plazo se ha reducido en 21 millones €.

El Fondo de Maniobra, activo corriente menos pasivo corriente, muestra un valor de -141 millones €. Es un valor negativo al igual que en los últimos años, si bien sensiblemente inferior al del año anterior que era -182 millones €. El principal factor que determina este valor negativo es la existencia, por la propia naturaleza de las operaciones del club, de importantes saldos acreedores operativos (compras y servicios, pago fichas jugadores, cobro cuotas socios/abonados) que tienen una naturaleza recurrente, es decir se renuevan año a año por la dinámica de las operaciones. Estos saldos acreedores a corto plazo recurrentes suman a 30 de junio de 2011 un importe de 226 millones € (81 millones € compras/servicios, 71 millones € fichas/otros personal, 74 millones € cuotas socios/abonados, otros), un valor que determina más de la totalidad del Fondo de Maniobra negativo existente al cierre del ejercicio. Estos saldos van a ser renovados y por tanto van a existir por importe similar al cierre del próximo ejercicio. Los saldos a pagar a corto plazo a 30 de junio de 2011 de modo efectivo en el ejercicio 2011/12 son los correspondientes a acreedores por inversiones y a deuda bancaria, que van a ser pagados holgadamente con la tesorería disponible a junio más los excedentes que se generan mensualmente con el flujo de caja de las operaciones del club, al ser los ingresos corrientes muy superiores a los gastos corrientes.

El patrimonio neto se sitúa al cierre del ejercicio en un valor de 251 millones €, 31 millones € superior al año anterior.



REAL MADRID CLUB DE FÚTBOL Y SOCIEDAD DEPENDIENTE
PRESUPUESTO CONSOLIDADO DE LA TEMPORADA 2011-2012
(EN MILES DE EUROS)

	Cierre 2010/2011	PPTO. 2011/2012
Ingresos de Socios y Estadio	146.663	147.631
Ingresos de Amistosos y Competiciones Internacionales	27.545	31.931
Ingresos de Retransmisión	155.968	155.360
Ingresos de Marketing	149.980	153.090
TOTAL INGRESOS DE EXPLOTACIÓN (ANTES ENAJENACIÓN INMOVILIZADO)	480.156	488.012
Gastos de Aprovisionamientos	(18.263)	(18.956)
Gastos de Personal Deportivo y No Deportivo	(216.099)	(212.516)
Gastos de Operaciones	(93.763)	(102.211)
Provisiones de Insolvencia y de Riesgos y Gastos	(4.302)	0
TOTAL GASTOS DE EXPLOTACIÓN ANTES DE AMORTIZACIONES	(332.427)	(333.683)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN ANTES AMORTIZACIONES Y ENAJENACIÓN DE INMOVILIZADO	147.729	154.329
Resultado por Enajenación de Inmovilizado	3.550	1.418
Pérdida por Deterioro/Baja Inmovilizado	(224)	0
RESULTADO POR ENAJENACIÓN INMOVILIZADO	3.326	1.418
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN ANTES DE AMORTIZACIONES (EBITDA)	151.055	155.747
Amortización Ordinaria	(104.519)	(103.815)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	46.536	51.932
Ingresos Financieros	13.248	974
Gastos Financieros	(12.939)	(12.964)
RESULTADO FINANCIERO	309	(11.990)
RESULTADO ORDINARIO	46.845	39.942
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	46.845	39.942
TOTAL INGRESOS (EXPLOTACIÓN + FINANCIEROS + ENAJENACIÓN INMOVILIZADO)	496.954	490.404
TOTAL GASTOS (EXPLOTACIÓN+FINANCIEROS+AMORTIZAC+DETERIORO/BAJA INMV)	(450.109)	(450.462)
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	46.845	39.942

Los ingresos de explotación (antes enajenación inmovilizado) aumentan hasta 488 millones €, +8 millón € más que en el ejercicio anterior, gracias al crecimiento de los ingresos de estadio, amistosos y marketing.

No obstante, para comparar en términos homogéneos con la cifra del ejercicio anterior, habría que considerar el impacto en todas las líneas de ingreso de haber jugado en 2010/11 la semifinal de Liga de Campeones y haber obtenido el título de Copa SMR, circunstancias que, por prudencia presupuestaria, no se han considerado en el presupuesto 2011/12.

De considerarse en el presupuesto 2011/12 estos supuestos, la cifra de ingresos (antes enajenación inmovilizado) del presupuesto 2011/12 sería 12,5 millón € mayor, superando por tanto la barrera de los 500 millón €.

Los gastos de personal disminuyen 4 millón € fruto de una eficiente gestión en la composición de las plantillas deportivas y de las actuaciones de contención de costes de los gastos no deportivos.

El conjunto del resto de gastos de explotación antes de amortizaciones (aprovisionamientos+operaciones+provisiones) aumentan -5 millón € debido a los impactos del aumento de ingresos y de los acuerdos derivados de los ingresos audiovisuales, aumentos mitigados por las actuaciones de mejora de eficiencia en costes puestas en marcha.

Como resultado de la evolución de ingresos y gastos, se presupuesta un beneficio de explotación antes de amortizaciones y enajenación inmovilizado de 154 millones €. Incluyendo el resultado por enajenación de inmovilizado, se obtiene un EBITDA de 156 millones €, +5 millón € superior al del año anterior.

Se presupuesta un beneficio de explotación de 52 millones tras absorber un gasto de amortización de 104 millones €, 1 M€ inferior al del ejercicio anterior fruto de la eficiente gestión en la composición de las plantillas deportivas.

Los gastos financieros se mantienen estables en tanto que los ingresos financieros son inferiores a los de 2010/11 debido a los ingresos por liquidaciones tributarias a favor del Club registrados en dicho ejercicio.

Como resultado de todo los efectos anteriores, se presupuesta para el ejercicio 2011/12 un beneficio de 40 millón € antes de impuestos.



Informe de Responsabilidad Corporativa

Real Madrid C. F.
La Responsabilidad Corporativa en el
Real Madrid
Cumplimiento de Compromisos en el
ejercicio 2010/2011





REAL MADRID C.F.

1.

1.1 Perfil institucional

El Real Madrid Club de Fútbol es una entidad deportiva que tiene como objeto y fin dedicar su actividad y patrimonio a conseguir de forma primaria y principal el fomento del fútbol en sus distintas categorías y edades y, de forma general, la práctica de todos los deportes que determinen sus órganos rectores. De igual modo, como complemento, podrá promover el desarrollo de la cultura física, moral e intelectual de sus afiliados, facilitando las relaciones sociales y el espíritu de unión entre ellos.

El Real Madrid Club de Fútbol, fundado en marzo de 1902 y cuya primera acta fundacional lleva fecha de 18 de abril del mismo año, goza de personalidad jurídica de acuerdo con la legislación vigente, estando adscrito a la Federación Española de Fútbol, así como a las federaciones que lo exijan, según las distintas secciones deportivas que el club tenga establecidas en cada temporada.

1.1.1 Misión

Un club abierto y multicultural, apreciado y respetado en todo el mundo por sus éxitos deportivos y por los valores que difunde, que, desde la búsqueda de la excelencia dentro y fuera del terreno de juego, contribuye a colmar las expectativas de sus socios y seguidores.

1.1.2 Visión

Un club líder en fútbol y baloncesto que, a través de sus triunfos deportivos, da respuesta a las ilusiones y expectativas de todos sus seguidores a escala

nacional e internacional, que preserva su importante legado histórico, que gestiona su patrimonio con rigor y transparencia en beneficio de sus socios, y que actúa con criterios de responsabilidad social y buen gobierno corporativo.

1.1.3 Valores

ESPÍRITU GANADOR – El Real Madrid tiene como meta llegar a lo más alto en todas las competiciones en las que participa, sin darse jamás por vencido y dando prueba de su entrega, de su constancia en el trabajo y de su lealtad a su afición.

DEPORTIVIDAD – El Real Madrid es un rival sincero y honesto en el terreno de juego, que obra en él de buena fe y que respeta a todos los equipos con los que compete y a sus respectivas aficiones. Fuera del terreno de juego, desea mantener relaciones fraternales y solidarias con los demás clubes, ofreciendo a estos y a las autoridades deportivas nacionales e internacionales su continua colaboración.

EXCELENCIA Y CALIDAD – El Real Madrid aspira a contar entre sus filas a los mejores jugadores españoles y extranjeros, inculcándoles su compromiso con los valores propios del club, y a corresponder al apoyo de la afición con un trabajo deportivo basado en criterios de calidad, disciplina y capacidad de sacrificio. En la gestión de sus actividades se atiene a principios de buen gobierno y a la búsqueda permanente de la excelencia.

FILOSOFÍA DE EQUIPO – Cuantos forman parte del Real Madrid, tanto los deportistas como los demás profesionales, se comprometen a trabajar en equipo, aportando lo mejor de sí en beneficio del colectivo, sin egoísmos personales ni profesionales.

FORMACIÓN – El Real Madrid consagra un esfuerzo elevado y permanente al des-



cubrimiento y educación de nuevos valores deportivos, dedicando la atención y los recursos necesarios a la cantera de todas sus secciones y cuidando no solo la formación deportiva de los jóvenes, sino también su formación social, ética y ciudadana.

RESPONSABILIDAD SOCIAL – El Real Madrid es consciente de la elevada repercusión social de sus actividades y por ello dedica recursos a cumplir los más altos estándares de buen gobierno corporativo y a la promoción de los mejores valores deportivos, al fortalecimiento de sus relaciones con sus socios, veteranos, peñas y seguidores, y al desarrollo de proyectos solidarios en favor de colectivos necesitados dentro y fuera de España.

RESPONSABILIDAD ECONÓMICA – El Real Madrid es consciente de que gestiona activos materiales e inmateriales de excepcional valor e importancia, por lo que se compromete a administrarlos de manera responsable, eficaz y honesta en beneficio de sus socios.

1.1.4 Fundación Real Madrid

La Fundación Real Madrid es el instrumento a través del cual el Real Madrid hace efectiva su responsabilidad social corporativa y desarrolla sus fines de carácter social y formativo. En este sentido el Real Madrid, con carácter anual, procede a efectuar una donación a la Fundación para el desarrollo de sus actividades.

Su objeto fundacional es fomentar en España y en el extranjero los valores inherentes a la práctica deportiva y la promoción de ésta como instrumento educativo susceptible de contribuir al desarrollo integral de la personalidad de quienes lo practican, y también como factor de integración social en beneficio de quienes padecen cualquier tipo de marginación, así como promover y difundir todos los aspectos culturales vinculados al deporte.

La Fundación Real Madrid es posible por la colaboración, además del Real Madrid C. F., de las diferentes administraciones públicas y gracias al generoso apoyo que, en forma de mecenazgos y patrocinios, recibe de relevantes empresas nacionales e internacionales y muy especialmente, gracias a las aportaciones individuales de miles de madridistas que, de este modo, quieren expresar y reforzar su vinculación con el Real Madrid.

La Fundación desarrolla sus programas de actividades en torno a cinco grandes áreas, como son el fomento del deporte,

formación deportiva para el desarrollo de valores, proyectos sociales, cooperación internacional y actividades institucionales, además del centro de documentación.

La Fundación esta auditada anualmente y presenta los resultados de la auditoría a su Patronato, al Protectorado de Fundaciones del Ministerio de Educación y Deporte, y se publican en la Memoria y en la Revista de la Fundación.

1.1.5 Real Madrid Gestión de Derechos

El club es cabecera de un grupo que integra a Real Madrid Gestión de Derechos S. L., como sociedad dependiente, en la cual mantiene una participación directa del 70 % (4.200 €). Real Madrid Gestión de Derechos S. L. se constituyó en Madrid el 10 de junio de 2004, con fecha de inicio de operaciones el día 1 de julio de 2004. Dicha sociedad, domiciliada en Madrid, está participada del siguiente modo: 70 % Real Madrid Club de Fútbol, 12,5 % Accionariado y Gestión S. L., 10 % Sogecable S. A. y 7,5 % Media Cam Producciones Audiovisuales, S. L. Su objeto social es administrar los bienes y derechos de los que son titulares sus socios, en el negocio de explotación conjunta de una parte de los derechos de merchandising, imagen del club y jugadores, internet y distribución.

1.2 Sostenibilidad en el Real Madrid

Real Madrid Club de Fútbol es una institución centenaria, fundada en 1902. Su objeto social y la voluntad inequívoca de su masa social le dotan de un carácter permanente y perpetuo. Para ello, se orienta al futuro a largo plazo considerando la sostenibilidad en todos sus procesos de decisión. Esta sostenibilidad se concreta en cumplir estrictamente los principios de buen gobierno, en una gestión económica responsable que permita la continuidad indefinida de sus actividades, en minimizar el impacto medioambiental de las mismas y en maximizar la aportación del club a la sociedad en términos económicos, de empleo, de fomento del deporte y de contribución a actividades comunitarias.

1.3 Gobierno corporativo del Real Madrid

1.3.1 Estructura social

El Real Madrid Club de Fútbol es una entidad deportiva privada sin ánimo de lucro formada por sus socios con los objetivos

de fomento y práctica del deporte que se establecen en sus Estatutos Sociales.

1.3.2 Administración del club

Corresponde la gestión y representación de la entidad a la Asamblea General, al presidente y a la Junta Directiva. Estos tres órganos son elegidos democráticamente por los socios, cuya voluntad representan en la administración del club. El principio de rendición de cuentas se aplica sistemáticamente en todas las áreas del club, dentro de las normas de buen gobierno. El buen gobierno corporativo se concreta en la administración del club mediante políticas transversales y procedimientos que aseguran el control de las decisiones clave, tales como nombramientos, retribuciones, compras e inversiones.

En todos los procesos críticos se han definido los procedimientos a seguir de forma que su ejecución sea plenamente verificable, trazable y auditable. Aplicando principios de buen gobierno corporativo, las decisiones clave son colegiadas y están sometidas en primer lugar a la propuesta del director del área correspondiente, en segundo lugar a la validación de la dirección funcional que actúa transversalmente para toda la organización (Recursos Humanos, Servicios Jurídicos, Compras, Control del Gasto, etc.) y en tercer lugar a la aprobación de comités formados por altos ejecutivos del club y miembros de la Junta Directiva. Se han constituido un Comité de Compras y un Comité Económico que se reúnen periódicamente y toman decisiones sobre compras de bienes y servicios, inversiones, seguimiento del presupuesto, y acciones para minimizar los riesgos. Las decisiones en materia de contratación o promoción de personal (nombramientos), bajas en plantilla y retribuciones son tomadas por el Comité de Dirección, formado por los altos ejecutivos del club y por miembros de la Junta Directiva. Finalmente, la correcta ejecución de todos los procesos es supervisada por la Dirección de Control y Auditoría Interna. Todos estos pasos aseguran la correcta toma de decisiones, así como su adecuación a la estrategia y al presupuesto aprobado.

El proceso es el resultado de la profesionalización del club junto con la aplicación sistemática de principios de buen gobierno corporativo. El control, la colegiación de las decisiones y la rendición de cuentas se aplican rigurosamente para prevenir que se tomen decisiones arbitrarias y en último caso evitar que alguien

pueda tomar decisiones que comprometan el buen nombre y administración del club.

Con el mismo objetivo existen procedimientos obligatorios y auditables para la conformación de facturas, las liquidaciones de gastos y las atenciones protocolarias, de forma que se eviten abusos en los temas sensibles.

El control exhaustivo de las operaciones no se limita a las áreas de gasto. El seguimiento del cobro de facturas emitidas está también sistematizado para mantener bajo estricto control la morosidad y los cobros fallidos en todas las áreas de ingresos del club, bajo supervisión de administración y, en última instancia, del Comité Económico.

1.3.3 Derechos de los socios

Los socios tienen derecho al disfrute de las actividades del club dentro de las normas establecidas para ello, así como elegir los órganos de representación y gobierno del club de forma democrática, y también los máximos órganos de seguimiento y control del gobierno corporativo del Real Madrid.

1.3.4 Asamblea General

La Asamblea General es el órgano supremo de gobierno del club a quien corresponde, entre otras funciones, la aprobación y ratificación o la censura del presidente y de la Junta Directiva.

La Asamblea General estará integrada por todos los socios con derecho a voto, a través de la representación democrática desarrollada en los estatutos.

La Asamblea General examinará y en su caso aprobará la Memoria, Balance y Cuenta de Pérdidas y Ganancias de cada ejercicio económico, así como el presupuesto del ejercicio siguiente.

La Asamblea General es la mejor expresión de la aplicación sistemática del principio de rendición de cuentas que asegura el buen gobierno en la gestión del Real Madrid.

También serán competencias exclusivas de la Asamblea General de Socios la modificación de estatutos, las decisiones económicas de mayor importancia, la moción de censura al presidente o a la Junta Directiva, y la convocatoria de un referéndum entre los socios a fin de decidir sobre los asuntos de mayor trascendencia. Todo ello dota a la Asamblea General de amplísimas facultades, lo que garantiza el buen gobierno corporativo del club.

1.3.5 Elección del presidente y la Junta Directiva

La Junta Directiva es el órgano al que

corresponde, de forma directa, la administración, gobierno, gestión y representación del club. La Junta Directiva supervisa la actuación de los niveles ejecutivos del club, y a su vez rinde cuentas a la Asamblea General de Socios, asegurando de este modo la aplicación de los principios de buen gobierno corporativo en la gestión del Real Madrid. La elección del presidente y de la Junta Directiva se realiza democráticamente a través de las correspondientes elecciones a las que concurren las candidaturas de socios que cumplen lo previsto en los estatutos.

Se produce convocatoria de elecciones a presidente y Junta Directiva en los supuestos siguientes:

- Por expiración del mandato del anterior presidente y Junta Directiva.
- Por decisión del presidente, oída la Junta Directiva.
- Cuando lo acuerde la Asamblea General en razón de la dimisión o inhabilitación de la Junta Directiva o cuando por dimisiones, renunciaciones, fallecimientos o incapacidades físicas, haya quedado la Junta Directiva reducida a un número inferior a cinco miembros en total.
- Por voto de censura aprobado de conformidad con lo dispuesto en los estatutos, en ejercicio de los procedimientos de control que ejerce la Asamblea General de Socios dentro de las prácticas de buen gobierno del club.

La duración del mandato de la Junta Directiva será de cuatro años a contar desde su proclamación, pudiendo sus miembros presentarse a la reelección, bien conjuntamente o por separado en otras candidaturas.

La Junta Directiva goza de las más amplias facultades para el gobierno, administración y representación de la entidad, sin más límites que aquellas cuestiones que especialmente estén reservadas a la Asamblea General, como máximo órgano de expresión de la voluntad de los socios.

1.3.6 Sistemas de control

El Real Madrid es una institución transparente y comprometida con los principios del buen gobierno corporativo, y especialmente con el principio de rendición de cuentas aplicado sistemáticamente en todos los niveles de la gestión del club. La actividad de control es resultado de un escrutinio permanente de su funcionamiento por parte de órganos ejecutivos internos, de su masa social, de las autoridades e incluso de la opinión pública a través de los medios de comunicación.

El órgano ejecutivo interno es la Dirección de Control y Auditoría Interna, que de forma independiente y en dependencia directa del presidente del club define y audita procedimientos del máximo nivel de rigor institucional. La masa social ejerce el control a través de la Asamblea de Socios Representantes y de la Junta Directiva. Las autoridades deportivas (federaciones nacionales e internacionales, ligas nacionales y Consejo Superior de Deportes) ejercen también una supervisión permanente de las actividades del club, que también recibe una atención permanente de los medios de comunicación social como expresión de la transparencia del club en la gestión de todas sus actividades.

En su conjunto, los sistemas de control del Real Madrid aseguran su permanente adecuación a los principios de buen gobierno a los que se adhiere sin reservas. El control, la colegiación de las decisiones y la rendición de cuentas se aplican rigurosamente para prevenir que se tomen decisiones arbitrarias y en último caso evitar que alguien pueda tomar decisiones que comprometan el buen nombre y administración del club.

LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN EL REAL MADRID

2.

2.1 Grupos de interés a los que sirve el Real Madrid

2.1.1 Socios

Son socios del Real Madrid Club de Fútbol aquellas personas físicas que, previo cumplimiento de las normas aprobadas por la Asamblea General, ingresen en la entidad, con los derechos y obligaciones contenidos en los estatutos. Los socios son los propietarios del club y como tales son su primer grupo de interés.

2.1.2 Deportistas

El objeto social del Real Madrid es el fomento del deporte. Por ello, todos los deportistas, incluyendo en ellos a los árbitros, son un grupo del mayor interés para el club.

2.1.3 Empleados

El Real Madrid, para realizar sus actividades de todo tipo, no solamente precisa de sus deportistas, sino también del resto de empleados que presta sus servicios profesionales a la entidad.

2.1.4 Administraciones Deportivas y Públicas

Nuestra práctica del deporte implica la relación continua con las administraciones deportivas: federaciones nacionales e internacionales, ligas profesionales en que participamos y Consejo Superior de Deportes. Nuestra actividad económica implica también una relación continua con las Administraciones Públicas del Estado (Hacienda Pública, Seguridad Social), autonómica (Comunidad de Madrid) y municipal (Ayuntamiento de Madrid).

2.1.5 Otros clubes

La práctica deportiva del Real Madrid implica

necesariamente la participación en competiciones locales, nacionales e internacionales. Los demás clubes con los que competimos son otro de nuestros grupos prioritarios de interés con los que deseamos formular y cumplir compromisos firmes.

2.1.6 Clientes

Nuestra actividad necesita unos ingresos económicos que proceden de nuestros clientes. Nuestros clientes son tanto empresas como particulares. Entre las empresas figuran cadenas de televisión, patrocinadores, licenciarios, arrendadores de palcos y de instalaciones para celebración de eventos de todo tipo. Los clientes particulares del club son quienes adquieren una entrada para cualquier espectáculo deportivo que organizamos, para la visita a nuestras instalaciones y exposiciones, o los que compran productos con nuestra marca.

2.1.7 Aficionados

Los aficionados son los seguidores de nuestros equipos en las diferentes competiciones en que participamos. El Real Madrid es un club abierto a todos. De entre los aficionados, son grupos de especial interés para el Real Madrid sus peñistas y los seguidores que mantienen una relación directa con el club a través del programa de fidelización Madridistas.

2.1.8 Proveedores

Los proveedores son también un grupo de interés estratégico en nuestra cadena de valor, como colaboradores imprescindibles para incorporar bienes y servicios que cumplan con los parámetros definidos y ayuden a la obtención de los objetivos generales del club.

La gestión de compras y contratación de servicios está regulada a través de normativa y procedimientos internos, para conseguir la mejor alternativa de aprovisionamiento posible, optimizando la inversión realizada.

2.1.9 Acción Social

Sentimos también una responsabilidad

que deseamos instrumentar en forma de compromisos con la sociedad en general. El Real Madrid es una institución que se debe a la comunidad en la que se inscribe, y de la que recibe mucho apoyo. En correspondencia, el Real Madrid desea comprometerse en la ayuda a los más necesitados y a los proyectos comunitarios en los que sus valores y su experiencia en la práctica deportiva puedan ser útiles.

2.1.10 Medio Ambiente

Nuestra vocación de presente y futuro nos hace estar con los más jóvenes y comprometernos con su futuro. Para ello, buscamos que nuestro impacto en el medioambiente no perturbe el disfrute del mismo a que tienen derecho las generaciones venideras.

2.1.11 Medios de comunicación

El club es consciente del interés que despierta en la sociedad y en su opinión pública. Por ello, los medios de comunicación social cumplen un papel esencial del que el Real Madrid es consciente, por lo que desea comprometerse con ellos como un grupo de interés relevante.

2.2 Compromisos del Real Madrid con sus grupos de interés

2.2.1 Socios

El Real Madrid se compromete con sus socios a mantener y potenciar los valores del madridismo, a cumplir los más estrictos estándares de buen gobierno corporativo, a propiciar la participación de los socios por las vías previstas en los estatutos y sobre todo a la permanente búsqueda de logros deportivos, manteniendo unas finanzas saneadas, permanentemente supervisadas con transparencia a través de los sistemas de auditoría y control y bajo el principio general de rendición de cuentas continua y sistemática.

2.2.2 Deportistas

El Real Madrid se compromete con los deportistas y árbitros a abrazar los valores deportivos de juego limpio, respeto y competitividad. Con sus jugadores de todas las categorías el club tiene el compromiso permanente de desarrollar la cantera, potenciar el cuidado de la salud de los deportistas, mantener un estricto cumplimiento de lo acordado en sus contratos, mantener la más alta competitividad para

aspirar deportivamente a lo más alto, ofrecer a los deportistas buenas instalaciones, excelentes profesionales técnicos, y visibilidad por presencia en medios de comunicación. Estos compromisos se extienden a quienes han abandonado la práctica profesional del deporte de competición en el club y pertenecen a su Asociación de Veteranos.

2.2.3 Empleados

El Real Madrid aspira a ser un excelente lugar en el que trabajar por ofrecer a sus trabajadores empleo fijo y retribuido en condiciones de mercado, respeto a los más estrictos principios de igualdad y fomento de la diversidad, oportunidades de conciliación de la vida profesional con la vida personal y familiar, oportunidades de formación y énfasis en la seguridad y salud laboral.

2.2.4 Administraciones deportivas y públicas

El Real Madrid se compromete con las administraciones deportivas al respeto estricto de los principios de juego limpio, colaboración institucional, respeto a la autoridad, participación en todas las instancias de la organización del deporte. Con relación a las administraciones públicas, el compromiso del Real Madrid se concreta en ser una institución cumplidora plenamente de sus obligaciones en materia fiscal, social y medioambiental, colaborando estrechamente con las autoridades en proyectos comunitarios y especialmente en el orden y seguridad de los espectáculos deportivos que organizamos.

2.2.5 Otros clubes

Como competidor deportivo, el Real Madrid ofrece en todas sus actuaciones juego limpio, espíritu competitivo, respeto, y colaboración en iniciativas comunes y proyectos solidarios.

2.2.6 Clientes

El Real Madrid se compromete con sus clientes a mantener y promover altos estándares de calidad e innovación, promoción de la satisfacción del cliente y mantenimiento de procesos profesionales de gestión de reclamaciones.

2.2.7 Aficionados

El Real Madrid ofrece a todos los aficionados al deporte su adhesión a los principios de la competición basada en el juego limpio, aportando siempre su mejor esfuerzo para promover los valores deportivos, la transparencia informativa, el respeto y la mayor seguridad en los eventos que organiza. Con

aquellos seguidores adscritos al programa Madridista, el Real Madrid mantiene una relación más estrecha facilitándoles información de primera mano, ventajas en la adquisición de productos y servicios del club así como diferentes oportunidades promocionales en empresas de ocio con las que el Real Madrid tiene acuerdos.

2.2.8 Proveedores

La política de selección de proveedores y adjudicación de pedidos y contratos se basa en los principios de ética profesional y libre competencia y se realiza de forma transparente, justa y responsable por parte del Comité de Compras, estableciéndose relaciones de colaboración y evitando condiciones de pago que pongan en peligro su solvencia. Se establecen vías de comunicación que favorezcan la transparencia en la relación comercial y el conocimiento de necesidades mutuas. Se promueve su pro actividad.

Adicionalmente y en la medida de lo posible, se potencia la compra a través de proveedores locales incidiendo en la creación de riqueza del entorno.

2.2.9 Acción Social

El Real Madrid concreta su compromiso con la sociedad a través de la actividad que desarrolla la Fundación Real Madrid, especialmente en la creación y gestión de escuelas de integración y escuelas deportivas, y el apoyo a acciones solidarias, con especial dedicación a los niños, los deportistas en activo y veteranos y los colectivos desfavorecidos.

2.2.10 Medio Ambiente

El Real Madrid está comprometido en materia medioambiental a realizar sus mejores esfuerzos y procurar recursos en materia de reciclaje de materiales y residuos, ahorro y utilización eficiente de la energía y gestión del agua así como de los cuidados de entornos ajardinados y césped con criterios ecológicos y de sostenibilidad.

2.2.11 Medios de Comunicación

Con los medios de comunicación el Real Madrid se compromete en una política de colaboración basada en el respeto mutuo, la transparencia sin perjuicio del cumplimiento de las normativas de protección de datos e informaciones, y el reconocimiento de la alta labor que desempeñan los medios de comunicación social.



CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS EN EL EJERCICIO 2010/11

3.

3.1 Socios

La masa social del club está compuesta por un total de 89.706 socios, de los que 67.309 son adultos, 16.248 son infantiles, y 6.149 son socios de más de 65 años o más de 50 años de antigüedad. En cuanto a género, 74.164 son hombres y 15.542 son mujeres.

El número de abonados de fútbol es de 59.982, todos ellos socios, y el número de abonados de baloncesto es de 3.788, de los que 1.618 corresponden a socios, y 1.192 son Madridistas y 978 son público en general.

Los socios representantes son los socios que componen la Asamblea General, que es el órgano supremo de gobierno del club. Actualmente está compuesta por 2074 socios, entre los que están incluidos la Junta Directiva, socios de honor, y los cien primeros socios.

La Comisión de Disciplina Social es elegida por la Asamblea General de Socios, a propuesta de la Junta Directiva, teniendo a su cargo la apreciación y calificación de los hechos cometidos y actitudes por los socios del club, que le son denunciados y sometidos a consideración. La comisión se reúne dos veces por semana para estudiar y resolver los asuntos inherentes a sus funciones. Durante la temporada 2010-2011 se han incoado 214 expedientes disciplinarios.

3.1.1. Actos Institucionales con los socios:

Asambleas Generales Ordinaria y Extraordinaria de Socios Representantes:

Celebradas ambas el 12 de septiembre de 2010, en las que fueron aprobadas las siguientes propuestas:

› Liquidación del Presupuesto, la Memo-

ria, el Balance de Situación y las Cuentas de Pérdidas y Ganancias del Real Madrid C. F., así como las Cuentas Anuales Consolidadas con las empresas participadas, correspondientes todas ellas al ejercicio 2009-2010.

› Presupuesto consolidado de Ingresos y Gastos y del Proyecto de Actividades para el Ejercicio 2010-2011.

› Mantenimiento de las cuotas sociales para la temporada 2011/2012.

› Ratificación del acuerdo de la Junta Directiva de fecha 27 de enero de 2010 por el que se amplió la composición inicial de la Junta Directiva, nombrándose a D. Ángel Luis de las Heras Aguado nuevo vocal de la misma.

Entrega de insignias: el 12 de marzo de 2011, se celebró el acto de entrega de insignias a aquellos socios que cumplieron 60, 50 y 25 años de antigüedad en el año 2010.

El número de socios a los que se les hizo entrega fue el siguiente:
Oro y Brillantes (60 años antigüedad): **146**
Oro (50 años de antigüedad): **141**
Plata (25 años de antigüedad): **2.346**

3.1.2. Actuaciones en materia de gobierno corporativo:

El Real Madrid mantiene un firme compromiso con los más elevados y exigentes estándares de buen gobierno corporativo. La Junta Directiva es el órgano al que corresponde de forma directa la administración, gobierno, gestión y representación del club. La Junta Directiva ha mantenido 7 reuniones durante la temporada 2010-2011.

Los socios ejercen su derecho a la información y el control de la entidad a través de la Asamblea General de Socios Representantes, formada por 2.074 socios representantes, elegidos directamente por los socios del club a través del procedimiento establecido en los estatutos.

El Comité de Dirección, constituido por

el presidente y ejecutivos del club, elabora los planes de acción y ejecuta las decisiones operativas para alcanzar los objetivos establecidos por la Junta Directiva. Durante la temporada 2010-2011 el Comité de Dirección ha mantenido 30 reuniones. El Comité de Dirección se ve asistido por un Comité Económico y por un Comité de Compras, ambos constituidos por vocales de la Junta Directiva y ejecutivos del club. El Comité Económico ha mantenido 8 reuniones para supervisar la evolución del ejercicio económico, introducir medidas correctoras y revisar trimestralmente los cierres parciales de cuentas y actualización de las previsiones anualizadas de cumplimiento del Presupuesto Anual del Club. El Comité de Compras ha mantenido 7 reuniones, para supervisar y en su caso aprobar las compras de bienes y servicios requeridas para el desarrollo de las actuaciones incluidas en el Presupuesto Anual del Club.

Todas las etapas del ciclo presupuestario se ajustan a estrictos estándares de buen gobierno corporativo. El Presupuesto Anual se confecciona con la participación de todas las direcciones del club bajo las directrices estratégicas de la Junta Directiva, que posteriormente aprueba el presupuesto final para someterlo a la aprobación definitiva por la Asamblea de Socios Representantes al inicio de cada temporada.

En la temporada 2010-2011 se ha repetido un año más la realización estricta del ciclo presupuestario. El grado de cumplimiento del presupuesto ha sido muy satisfactorio, de lo que da fe el excelente resultado económico cuyo objetivo es el mantenimiento en el largo plazo del equilibrio financiero y la solvencia del club para hacer frente a todas las obligaciones derivadas del desarrollo y cumplimiento de sus objetivos deportivos, siempre bajo el respeto estricto de la normativa aplicable. Todo ello se constata en las Cuentas Anuales del Club, que muestran un crecimiento significativo de la cifra de negocios y una clara mejora de la eficiencia, rentabilidad y solvencia.

Las Cuentas Anuales del Club correspondientes a la temporada 2010-2011 han sido auditadas externamente por la firma Ernst & Young, y su informe sin salvedades se acompaña al Informe Económico del Club correspondiente a esta temporada. Las Cuentas Anuales del Club, una vez aprobadas por la Junta Directiva, son sometidas al escrutinio y aprobación definitiva de la Asamblea de Socios Representantes.

Adicionalmente, la función de auditoría se refuerza en el Real Madrid con la existencia de una Dirección de Control y Auditoría Interna, independiente de las Direcciones Generales del club y que reporta directamente al presidente y Junta Directiva. Fruto de la labor de esta Dirección es la elaboración y aprobación por el Comité de Dirección de 50 procedimientos internos que establecen la operativa del club en sus procesos internos más importantes. El cumplimiento de dichos procesos se asegura a través de la supervisión de la Dirección de Control y Auditoría Interna, que en la temporada 2010-2011 ha completado un total de 20 procesos de auditoría interna.

3.1.3. Servicios de atención e información a los socios:

Oficina de Atención al Socio: ofrece un servicio integral de atención personalizada, en la que se han atendido más de 16.000 visitas y más de 33.000 llamadas telefónicas, y vía correo electrónico se han respondido y resuelto más de 13.000 solicitudes de información y gestiones diversas. Asimismo se han emitido 7.800 llamadas telefónicas a socios representantes, y socios para distintos actos como entrega de insignias, firmas, etc.

Oficina on-line de Atención al Socio: recientemente se ha incorporado la nueva Oficina on-line de Atención al Socio, desde donde se pueden realizar tanto la gestión de solicitud de entradas como los trámites relacionados con el cambio de domicilio, teléfono, correo electrónico, cambio de código PIN, etc.

Las ventajas de esta nueva aplicación han quedado eficazmente demostradas en la gestión de solicitud de entradas para la Final de Copa de S. M. el Rey, y para la semifinal de la UEFA Champions League.

Oficina de Atención exclusiva a Socios Representantes, donde se tramitan las gestiones solicitadas por dichos socios: solicitud de información, petición de entradas, asistencia a actos institucionales, asistencia partidos de baloncesto y Real Madrid Castilla, documentación Asamblea General, gestiones oficina, etc. **Taquilla de Incidencias:** Servicio que se presta en días de partido para atender principalmente los casos de aquellos socios que se han olvidado, extraviado o les han sustraído la tarjeta de abono. Una vez que se ha identificado al socio, se emite la entrada correspondiente a la localidad del abono que tienen asignado.

Durante la presente temporada han sido atendidos 4.219 socios.

Línea de Atención al Socio 902 21 2002: se atiende exclusivamente a nuestros socios previa identificación con su número de socio y su número PIN, habiéndose atendido 35.204 llamadas.

Línea Real Madrid 902 31 17 09: a través de la Línea Real Madrid, han contactado 62.733 aficionados solicitando información relacionada con el club.

Boletín de socios: se ha enviado un boletín en mayo de 2010, en el que se informaba de los precios, condiciones de renovación y uso de abonos; y otro boletín en octubre de 2010 con información relativa a la Asamblea de Socios Representantes de 2010.

Revista Hala Madrid: Envío trimestral con toda la actualidad del club.

3.2 Deportistas

Fútbol

Durante la temporada 2010-2011, el primer equipo de fútbol alcanzó la segunda plaza del Campeonato Nacional de Liga con números históricos. Se consiguieron 92 puntos, 102 goles a favor y se encajaron tan sólo 33 en contra. En la Liga de Campeones de UEFA se llegó a semifinales. El año tuvo un momento particularmente dichoso con la consecución de la Copa de su Majestad el Rey, ganando al F. C. Barcelona. Hay que destacar que el técnico del primer equipo de fútbol ha recibido el premio al mejor entrenador del año FIFA 2010.

El Real Madrid Castilla se clasificó para los play-off de ascenso a Segunda A en tercera posición, tras no perder un solo partido en la segunda vuelta, y finalmente fue eliminado.

El tercer equipo quedó en quinto lugar del Grupo 7.

En cuanto a los juveniles hay que destacar la consecución de los siguientes títulos:

Juvenil A: campeón División de Honor Juvenil, Grupo 5º. Clasificado para disputar la Copa de Campeones, quedando subcampeón.

Asimismo, fueron campeones de sus grupos: el juvenil B, el juvenil C, el cadete A, el cadete B, el infantil A y los benjamines A y B.

Hemos recibido el Premio Football Draft 2010-2011 al club que más ha fomentado la cantera. Dicho premio ha sido concedido al Real Madrid como el equipo español que más jugadores de la cantera ha hecho



debutar en el primer equipo en la tempora-da 09-10.

Todos estos datos corroboran el domi-nio en las distintas categorías de nuestros equipos filiales, en los que se apuesta por jugadores de talento, dentro de un mercado cada vez más difícil no sólo por la concurrencia de equipos cuyo interés por el fútbol base ha crecido en los últimos años, sino por la aparición de nuevos factores y agentes.

Durante esta temporada el club ha adquirido los derechos de 71 jugadores. El mayor número corresponde a los alevines con 21 en total. La apuesta del club pasa por captar a jóvenes talentos. Estamos convencidos de que cuanto más dilatado sea el proceso de formación más fácil resulta inculcar los valores del club.

Igualmente ambiciosa está siendo nues-tra política en el apartado de los convenios de colaboración. En la actualidad tenemos cerrados convenidos con 26 entidades deportivas, entre las que destacan la Escuela de Fútbol de Brunete, U. D. San Sebastián de los Reyes, C. D. Séneca o el C. D. Canillas.

Especial atención presta el club a los jugadores provenientes de otras provin-cias, a los que se les facilita el internado en uno de los colegios con más prestigio de Madrid, el SEK, y se les garantiza ayudas de viajes tanto a sus padres como a ellos.

Es de destacar la aportación de nuestra cantera a las distintas selecciones nacionales, desde la absoluta hasta la Sub-16, pasando por la Sub-21, Sub-19, Sub-18 o la Sub-17.

Con el fin de garantizar el adecuado seguimiento médico que garantice el ópti-mo rendimiento físico de los jugadores, el club tiene suscrito un acuerdo con Sanitas que se ha desarrollado con total satisfac-ción. Durante la temporada 2010-2011 además de las atenciones del día a día a los jugadores, se han realizado un total de 154 pruebas de diagnóstico, y 7 interven-ciones quirúrgicas. Asimismo, durante esta temporada se han adquirido un total de 14 desfibriladores, de los cuales 3 están en el Estadio S. Bernabéu y el resto en la Ciudad Real Madrid.

Jugadores de fútbol provenientes de la cantera del Real Madrid:

De la cantera del Real Madrid han salido un total de 115 jugadores actualmente en activo, de los que 41 juegan en la Primera División, en los siguientes clubes: U.D. Almería (1), Atlético de Madrid (3), Deportivo (3), Español (2), Getafe C.F. (6), Hércules

(2), Málaga (1), R. C. D. Mallorca (2), C. A. Osasuna (3), Racing (1), Sevilla F.C. (2), Sporting de Gijón (4), Levante U.D. (2), Valencia C.F. (2), Villarreal C.F. (2) y Real Zaragoza (1).

Asimismo en la Segunda División, 45 jugadores provenientes de la cantera juegan en los siguientes clubes: Albacete (2), Alcorcón (3), Betis (1), Cartagena (3), Celta (1), Córdoba (4), Granada (1) Elche (5), Nastic Tarragona (2), Girona (1), C.D. Tenerife (2), S. D. Huesca (3), U.D. Las Palmas (2), Numancia (1), Rayo Vallecano (6), U.D. Salamanca (1), Real Valladolid (3) y Xerez, C.D. (4).

Finalmente 29 jugadores provenientes de la cantera juegan en las principales Li-gas Europeas, en equipos de Italia, Grecia, Alemania y Turquía.

Baloncesto

Durante la temporada 2010-2011, el primer equipo de baloncesto logró la segunda posición en la Liga Regular (ACB), quedando posteriormente en tercer puesto en los play-off y fue finalista de la Copa del Rey (2º puesto). En cuanto a la competición euro-pea (Euroleague), alcanzó llegar a la Final Four después de quince años sin disputar-la, en la que quedó en cuarta posición.

Hay que destacar que esta temporada, al igual que la pasada, el primer equipo de baloncesto se ha proclamado campeón la XXVII Edición del Torneo de la Comunidad de Madrid.

El segundo equipo de baloncesto, que disputa la Liga EBA, finalizó la liga regular en segunda posición, clasificándose para los play-off de ascenso a la LEB Plata. Destaca por ser la plantilla más joven de la Liga EBA, el menor tiene 17 años y el mayor 21, y por ser el equipo con la mejor defensa del grupo B.

El equipo Júnior ha sido campeón del Campeonato de Madrid, finalizando en quinta posición en el Campeonato de España. Meritorio el segundo puesto conseguido en el prestigioso Torneo de Hospitalet, ganando en semifinales al favo-rito, Zalgiris Kaunas.

El equipo Cadete A finalizó en segunda posición en el Campeonato de Madrid, quedando eliminado en cuartos de final del Campeonato de España.

El Infantil A ha sido subcampeón de Madrid, finalizando en tercera posición en el Campeonato de España celebrado en Lanzarote.

Los equipos Cadete B e Infantil B, han cumplido los objetivos formativos y deporti-vos exigidos al inicio de la temporada.

Durante esta temporada se han adqui-rido los derechos de 2 jugadores para el primer equipo (Carlos Suárez y Mirza Begić) y de 33 jugadores para la cantera. El mayor número corresponde a los Infantiles, con 23 en total. La apuesta del club pasa por captar talento en la Comunidad Madrid, en edad temprana, pues cuanto más tiempo formen parte de nuestra estructura, más fácil será su proceso de formación y más fácil será inculcar los valores del club.

En el apartado de convenios, esta temporada se ha reducido únicamente a tres clubes de Madrid: C. B. Torrejón, C. B. Alcobendas y C. B. Pozuelo. La idea ha sido centrar nuestras atenciones y jugadores en tres clubes. El resultado ha sido muy satisfactorio, pues las relaciones han sido más fluidas que con los 16 clubes que teníamos la temporada pasada como vinculados.

Especial atención presta el club a los nueve jugadores provenientes de otras pro-vincias e incluso del extranjero, a los que se facilita el internado en uno de los colegios más prestigiosos de Madrid, el SEK, y se les facilita ayudas de viajes tanto para sus padres como para ellos.

El primer equipo de baloncesto aportó 6 jugadores a las selecciones absolutas de España, Argentina, Serbia y Croacia para la disputa del Mundial 2010 celebrado en Turquía, y cabe destacar el debut de Nikola Mirotic con la Selección Sub-20 de España en el Europeo 2010 de Croacia.

Es de remarcar la aportación de nuestra cantera a las distintas selecciones nacionales, desde la Sub-20 (4 jugadores), Sub-18 (4 jugadores), Sub-16 (3 jugadores), Sub-15 (1 jugador), Sub-14 (2 jugadores), Sub-13 (1 jugador).

Con el fin de garantizar el adecuado se-guimiento médico que garantice el óptimo rendimiento físico de los jugadores, el club tiene suscrito un acuerdo con Sanitas que se ha desarrollado con total satisfacción.

Jugadores provenientes de la cantera del Real Madrid:

Cabe destacar la incorporación definitiva a la disciplina del primer equipo de Nikola Mirotic, jugador montenegrino nacionali-zado español, que llegó a nuestra cantera con 14 años.

Asimismo, hay 5 jugadores provenientes de nuestra cantera que actualmente juegan en Liga ACB: Zaragoza (1), Gran Canaria (2), Joventut (1), Bilbao (1) y otros 10 joga-dores están en equipos de categoría LEB Oro y Plata.

3.3 Empleados

Durante la temporada 2010-11 el Real Madrid ha mantenido una plantilla media de 609 cotizantes a la Seguridad Social, de los que 235 son deportistas, 83 son empleados fijos discontinuos y 291 son empleados comunes de estructura. La tasa de temporalidad entre los empleados del club es del 1,07 %, ya que el 98,93 % de ellos son fijos con contrato indefinido. Entre los empleados del club hay un 37,80 % de mujeres. De ellas, 39 mujeres ocu-pan puestos de responsabilidad en el club.

La plantilla de empleados no deportis-tas incluye a trabajadores de 11 nacio-nalidades diferentes, lo que da idea de la internacionalización de las actividades del club. En dicha temporada se han produci-do 6 jubilaciones y 3 jubilaciones a tiempo parcial. En la misma, han disfrutado de baja por maternidad o paternidad 7 em-pleadas y 7 empleados. También se han producido 2 excedencias por cuidado de hijos menores y 8 reducciones de jornada por guarda legal de hijos menores.

El Real Madrid ha continuado también con su inversión en formación continua de su plantilla. Esta inversión ha superado los 100.000 €, distribuidos en 58 accio-nes formativas dirigidas a 468 asistentes, que en conjunto han superado las 12.000 horas de formación en la temporada.

Durante la temporada 2010-2011 se celebraron en el club elecciones sindica-les para elegir a los representantes de los trabajadores en los comités de empresa del estadio Santiago Bernabéu y la Ciu-dad Real Madrid de Valdebebas.

3.4 Administraciones deportivas y públicas Fútbol

El Real Madrid está presente en los máxi-mos organismos del fútbol, tanto a nivel nacional como internacional. Destacamos la participación del club en los siguientes organismos:

UEFA: El Real Madrid ha tenido durante esta temporada una presencia muy activa en los diversos comités y actividades del organismo europeo así como en la ECA, organismo que engloba a los principales clubes europeos en el que los represen-tantes del club forman parte del comité ejecutivo, y de otros comités.

RFEF: El club ha tenido durante esta temporada una presencia muy activa destacando la participación del presidente en la Junta Directiva.

LNFP: El club ha tenido durante esta temporada una participación muy activa en todas las actividades desarrolladas por este organismo.

Durante esta temporada, el Real Madrid ha continuado con su política de cumplimiento puntual de sus obligaciones tributarias y de cotizaciones a la Seguridad Social, encontrándose en todo momento al día en sus obligaciones de pago con las administraciones públicas. Del mismo modo, ha continuado con su colabora-ción institucional con las administraciones autonómica y local.

Baloncesto

El Real Madrid está presente en los máximos organismos del baloncesto, tanto a nivel nacional como internacional. Destacamos la participación del club en los siguientes organismos:

ACB: Esta temporada no se han celebrado todas las Asambleas previstas por normativa por la división de opiniones de la mayoría de clubes integrantes de la Asociación de Clubes de Baloncesto en su intento de modificar la estructura de dicha asociación para que los clubes tengan más participación directa en la misma. El Real Madrid ha sido parte activa en este intento consiguiendo algún cambio en la organiza-ción y, sobre todo, en la creación de nuevo de una Comisión Ejecutiva, la cual llevaba más de una temporada sin reunirse.

EUROLEAGUE: el club ha tenido du-rante esta temporada una presencia muy activa en las reuniones del Executive Board de dicha competición, del que forma parte junto con otros clubes, ligas y federaciones que componen dicho comité.

COMUNIDAD DE MADRID: el club ha cumplido con todas las obligaciones recogidas en el convenio de patrocinio que firmó hace dos temporadas por un período de tres años naturales con la Comunidad de Madrid. Asimismo, acabamos de recibir el segundo pago por parte de la Comunidad, quedando así dicho organismo al día de sus obligaciones para con el club con respecto a esta temporada que acaba de finalizar.

La cantera del Real Madrid está presente en las Federaciones Española y Madrileña de Baloncesto. Alberto Angulo participó en la Asamblea General de la FEB y en diversas reuniones con la Federación Madrileña de Baloncesto a lo largo del año, consiguiendo una mayor fluidez de comunicación y actuación entre el club y las federaciones.

3.5 Otros clubes

La relación del Real Madrid con otros clubes se plasma en la participación en torneos y encuentros amistosos, así como la participación activa junto con otros clubes en congresos y simposios:

Torneos y amistosos: nuestros equipos de fútbol de las diferentes cate-gorías han disputado diversos encuentros amistosos, y han sido invitados a participar en los Torneos más renombrados, tanto en España como en el extranjero. En total de 52 torneos, y 64 partidos amistosos. Entre dichos encuentros, destacan la participa-ción del Real Madrid Castilla en el partido Generation Adidas, del Real Madrid C en el Torneo Ginés Pagán, o del Juvenil B en los Torneos Rumanía y Cracovia y el Juvenil C en la Copa Puskas el pasado mes de abril.

Por su parte, el primer equipo de baloncesto ha disputado 5 encuentros amistosos en Valencia (contra el Mislata), en Pozuelo (contra el Khimki de Moscú y el Fuenlabrada) y en Benirdom (contra el C. B. Murcia y el Meridiano Alicante). Los dos encuentros celebrados en Benidorm han coincidido con la celebración del *stage* de pretemporada llevado a cabo en dicha ciudad del 16 al 22 de septiembre. Asimismo participó en la Supercopa orga-nizada por ACB y celebrada en Vitoria los días 24 y 25 de septiembre.

Los equipos de la cantera de balonces-to han disputado diversos partidos amisto-sos y han sido invitados a participar en los Torneos más prestigiosos a nivel nacional e internacional, totalizando 32 torneos.

Destaca la participación del equipo EBA en el Torneo de la Comunidad de Madrid y la participación del equipo Jú-nior en el Torneo de Hospitalet, organiza-do por Euroliga.

Asistencia a Congresos y Simpo-sios: el equipo de formación de cantera ha participado activamente en l Congreso de Fútbol organizado por el RCD Espanyol y el INEF de Catalunya.

Asimismo el cuerpo médico del club ha participado activamente en numerosos congresos especializados, y simposios prestigiosos del ámbito médico, como las reuniones médicas organizadas por UEFA en Milán, cursos en Bolonia, Congreso de Traumatología en Noruega y Congreso de Medicina Deportiva del Comité Olímpico Español (COE). Asimismo los miembros del equipo médico han actuado como profesores y ponentes en charlas y confe-rencias organizadas por la Comunidad de

Madrid, Fraternidad-Muprespa, American College of Sports medicine, Colegio de Médicos, INEF, y han participado en mesas redondas sobre la muerte súbita en el deporte, la “Asistencia médica en eventos deportivos de masas”, “El Real Madrid CF y la lucha contra el dopaje” (Visita del Consejo de Europa a la Agencia Estatal Antidopaje), así como asistencia a las reuniones de UEFA de médicos de equipo.

3.6 Clientes

En la temporada 2010-2011 se ha trabajado con 340 empresas que suponen unos ingresos para el Real Madrid superiores a los 240 millones de euros. Entre estos clientes figuran fabricantes, broadcasters, operadores, etc., tanto nacionales como internacionales. De ellos, 152 han sido nuevas incorporaciones a la cartera de clientes del Real Madrid y se han renovado acuerdos con otras 88 empresas.

Con más de 120 contratos, el área de licencias y mercado minorista, genera más de 70 millones de euros. El área de patrocinio y publicidad con cerca de 40 clientes, supera los 52 millones de facturación en la temporada. El área de eventos ha gestionado más de 150 eventos de terceras empresas en nuestras instalaciones. Eventos que van desde presentaciones de producto o reuniones de empresa, a cenas de gala, partidos de amateurs, etc.

El Real Madrid ha generado más de 30 millones de euros a través de los servicios y productos que oferta directamente a sus seguidores. Entre ellos cabe destacar los más de 700.000 visitantes del Tour del Bernabéu y los más de 364.000 clientes de las tiendas oficiales Real Madrid. El 56 % de los visitantes del Tour del Bernabéu son nacionales y el 44 % son internacionales, la valoración media del visitante en una escala del 1 al 10 es de 8,8. En la presente temporada se han presentado 15 reclamaciones que han sido solucionadas en su totalidad. El número de incidencias o quejas en tiendas ha sido de 11 y todas han sido solucionadas. En la temporada 2010-2011 se ha habilitado el canal móvil para la compra de entradas del Tour y la adquisición de productos oficiales. Estos servicios se ofertan dentro de la aplicación oficial del club, “*My Madrid*”.

3.7 Aficionados

El Real Madrid cuenta con más de 160.000 aficionados adscritos al programa Madridis-

tas. Estos aficionados están identificados por el club y mantienen una relación directa con el Real Madrid, reciben 4 revistas trimestrales en su domicilio además de comunicación puntual de ofertas y promociones a través de diversas plataformas de comunicación, entre ellas correo electrónico. A tal efecto, el club ha enviado en la presente temporada 50 boletines electrónicos. Los madridistas cuentan con un servicio de call center para atender a dudas o posibles quejas que a lo largo de la temporada recibe unas 54.000 llamadas y 12.000 correos electrónicos de madridistas y emite unas 70.000 llamadas para acciones de captación recuperación o gestiones administrativas.

El club mantiene relación también con otro colectivo denominado e-Madridista. Se trata de 600.000 aficionados con los que mantiene comunicación regular vía email manteniéndoles informados de las noticias más relevantes del club así como de ofertas puntuales de productos oficiales. En esta temporada se han enviado cerca de 6.000.000 de correos electrónicos a este colectivo.

3.8 Proveedores

Durante la temporada 2010-2011 se ha llevado a cabo la integración informatizada del Proceso de Gestión de Compras de bienes y servicios, consiguiendo así que, a través de una única herramienta se centralicen todos los procesos de compra de bienes y servicios, cerrando el ciclo desde su confirmación al proveedor hasta su abono. Además es posible la consulta sobre la situación y el histórico de cada gestión en tiempo real, lo que refuerza la transparencia de estas gestiones.

Se han realizado 1.500 gestiones de compra de bienes con una facturación total de 2 millones de euros y con cerca de 200 proveedores diferentes y se han tramitado 1.300 contrataciones de servicio con 600 proveedores distintos y con un volumen de facturación cercano a los 60 millones de euros.

Se han realizado dos auditorías del proceso de compras con resultado satisfactorio.

El Comité de Compras, órgano de decisión de las adjudicaciones más importantes y de establecimiento y control de las políticas del proceso de adquisición de bienes y servicios, en el que participan representantes de la Junta Directiva y de los órganos de gestión del club, ha celebrado

7 reuniones a lo largo de este ejercicio. Durante la temporada 2010-2011, se han realizado 54 actuaciones de coordinación en materia de prevención de riesgos laborales con empresas proveedoras que han prestado servicio, bien en nuestras instalaciones, bien en otras en las que hemos actuado como promotores, sin ser propiedad del club (Madrid Caja Mágica, Madrid Arena y Pabellón Municipal Valle de las Cañas, sedes de partidos de competición o entrenamiento de nuestros equipos de baloncesto y la carpa de acogida de aficionados en Valencia, con motivo de la final de la Copa del Rey de fútbol).

Todos las actuaciones de coordinación realizadas han tenido como objeto asegurar que todos los trabajadores de empresas proveedoras del Real Madrid cumplen con las políticas de protección de la seguridad y de la salud en el trabajo, contenidos en el estatuto de los trabajadores, y fundamentalmente, en la ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales, y en R.D. 171/2004:

3.9 Acción Social

La Fundación Realmadrid, como vehículo de acción social del Real Madrid, ha centrado sus actividades en la temporada 2010-2011 en las siguientes áreas:

3.9.1 Área Deportiva

La Fundación ha incrementado su presencia con la creación de nuevos centros deportivos (Jódar –Jaén-, Lanzarote, Arroyo de la Luz –Cáceres-, Ceuta y Navas del Marqués –Ávila-) además de su actual presencia, registrando más de 5.000 niños participantes de las escuelas de fútbol y baloncesto.

Por otro lado, más de 1.300 niños de diez nacionalidades distintas asistieron a los campus de verano Summer Experience 2010.

Continúa su proyecto de fomento de los valores deportivos con el programa “Por una educación Real, valores y deporte: la alineación de los valores”, para escuelas de baloncesto.

La Fundación ha implantado el programa de formación de fútbol “Ellos juegan, nosotros educamos” a los entrenadores de las escuelas deportivas del territorio nacional así como a los de Panamá, Ecuador, Haití, Sudáfrica, El Salvador, Kheadah (Calcuta), Oriente Medio, Colombia, Tambacounda (Senegal), Río de Janeiro (Brasil), Etiopía y Perú.

3.9.2 Área Social

La Fundación Realmadrid ha ampliado su representación en once comunidades autónomas a través de varios programas: las escuelas deportivas de integración en centros penitenciarios con presencia en 20 centros distribuidos por toda la geografía nacional; las escuelas deportivas de integración social para inmigrantes, las de baloncesto en hospitales de Madrid; las de centros de acogida, y el programa de formación para mayores, que representan más de cincuenta proyectos distribuidos en toda la geografía española y más de cinco mil beneficiarios.

3.9.3 Cooperación internacional

La Fundación ha dado un salto cualitativo esta temporada con la creación de escuelas sociodeportivas en más de 30 países, superando en conjunto el centenar distribuidas prácticamente por todo el mundo, con más de diez mil beneficiarios. Destacan las inauguraciones de Abu Dabi y Riad, con presencia del presidente Florentino Pérez; de Budapest y Río de Janeiro, con Emilio Butragueño; y la de Kheadah Calcuta, con el ex jugador Isidoro San José. También se han inaugurado escuelas en Tambacounda (Senegal), Etiopía, Ecuador y Venezuela. Además, la Fundación Realmadrid iniciará actividades deportivas en China la próxima temporada, después de que el primer equipo viaje allí durante el verano.

Por otro lado, S. A. R. la Infanta Elena, directora de Proyectos Sociales y Culturales de la Fundación Mapfre y Androulla Vassiliou, comisaria europea de Educación, Cultura, Multilingüismo y Juventud, visitaron la escuela deportiva de Río de Janeiro; y el tenista Rafa Nadal, número uno del mundo y socio de honor del Real Madrid, visitó las escuelas de Colombia.

3.9.4. Actividades Culturales e Institucionales

Se celebró la gala anual de la Fundación, con la entrega de la primera edición de los premios Alma 2010 a personalidades ilustres: Alfredo Di Stéfano (a la Trayectoria Deportiva), AC Milan Glorie (a la Solidaridad), Instituciones Penitenciarias -Ministerio del Interior- y Horizontes Abiertos (a la Colaboración en Proyectos Nacionales), Álvaro Uribe, ex presidente colombiano (a la Cooperación Internacional) y Rafael Nadal (Extraordinario).

Entre otras actividades, destaca la edición del Foro Luis de Carlos “La sexta Copa de Europa del Real Madrid”, que

homenajeaba el 45 aniversario de la misma; la actualización de contenidos en el Tour del Bernabéu; la edición de libros (*biografías de Alfredo di Stefano Historias de una leyenda* y *de Zinedine Zidane La elegancia del héroe sencillo*), y el servicio que proporciona el Centro de Patrimonio Histórico a todo el club y las entidades que quieren homenajear al Real Madrid y a su Fundación.

3.9.5 Grandes eventos

La Fundación Realmadrid ha organizado el partido de fútbol solidario Corazón Classic Match 2011 entre los jugadores más relevantes de la historia reciente del Real Madrid C. F. y del F.C. Bayern Múnich. Entre ellos, destacan los nombres de Zidane, Figo, Redondo, Suker, Morientes, Helguera, Butragueño, Buyo, Santillana, Brehme, Breitner, Augenthaler y Makaay. La recaudación fue destinada al Proyecto África para el desarrollo de escuelas socio deportivas en el continente africano por parte de la Fundación Realmadrid.

En el marco del citado Proyecto África, la Fundación Real Madrid actualmente tiene escuelas en Marruecos, Senegal, Malí, Sierra Leona, Sudáfrica, Guinea Ecuatorial, Camerún, Mozambique, Burundi, Malawi, Tanzania, Kenia y Etiopía. El objetivo de este programa es que en 2014 la Fundación Realmadrid pueda tener escuelas deportivas en Túnez, Argelia, Angola, Burkina Faso, Togo, Níger, Benín, Cabo Verde, Santo Tomé y Príncipe, República Democrática del Congo, República Centroafricana, Uganda, Madagascar, Ghana, Gambia, Gabón, Nigeria, Costa de Marfil, Ruanda, Mauritania, Egipto, Sudán, Chad, Libia, Zimbabue, Namibia, Lesotho, Swaziland, Botswana, Zambia, Eritrea, Somalia, Guinea-Conakry, Guinea-Bissau y Liberia.

3.9.6 Presencia de veteranos

La Fundación ha canalizado la participación de veteranos del Real Madrid en el partido solidario Corazón Classic Match 2011 “Juntos por África” entre veteranos del Real Madrid y del Bayer Múnchen; en la semana del deporte Inclusivo, jugando partidos con invidentes y de baloncesto con discapacitados físicos; en los dos torneos de golf solidarios; en partidos de fútbol con internos de los centros penitenciarios de Meco, Soto del Real, Alcalá Meco, Aranjuez y con la Fundación Rais; en el Foro Luis de Carlos homenajeadno “La Sexta Copa de Europa del Real Madrid”, y en la cena benéfica en Málaga a beneficio del Instituto Indio de Madres y Niños.

3.9.7 Presencia de jugadores

La Fundación ha canalizado asimismo la presencia de jugadores en distintos actos institucionales: Carvalhlo y Canales (firma de convenio con Fundación Mapfre); Kaká y Marcelo (firma de convenio con Endesa); Sergio Rodríguez y Carlos Suárez (acto contra la violencia de género); Granero (campaña “Cuando acoges a un niño tu familia crece” de la Comunidad de Madrid); Kaká y Pedro León (campaña “En Navidad ningún niño sin juguete”); Pedro León y Canales (presentación de los campus de verano Summer Experience 2011).

Todos los jugadores del primer equipo de fútbol, con su entrenador, han visitado a los niños del campus de verano; han participado en Murcia en el partido a beneficio de los damnificados del terremoto en Lorca, visitando la escuela deportiva en el Hospital Infantil Niño Jesús. En Navidad, los jugadores de la primera plantilla llevaron regalos a los niños internados en varios centros hospitalarios de Madrid.

También cabe destacar la presencia y apoyo a los programas de la Fundación por parte de la Junta Directiva y ejecutivos como Emilio Butragueño y Miguel Pardeza, entre otros.

3.10 Medio Ambiente

El Real Madrid por medio de sus convenios de colaboración con entidades de recogida selectiva y coordinada a través de la empresa de limpieza integral, desarrolla todas las necesidades de recogida, transporte y tratamiento de la totalidad de sus residuos, tanto no peligrosos como peligrosos, derivados de su actividad industrial.

El Real Madrid mantiene desde 2007, un convenio con Ecoembes España, S.A para la implantación de recogida selectiva y recuperación de envases ligeros y papel cartón, tanto en el estadio Santiago Bernabéu como en la Ciudad Real Madrid, por el que se ha creado un sistema de recogida, transporte y posterior tratamiento que supera las directrices marcadas por Unión Europea.

En el último ejercicio, en la manzana del estadio Santiago Bernabéu que incluye el Centro Comercial La Esquina del Bernabéu, se han recogido 657.617 kg de residuos, resultando de ello un aprovechamiento de 498.283 kg en envases ligeros y 111.605 kg en papel y cartón, con un porcentaje en torno al 7,5 % de materiales impropios.

En la Ciudad Real Madrid el total de residuos recogidos ascendió a 86.020 kg recuperando 60.640 kg de envases ligeros y 17.465 kg en papel cartón. En este caso, el porcentaje de impropios supuso un 9,5 % del total recogido.

La inversión realizada en los últimos ejercicios en tecnificación y gestión de las instalaciones, ha generado considerables ahorros en materia de energía eléctrica por la automatización y programación de las iluminaciones tanto de la ciudad deportiva como del estadio. De igual forma, el control de la climatización en los recintos de ambos complejos no sólo ha tenido como consecuencia un mayor confort de los usuarios sino que adicionalmente, se ha materializado en ahorro energético.

Intercalando formación a los usuarios junto con el continuo aviso de gestión eficiente de luz, clima y fuerza se ha detectado una mejora sensible en nuestros consumos.

En referencia al consumo de gas, tanto la evolución en los tratamientos del césped como la inversión realizada en radiación solar en periodo nocturno, ha llevado aparejado un menor consumo de gas en referencia al suelo radiante y adicionalmente un mejor comportamiento del tapiz vegetal.

El agua en la Ciudad Deportiva, materia prima fundamental para el desarrollo de nuestra actividad, ha sido extraída en su totalidad del subsuelo que tras la inversión realizada por el club en un sistema separativo de saneamiento y estación depuradora hasta el tratamiento terciario, consigue el nivel de calidad óptimo para su aprovechamiento como agua de riego. Asimismo, el pasado ejercicio el club ha promovido la construcción de un depósito de 2.800 m³ de capacidad junto con la infraestructura de tubería de conexión y paramenta necesaria para el aprovisionamiento de agua reciclada del Ayuntamiento de Madrid. Esto garantizará no solo en el corto sino en el largo plazo un aprovechamiento óptimo del recurso hídrico.

De igual forma se ha alcanzado el óptimo rendimiento de la instalación termosolar y de la instalación de producción de hielo que garantizan las condiciones de suministro de agua caliente sanitaria y del confort de climatización en la Ciudad Real Madrid.

Todas estas actuaciones están encaminadas a conseguir que el club sea un referente en sostenibilidad y conciencia medioambiental.

3.11 Medios de comunicación

La Dirección de Comunicación del Real Madrid ha gestionado durante la temporada 2010-2011 la relación entre el club y los medios de comunicación con las intervenciones que a continuación se indican:

3.11.1 Entrevistas y ruedas de Prensa

El primer equipo de fútbol ha atendido 262 entrevistas de los jugadores y 98 del cuerpo técnico (76 Mourinho y 22 Karanka), 64 ruedas de prensa de jugadores y 126 del cuerpo técnico (105 de Mourinho y 21 de Karanka). En los 51 partidos disputados por el primer equipo de fútbol, los jugadores han atendido 246 entrevistas superflash, Mourinho 83 y Karanka 6. En cuanto a baloncesto, los jugadores y cuerpo técnico han concedido 780 entrevistas y 70 ruedas de prensa.

Los jugadores y entrenadores de los equipos de la cantera, han concedido un total de 665 entrevistas, intervenciones en zonas mixtas y ruedas de prensa, de las que el Real Madrid Castilla, primer equipo de la cantera, ha concedido 336.

Las instalaciones que gestiona la Dirección de Comunicación en la relación del club con los medios de comunicación son: sala de prensa, zona de prensa en la grada y zona mixta en el estadio Santiago Bernabéu; en la Ciudad Real Madrid, sala de prensa en zona de primer equipo, sets de entrevistas en zona del primer equipo; en el Estadio Alfredo Di Stefano, sala de prensa, zona de prensa en la grada; y en la Caja Mágica, sala de prensa y zona de prensa en la grada.

3.11.2 Publicaciones

La página web oficial RealMadrid.com, publica una media de 10-15 noticias en días que no hay partido y 15-20 noticias los días de previa, partido y pospartido.

El club publica cinco revistas trimestrales entre las que destacan *Hala Madrid*, que llega a 200.000 socios y Madridistas adultos; igualmente el club edita *Hala Madrid Júnior*, que llega a 30.000 socios y Madridistas de entre 7 y 14 años. Los boletines electrónicos *Hala Madrid on-line* y *e-Madridistas* se envían con una periodicidad trimestral a más de 600.000 usuarios.

En cada jornada de Liga BBVA se edita un programa de partido, Grada Blanca, con una tirada de 40.000 ejemplares que se distribuyen en el estadio. Igualmente, en cada partido de Liga BBVA se edita un dossier de prensa, del que se imprimen 700

ejemplares (400 para el palco de honor y 300 para la prensa acreditada). Por último, el Boletín de Socios se edita cada tres meses, con una tirada de 80.000 ejemplares.

3.11.3 RealMadrid TV

RealMadrid Televisión ha tenido en la temporada 2010-2011 grandes alicientes periodísticos, desde la exclusiva de su Tour 2010 en Los Ángeles, RMTV ha asistido con entusiasmo al poderoso impulso deportivo del club, que ha tenido en la victoria de Copa del Rey su Mayor premio. RMTV lo festejó con una programación especial en directo, de más de 18 horas y su documental *En el Corazón de la Copa*, con imágenes exclusivas de la concentración y celebración del primer equipo. Los clásicos y los Derbis también merecieron un despliegue especial, como expresión más comprometida con la elogiosa trayectoria deportiva del club en la Liga y la Champions League.

RMTV ha acompañado la cobertura de los prestigiosos premios Mejor Entrenador del Mundo a su primer entrenador, José Mourinho; Bota de Oro a Cristiano Ronaldo y Embajador de Buena Voluntad de Unicef a Iker Casillas.

RMTV ha vivido un momento especial de la programación con la emisión del programa *Real...*, una serie exclusiva de entrevistas a fondo, en su vertiente más humana, que estrenó José Mourinho, primer entrenador del Real Madrid, al que siguieron Iker Casillas, Cristiano Ronaldo, Sergio Ramos, Higuaín y muchos otros jugadores.

En cuanto a baloncesto, RMTV ha seguido de forma completa la Euroleague y su Final Four, Copa del Rey y Liga ACB en semifinales.

El impulso renovado de la Reunión Anual de Peñas desde Ciudad Real Madrid ha sido una cita muy especial para RMTV. Y estuvo con la Fundación Real Madrid y el presidente Florentino Pérez en Jordania, para la creación de una escuela sociodeportiva del Real Madrid.

La cantera ha visto en 2010-2011 su mejor cobertura, con todos los partidos del Real Madrid Castilla en directo y una atención especial a todas sus categorías en su programación diaria y su magazine *La Fábrica*.

RMTV está presente en más de 50 países en el mundo* en todos los continentes y continúa su expansión. Emite dos canales 24 horas cada uno con programación propia en español e inglés. Su fortaleza es la noticia madridista donde quiera que se

produzca — Informativos y Boletines horarios —, y sus magazines (*Real Madrid Life*, *Top Goals*), debates (*La Tertulia*, *Extratime*) y programas especiales (*Hoy Jugamos*, *The Match*, 6.75), que atienden todos los ángulos deportivos, sociales e institucionales del Club.

*Suecia, Noruega, Finlandia, Dinamarca, Hong Kong, Singapur, Tailandia, Malasia, Brunei, India, Pakistán, Vietnam y Camboya, Argelia, Bahrein, Yemen, Emiratos Árabes Unidos, Túnez, Sudán, Siria, Somalia, Arabia Saudí, Catar, Marruecos, Mauritania, Libia, Palestina, Omán, Yibuti, Comoras, Kuwait, Líbano, Egipto, Jordania e Irak, Hungría, Rumanía, Israel, Rusia, Bielorrusia, Letonia, Estonia y Lituania, Italia, Polonia, Angola, Mozambique, Chipre, Francia, Malta, Australia, Nueva Zelanda, Estados Unidos y países de América Latina.







Real Madrid

Informe Anual
2010 · 2011