

ENTORNO

2016: el relato de un año en el deporte a través de sus principales titulares

Jabier Izquierdo
30 dic 2016 - 13:05

Doce meses dan para mucho y la industria del deporte no ha sido una excepción. El año 2016 ha estado marcado por la firma de importantes contratos de patrocinio, como el del Barça con Rakuten o La Liga con Santander; decisiones históricas como la introducción de publicidad en las camisetas de la NBA, o la puesta en marcha de importantes proyectos inmobiliarios, como la reforma del Santiago Bernabéu, el Benito Villamarín o el Wanda Metropolitano. Además, se han producido salidas a Bolsa de calado, como las de Technogym y Basic-Fit .



Robert Saver, dueño de los Phoenix Suns de la NBA, controla también el RCD Mallorca.

Enero: de la entrada de Sarver en el Mallorca, a la sanción de la Fifa a Real Madrid y Atleti

El sector español del deporte comenzó el año nuevo como los niños: algunos recibiendo regalos y otros, los menos, carbón. De enhorabuena saludó al 2016 el RCD Mallorca, que recibió a Robert Sarver, dueño de la franquicia de la NBA Phoenix Suns, como nuevo titular del 99% del club bermellón.

Menos celebraciones hubo en la capital. Dos años después del castigo al FC Barcelona, las negligencias en el fichaje de menores volvieron a sacudir al fútbol español, en concreto al Real Madrid y el Atlético de Madrid. Además de imponerles una multa económica, la Fifa les prohibió inscribir jugadores durante dos ventanas de fichajes. El TAS estimó en diciembre el recurso del Real Madrid y le redujo la sanción a un sólo período, mientras que el Atlético sigue a la espera de conocer si finalmente tendrá que cumplir el castigo.

Por otro lado, con el final de la Navidad se alcanzó un acuerdo entre Telefónica y Mediapro para que el primero pudiera emitir la Liga y la Champions en Movistar+ a cambio de 2.400 millones de euros. Además, la cadena estadounidense de gimnasios Snap Fitness anunció su entrada en España y Under Armour se afianzó en el fitness con el lanzamiento de un kit tecnológico.

Febrero: de la venta de Go Fit a las quejas por un Mundial de Fútbol ampliado

En febrero, la actualidad en la industria de los gimnasios en España la protagonizó la venta de la cadena de gimnasios GO Fit a Mutua Madrileña y al fondo de inversión Torreal. El valor final de la operación se situó en torno a los 200 millones de euros, cuyo máximo beneficiado fue Corpfin, que poseía el 84% de las acciones del grupo, que emplea a 900 personas y factura 60 millones de euros. También en febrero la multinacional japonesa Dentsu compró la agencia española Alesport; el dueño de los Dallas Mavericks de la NBA adquirió la Futsal League de Estados Unidos y Fnac entró en deporte con un portal de comercio electrónico.

Marzo: de la 'caída' de Sharapova al choque Euroliga-Fiba por el baloncesto en Europa

La tenista María Sharapova fue la gran protagonista de marzo. El anuncio de su dopaje por Meldonium le supuso la pérdida de patrocinadores tan importantes como Nike, Porsche o TAG Heuer, que no tardaron ni 24 horas en apartarse de su lado. La multinacional de artículos deportivos reculó a los tres meses y volvió a apoyar a la rusa, que podrá volver al circuito WTA en abril.

Y mientras unas se dirigían al retiro forzoso, un nuevo campeonato de baloncesto nacía en Europa. Las desavenencias entre la Fiba y los clubs que conforman la Euroliga derivaron en el surgimiento de una nueva competición denominada Basketball Champions League. Los principales clubs del continente han dado la espalda al nuevo

torneo por su escaso atractivo económico, ya que lo máximo a percibir son 500.000 euros en caso de ser campeón. De la ACB sólo se ha sumado el Iberostar Tenerife.

Asimismo, marzo fue un mes fijado ya en la historia de Technogym. Aprovechando el auge que vive la industria de la actividad física, Candover Investments y Nerio Alessandri, los dueños de la compañía, decidieron sacarla a Bolsa. Además, el Tribunal Supremo condenó a Dorna a pagar 30 millones de euros a Hacienda y el Barça presentó al estudio de arquitectura que construirá el Nou Camp Nou: el japonés Nikken Sekkei.



La NBA permitirá publicidad en las camisetas de las franquicias.

Abril: del histórico patrocinio de las camisetas en la NBA, al nuevo concepto de Decathlon

El año 2016 será recordado en la NBA. Y no sólo por el récord de victorias en la temporada regular de los Golden State Warriors. En el apartado del marketing, la liga de baloncesto estadounidense tomó en abril una decisión histórica: a partir de la temporada 2017-2018 estará autorizado el patrocinio de las camisetas durante un período de tres años. Una reforma de la normativa que llegará al mismo tiempo que el cambio de Nike por Adidas como proveedor técnico de la competición.

En el negocio de las apuestas deportivas, Mediapro entró en el sector con el lanzamiento del portal Carcaj, mientras que en el sector de fabricantes de equipamiento deportivo Decathlon lanzó un nuevo concepto de tienda llamado Decathlon Connect con el que poder llegar a su público urbano gracias a su tamaño reducido en el centro de grandes ciudades.

Mayo: de la inversión china en Media Base Sport al adiós de Citroën en la camiseta del Celta

La inversión de capital chino en el fútbol español se volvió a poner en evidencia en mayo. El conglomerado empresarial Wuhan Double puso 77 millones de euros sobre la mesa para adquirir el 100% del Granada CF y el 46% de Media Base Sports, la agencia de representación que controlan Pere Guardiola y Mediapro. El Atlético de Madrid, por su parte, tomó el 35% del RC Lens, de la Ligue-2.

En Vigo, Citroën decidió no renovar el longevo patrocinio por el cual su logotipo lucía en la camiseta del Celta, cediéndole el puesto a la cervecera Estrella Galicia. En Castellón, el Villarreal decidió no renovar con la china Xtep y firmó un nuevo acuerdo de patrocinio con Joma, que a su vez entró en la Premier League con el Swansea. El Chelsea, por su parte, rescindió con Adidas para fichar por Nike, que además renovó hasta 2028 con el Barça, a razón de 105 millones anuales a partir de 2018.

Por otro lado, Alicante logró retener la salida de la Volvo Ocean Race por 44 millones de euros hasta 2023, mientras que DiR decidió franquiciar su marca para crecer y McFit decidió diversificar su oferta con la creación de Cyberobics, una cadena de estudios de clases virtuales.

Junio: del relanzamiento de GOL a la salida a Bolsa de los gimnasios Basic-Fit

El ecuador del año se alcanzó con el nuevo acuerdo audiovisual de la Bundesliga, que cobrará 1.160 millones al año de Sky y Eurosport a partir de 2018, y la decisión del Barça de pactar con la Fiscalía para cerrar uno de los procesos judiciales por el fichaje de Neymar. Además, los accionistas de Inter de Milán vendieron la propiedad al grupo chino Suning y Mediapro redobló su apuesta por la televisión en España con el lanzamiento del canal temático GOL en abierto.

En paralelo, Basic-Fit debutó en Bolsa y se reforzó en España con la compra de un gimnasio a Ifitness, que al mismo tiempo abrió en el Palacio de Vistalegre en Madrid. Holiday Gym también aprovechó el repliegue de Virgin Active en España para hacerse con su local de Móstoles. En cuanto a operaciones corporativas, Nielsen se reforzó con la compra de la consultora Repucom.



Basic-Fit y Technogym protagonizaron las mayores salidas a Bolsa del 'fitness' en 2016.

Julio: de la alianza global entre La Liga y Banco Santander a una ACB de sólo 17 equipos

A rey muerto, rey puesto en el patrocinio de La Liga. Tras anunciar BBVA en septiembre de 2015 que no renovaría como title sponsor, otro banco, Santander, le cogió el testigo. La ACB, por su parte, continuó con su habitual problema del verano: ni Melilla ni Burgos, los dos equipos ascendidos deportivamente, pudieron pagar el canon de acceso, de forma que el torneo quedó limitado a 17 equipos y el Movistar Estudiantes pudo sacar la plaza. Y no fueron dieciséis porque a última hora el Real Betis decidió salvar al CB Sevilla de su desaparición y tomar el control por un euro.

En cuanto a clubs, el Barça perdió un laudo que le obligó a pagar 47 millones a la inmobiliaria La Llave de Oro, mientras que la Comisión Europea (CE) obligó a Real Madrid, Valencia CF, Elche CF y Hércules CF a devolver conjuntamente 48,6 millones.

Agosto: de apuesta china por el fútbol a la carrera de reformar estadios en Primera

Mientras en la Península Ibérica el verano alcanzaba su punto más cálido, China se puso manos a la obra. Presentó su proyecto para convertirse en una potencia mundial de la industria del fútbol, con un programa con el que desea "hacerse un sitio entre los mejores equipos del mundo en 2050". Para ello, en una primera fase, hasta 2020, el Gobierno de Xi Jinping quiere 20.000 escuelas de este deporte en marcha.

En España, la llegada de nuevos inversores y el alza de los ingresos por televisión

permitieron a muchos de los clubs de La Liga planificar la remodelación o construcción de sus estadios. En total, hay proyectos por valor de casi 1.300 millones de euros. Uno de ellos es el de la Real Sociedad, que aportará 36 millones a las obras de Anoeta para poder seguir explotando la instalación hasta 2067. La atracción de capital no fue sólo en el mundo de balón, ya que New Balance decidió comprar su distribuidora en el país para darle un nuevo impulso al negocio. En fitness, L'Orange Bleue desembarcó en España con dos clubs.

Septiembre: de la inversión de Disney en la MLB a la venta de la F-1 a Liberty Media

El curso se inició con una de las mayores operaciones corporativas en la industria del deporte, con la compra de la Fórmula 1 por parte de Liberty Media, en una operación valorada en 8.000 millones de dólares. Disney no se quedó muy atrás, con la inversión de 1.000 millones dólares en la compra del 33% de BAMTech, la filial de servicios tecnológicos de la Major League Baseball (MLB).

Por otro lado, el Ayuntamiento de Barcelona decidió guardar definitivamente en el cajón la idea planteada por algunos operadores de aplicar una moratoria a la apertura de gimnasios en la ciudad, mientras que las federaciones catalanas crearon Urban Sports, su propia cadena de clubs. En este sector, Cristiano Ronaldo hizo su primera incursión de la mano de la norteamericana Crunch Fitness con un primer club en Madrid.



Javier Tebas fue reelegido presidente de La Liga, que vendió los 'title rights' de la competición a Santander.

Octubre: de las sanciones de Hacienda a los clubs de La Liga a la reelección de Tebas

Octubre estuvo marcado por la presentación de las cuentas de varios clubs de La Liga,

que confirmaban que Hacienda había empezado a sancionar la forma en cómo se retribuía a los intermediarios: Real Madrid (10,8 millones de euros), Sevilla (10 millones) y Valencia (5,3 millones) fueron los más afectados.

Una lanza a su favor rompió nuevamente Javier Tebas, presidente de la patronal de clubs y que logró la reelección en una campaña donde el expresidente de la SD Eibar Alex Aranzábal intentó disputarle el cargo. Sí hubo relevo en Viva Gym, que fichó al presidente de la colombiana Bodytech como nuevo consejero delegado. En el Barça, el nuevo consejero delegado, Óscar Grau, reestructuró el comité de dirección y el Madrid asentó su entrada en EEUU con restaurantes.

Noviembre: del acuerdo entre Rakuten y El Barça al cierre de Rojadirecta

El penúltimo mes del año tuvo un nombre propio: Rakuten. El grupo japonés de comercio electrónico firmó como patrocinador principal del Barça para las próximas cuatro temporadas. Mientras que el Sevilla firmó con Puerto Rico, Nike renovó a Cristiano Ronaldo y Orange entró a patrocinar la Liga de Videojuegos Profesional (LVP), propiedad de Mediapro.

El grupo audiovisual también fue noticia gracias a su triunfo en los juzgados contra Rojadirecta, el portal de enlaces para ver partidos de forma ilegal que se vio obligado a cerrar. La Liga, que también ganó con este caso, aceleró en el ámbito digital con su alianza con Microsoft. También fue destacable la entrada de Mediaset en la actividad con la creación de Latin Fit y, especialmente, el nombramiento de José Ramón Leta como nuevo presidente del Consejo Superior de Deportes (CSD), en sustitución de Miguel Cardenal.

Diciembre: del golpe al gimnasio 24 horas a la compra de Sky por parte de 21st Century Fox

El arranque del último año estuvo marcado por el revuelo en la industria de los gimnasios, tras la decisión de la Generalitat de exigir a los centros que abren durante las 24 horas del día que siempre haya un técnico, poniendo en riesgo la viabilidad de este modelo de negocio. En Madrid, una de las medidas del Ayuntamiento ha sido obligar a las concesionarias a que den acceso gratuito a sus instalaciones a aquellas personas en riesgo de exclusión social.

En la industria de las competiciones, el portal de música Deezer quiso entrar con fuerza mediante la firma de patrocinios con Barça y Manchester United, mientras que Wanda se hizo con los naming rights del futuro estadio del Atlético de Madrid. También fue destacable el acuerdo de la NBA con sus jugadores para elevar el salario medio a 8,5 millones de dólares, así como la venta del fabricante italiano de bicicletas Pinarello al

PALCO23

| fondo de capital riesgo L Catterton.