

CLUBES

El dueño del Manchester City crece en Asia con la compra el Mumbai City de India

El holding futbolístico suma su segundo activo en Asia con la adquisición del 65% de este equipo de la Indian Super League, que se suma al Sichuan Jiuniu FC en China.

Palco23
28 nov 2019 - 12:00



City Football Group (CFG) ya tiene presencia en los dos mayores mercados por volumen de habitantes. El holding futbolístico ha cerrado la adquisición del 65% del Mumbai City FC, que actualmente ocupa la séptima posición de la Indian Super League. Los términos económicos del acuerdo no se han hecho públicos.

Esta operación permite al dueño del Manchester City tener presencia en los principales mercados por volumen de población en Asia, después de la compra del Sichuan Jiuniu FC en China a principios de 2019. Al igual que entonces, la propiedad será compartida con dos socios locales, que en este caso son el actor de Bollywood Ranbir Kapoor y Bimal Parekh.

Damian Willoughby, hasta ahora director de alianzas de marketing del grupo, asumirá también las funciones de director general de City Football Group India. “El acuerdo hará que el Mumbai City FC se beneficie de los conocimientos comerciales y de fútbol del grupo, al tiempo que ofrece un activo nuevo y emocionante a la plataforma comercial global de CFG”, ha señalado la organización liderada por Ferran Soriano.

El City Football Group, con esta operación, tendrá presencia en los principales mercados por volumen de población en Asia

El ejecutivo catalán ya avanzó hace unos días en Esade que pronto habría novedades sobre el proyecto en esta región. “El mundo de la próxima década son 8.000 de personas, la mayoría de clase media y con necesidad de entretenimiento, y 3.000 millones estarán en China e India”, recordó en su intervención.

En el caso del octavo club que añaden a su red, este tiene un estadio con capacidad para 8.000 espectadores, el Mumbai Football Arena. Pero lo importante en este caso es tener un equipo relevante en la actualidad deportiva del país asiático para poder incluirlo dentro de sus activaciones a nivel local con sus patrocinadores globales.

En total, la red está formada por el Manchester City de Reino Unido, que es el auténtico tractor del proyecto; el Girona FC en España; el New York City en Estados Unidos; el Melbourne City FC en Australia; el Yokohama F. Marinos en Japón; el Club Atlético Torque en Uruguay; el Sichuan Jiuniu FC en China, y el Mumbai City FC en India.

Khaldoon Al Mubarak, presidente del holding futbolístico, ha avanzado que “estamos ansiosos por jugar un papel activo en las comunidades locales y de aficionados de Mumbai City FC, y trabajar con nuestros copropietarios para desarrollar lo más rápido posible el club”. “Es un gran respaldo al creciente atractivo del fútbol indio; el poder y el potencial de nuestra juventud hacen de la India la oportunidad global más emocionante del mundo hoy”, ha celebrado Nita Ambani, responsable de la Indian Super League.

La adquisición llega un día después de que el City anunciara la obtención de 500 millones de dólares (454 millones de euros) con la venta del 10% del capital al fondo de inversión Silver Lake. La operación supone valorar el proyecto en 4.800 millones de dólares (4.357 millones de euros), por lo que el nuevo accionista ostentará en torno al

10,5% de las acciones.

Se trata de una de las mayores operaciones corporativas que se han cerrado en la industria del fútbol, y la segunda vez que el City incorpora nuevos socios en esta etapa. A finales de 2015, China Media Capital pagó 400 millones de dólares (378 millones de euros del momento) por un 13% de los títulos. Es decir, que la revalorización del hóliding en el mercado ha sido del 60% en sólo tres años.

La inyección de capital es importante para el hóliding, que en términos agregados aún no ha alcanzado la rentabilidad. Eso sí, cerró 2017-2018 con unas pérdidas de 44,8 millones de libras (52,5 millones de euros), lo que representa un recorte interanual del 37%, como adelantó *Palco23*. El grupo creado en torno al Manchester City para tejer una red de franquicias por todo el mundo facturó 584,79 millones de libras (684,9 millones) durante la última temporada, un 13,8% más que en 2016-2017.