

CLUBES

El 'hólding' del Manchester City dobla sus pérdidas hasta 80 millones en 2016-2017

El grupo, dirigido por Ferran Soriano y que superó los 626 millones de euros en ingresos, atribuye el aumento de los números rojos al lanzamiento de nuevos servicios para sus equipos y la inversión en consolidar la franquicia de la MLS.

Marc Menchén
22 mar 2018 - 05:00

El 'hólding' del Manchester City dobla sus pérdidas hasta 80 millones en 2016-2017

Toda construcción de un nuevo negocio exige tiempo antes de alcanzar la rentabilidad, y en ello anda City Football Group (CFG). El hóliding creado a partir del Manchester City ha conseguido que su equipo en la Premier League ya gane dinero (un millón de euros el último año), pero los costes asociados al resto de franquicias, así como la creación de nuevos servicios para todas sus participadas, provocó que los números rojos se doblaran en 2016-2017, hasta 71,1 millones de libras (80 millones de euros).

El grupo facturó un 21,76% más y alcanzó los 514,25 millones de libras (586,14 millones de euros), que en un 92% corresponden a la actividad del Manchester City, según las cuentas a las que ha accedido *Palco23*. Las plusvalías por traspasos, que casi en un 100% corresponden al equipo que entrena Pep Guardiola, se dispararon un 68,6%, hasta 34,99 millones de libras (39,88 millones de euros).

Por áreas de negocio, el conjunto británico supuso el 75,7% de los 68,54 millones de libras (78,12 millones de euros) de la recaudación por taquilla, el 97,5% de los 208,65 millones de libras (237,82 millones) por televisión y el 91,96% del área comercial, que en conjunto generó 218,01 millones de libras (248,49 millones). Es un peso similar al que tiene en el conjunto de los costes, con un 80,79% de los 626,32 millones de libras (713,88 millones). Es el mismo peso que aproximadamente tiene sobre los costes salariales, una situación que permite entender una de las claves de la entrada en beneficios del actual líder de la Premier League.

El Manchester City representa el 92% de los

ingresos ordinarios, pero sólo emplea al 36% del personal de oficinas de todo el grupo

Uno de los motivos que ayudan a explicar el por qué el equipo británico gana dinero y el hólding no es que muchos de los servicios están centralizados en la matriz para atender a todos los equipos. De esta manera, cada uno sólo paga por el uso que realiza sin asumir costes adicionales y permite al club británico, que apenas sumó cinco efectivos en 2016-2017, representar sólo el 46% de la platilla deportiva y el 36% del personal comercial y de administración.

El City tenía 153 de los 333 miembros de **staff** de CGF, incluidos futbolistas, mientras que en el área comercial y administrativa sólo pagaba de forma directa a 172 de los 479 que había en total. City Football Marketing, que ofrece servicios comerciales a los equipos, tenía 95 profesionales en nómina, por los 61 que cumplían funciones médicas, de *scouting* y análisis del rendimiento.

Más allá de los mayores costes por el aumento de la estructura corporativa, la organización dirigida por Ferran Soriano atribuye parte de las pérdidas al New York City de la Major League Soccer (MLS). Ahora bien, no se ha hecho público el desfase atribuido a su principal proyecto al otro lado del Atlántico, donde también ha comprometido 14 millones para abrir centros de fútbol 7 junto al gestor especializado Goals Soccer Centres. La dirección prevé un importante margen de mejora para la franquicia, de la que controla un 80% tras invertir 100 millones de dólares, después de que su facturación aumentará en un 27,5% en el segundo año de operaciones, hasta 30,1 millones de libras (34,2 millones de euros).

El Manchester City representa el 92% de los ingresos ordinarios de todo el grupo

Image not found or type unknown

La plantilla deportiva del City está formada por 133 personas, que suponen el 46% de la masa salarial

Más de la mitad de los costes corresponden al pago de nóminas del personal deportivo, que superó los 17 millones de dólares. Según datos hechos públicos por la competición, sólo David Villa y Andrea Pirlo cobraban más de cinco millones de dólares por año, mientras que Maximiliano Moralez estaba en dos millones de dólares. El resto está por debajo del millón, con muchos salarios que no alcanzan los 100.000 dólares.

Es decir, que apenas quedaban 13 millones para afrontar otras partidas como el equipo administrativo o el alquiler del Yankee Stadium, donde juega sus partidos a la espera de dar con los terrenos adecuados para levantar su propio estadio. El equipo, que en Nueva York debe competir con el New York Red Bulls, registró una asistencia

media de 23.532 espectadores en cada partido como local durante la temporada 2016, que se disputó de marzo a noviembre de ese año.

Los números del Melbourne City son más modestos, con una facturación 8,4 millones de libras (9,5 millones de euros) y una media de 10.123 aficionados por encuentro en 2016-2017. Al igual que la franquicia de la MLS, el equipo australiano se ha beneficiado de la venta global de patrocinios por parte de CFG, de manera que los clubes de Reino Unido, Estados Unidos y Oceanía cuentan con el patrocinio principal de la aerolínea Etihad, así como los de SAP, Nissan o Nexen Tyre.

El grupo futbolístico espera acelerar próximamente su presencia en China después de la entrada de CMC en su accionariado

Este acuerdo comercial no se ha hecho aún extensivo a las otras dos entidades en las que ha invertido el City en el último año. Su **rally** de adquisiciones comenzó en abril de 2017 con el Club Atlético Torque, que ese mismo año ascendió a la Primera División de Uruguay, y concluyó en agosto con la toma del 48% del Girona FC tras lograr el ascenso a la Liga Santander. Sus resultados no se han incluido en las cuentas de 2016-2017, si bien sólo habrían provocado un aumento de las pérdidas, pues el conjunto catalán cerró con un desfase de 5,5 millones por las primas abonadas a los futbolistas que le han llevado a la élite del fútbol español.

A la presencia en Europa, América y Oceanía se le une Asia, donde controla el 20% del Yokohama Marinos de Japón y se insiste desde hace meses en que busca alguna oportunidad en China. En este objetivo tendría un papel importante China Media Capital (CMC), que en 2015-2016 compró el 16% de CFG por 298 millones de libras (339 millones de euros). “El mercado futbolístico chino para aumentar las oportunidades del grupo; [...] su inversión ayudará a incrementar la base global de aficionados, atraer más talento y desarrollar asociaciones de patrocinio en la región”, señala en su memoria anual.

Soriano ha decidido fichar a CAA Sports para que sea la agencia de marketing deportivo la que se encargue de buscar patrocinadores globales interesados en apoyarse en todos sus equipos. En el plano deportivo, el primer holding futbolístico considera que la estrategia elegida les permite una rápida detección del talento local con el atractivo de poder ofrecerles la oportunidad de poder jugar en distintos continentes según sus capacidades. Por ejemplo, en España se ha asegurado que puede atar antes a jóvenes promesas

que ahora debía fichar de rivales como FC Barcelona.

Los frutos a nivel económico no se visualizarán hasta dentro de un tiempo, y está por ver cómo afectará la idea de la Uefa de limitar el número de futbolistas en propiedad por parte de cada club. Mientras, el Manchester City es virtualmente campeón de la Premier League, el Girona FC sueña con entrar en Europa en su primer año en la élite, el Torque lucha por consolidarse en la Primera de Uruguay y Melbourne y New York City aspiran a llegar lo más lejos posible en sus ligas nacionales.