

COMPETICIONES

Dorna Sports alcanza una valoración de 1.826 millones de euros tras consolidar beneficios

Bridgepoint ha traspasado este año su participación del 40% a un nuevo fondo de la firma, valorando esa participación en 1.443 millones de euros. En 2018, los ingresos subieron un 7,5% y el beneficio neto fue de 54,5 millones.

M.M.A.
3 oct 2019 - 11:11



Dorna Sports ya tiene una tasación más o menos oficial de cara a una hipotética futura venta. Bridgepoint negoció durante 2018 su salida de la gestora del Mundial de MotoGP, pero finalmente acabó traspasando su participación del 40% a un nuevo fondo de la misma firma. Y le puso precio junto al 39% que controla con el fondo canadiense Cppib: 1.443 millones de euros, situando la valoración del 100% del capital de la compañía española en 1.826 millones. Se trata de una fuerte revalorización respecto a lo que abonó en su día para hacerse con el control, tras un ciclo en el que el negocio no ha dejado de crecer.

Las cuentas individuales de la compañía revelan un aumento de los ingresos del 7,5% en 2018, hasta 308,2 millones de euros

. Además, también se anotó una mejora de la rentabilidad, al aumentar un 32% el beneficio neto, hasta 54,5 millones de euros. De esta manera, consolidan su buena salud financiera, después de las provisiones que se realizaron en 2016 tras sanear su balance.

El principal activo de la compañía liderada por Carmelo Ezpeleta son los campeonatos de motociclismo, con MotoGP como **joya** de un imperio que también incluye Moto2, Moto3 y Superbikes. Las ventas de sus derechos, tanto de televisión como de patrocinio y sede de las carreras, subieron un 7,4%, hasta 221,17 millones de euros, y la previsión es que vayan a más tras las alianzas a largo plazo que ha firmado con plataformas OTT como Dazn.

La gestora de MotoGP obtuvo unos ingresos de 308,2 millones de euros en 2018, una mejora del 7,5%

En estos años, el campeonato ha logrado extender su huella global y, según se recoge en la memoria adelantada por *Cinco Días* y a la que ha accedido *Palco23*, también ha aumentado su capilaridad donde ya opera. Dorna Sports explica que un total de 2,88 millones de espectadores acudieron a los circuitos, de los cuales un 10% no había asistido previamente a una carrera de MotoGP.

En cuanto a las audiencias televisivas, la memoria explica que su cobertura alcanzó 207 mercados y 428 millones de hogares en 2018, lo que representa una mejora interanual del 15,7%. La programación de contenidos acumuló 31.525 horas, aunque la clave continúan siendo las quince horas de directo que se emiten cada fin de semana de gran premio, y de la que derivan el resto de vídeos cortos y programas que se emiten en canales y redes sociales.

Por otro lado, los servicios televisivos generaron un 12,7% más, con 33,39 millones, mientras que los servicios publicitarios aportaron un 5,7% más, hasta 47,91 millones de euros. En este sentido, cabe recordad que Dorna Sports no sólo gestiona la publicidad de sus eventos, sino que también ofrece su tecnología a otras propiedades deportivas, como son algunos clubes de ACB en cuanto a su U televisiva, por ejemplo. La actividad logística, por su parte, se mantuvo estable en torno a 4,2 millones.

En términos de plantilla, Dorna explica que ha incrementado su estructura en 33 personas, con una media de 305 empleados fijos que representaron un coste de

aproximadamente 20 millones de euros. Ahora bien, la compañía española moviliza a mucho más personal externo, con casi medio millar de profesionales de la comunicación por carrera más todos los equipos que compiten.

Por último, la compañía tiene dispuestos préstamos a largo plazo por 833,6 millones de euros y mantiene compromisos adquiridos por 495 millones. Estos pagos a futuro se corresponden con los acuerdos con la Federación Internacional de Motociclismo (FIM) y la Asociación Internacional de Equipos (Irta, por sus siglas en inglés) para la explotación de los mencionados eventos hasta 2041.