

COMPETICIONES

El 'gran circo' vuelve al asfalto: la F-1 se juega 2.000 millones con un plan de choque a medio gas

Liberty Media, gestora del Mundial de automovilismo, trata de salvar la mayor parte de su negocio este año tras hundir un 84% sus ingresos en el primer trimestre, todo ello en un año que debía ser clave para su futuro a medio plazo.

Álvaro Carretero
3 jul 2020 - 04:57



El gran circo vuelve al asfalto. No es el Cirque du Soleil, declarado en bancarrota esta misma semana, sino el de la Fórmula 1. El Mundial de automovilismo regresará este fin de semana en Austria con su primer Gran Premio de la temporada tras no poder disputar ninguna carrera como consecuencia del Covid-19. Por ahora, la vuelta no pasa de un apresurado plan de choque, con apenas ocho carreras confirmadas en Europa y la incógnita de si Fernando Alonso se sentará en un monoplaza, y con la urgencia de salvar un negocio que en los tres primeros meses del año entró en pérdidas de 42 millones de dólares.

La competición, propiedad de Liberty Media, ha sido una de las que más ansiosas se

ha mostrado por su regreso, incluso desde las primeras semanas de la pandemia. En juego aún está un negocio de 2.022 millones de dólares y unas audiencias agregadas de 1.900 millones de espectadores en todo el mundo.

Primero fue la cancelación del Gran Premio de China. Con la pandemia golpeando duramente a Europa, el gran circo viajó a Australia para disputar su primera carrera, que nunca llegó a tener lugar tras la renuncia de Mercedes tras detectar el primer positivo en su equipo. Posteriormente se sucederían las cancelaciones de otros GP, como Vietnam, Bahrein, España, Holanda, Mónaco y Azerbaiján.

La F-1 ha perdido el 84% de sus ingresos en el primer trimestre y espera que se agudice en los siguientes tres meses

A principios de abril la F-1 comenzó a preparar su plan de regreso, estipulando como fecha clave los primeros días de julio, conscientes de que no sólo el calendario estaba en juego, sino también una cada vez mayor presión financiera. Durante el primer mes de pandemia global, a partir de mediados de marzo, la F-1 recortó un 71% los costes operativos, hasta 43 millones de dólares. Los gastos administrativos y de estructura, sin embargo, sólo se pudieron rebajar un 15%, hasta 28 millones de dólares.

Sin embargo, el recorte no fue suficiente para evitar el hundimiento de sus ingresos en el primer trimestre, que se desplomaron un 84%, hasta 39 millones de dólares, además de volver a entrar en pérdidas tras sanear su balance en los años anteriores. Ante una situación especialmente delicada, en la que la F-1 no obtuvo ningún tipo de ingreso televisivo, la base de su negocio, el Mundial tuvo que recurrir a ingresos extraordinarios para financiarse.

A finales de abril, la gestora hizo su primer encaje de bolillos para obtener músculo financiero. Liberty Media movió activos entre sus filiales y Formula One Management vendió el 33% de la empresa de conciertos Live Nation a SiriusXM Group. La F-1 recibió una inyección de 1.500 millones de dólares para reforzar su balance y afrontar la crisis del Covid-19, ya que ninguna escudería percibió pago alguno por esta operación.

La F-1 ha renegociado con los acreedores y recibió

un balón financiero con la venta de Live Nation a SiriusXM

Dos meses más tarde la Fórmula 1 recibiría un segundo balón de oxígeno tras llegar a un acuerdo con los acreedores para refinanciar 3.400 millones de dólares a través de una de las subsidiarias de Liberty Media. En total, se logró la refinanciación de un préstamo por 2.902 millones de dólares y de la línea de crédito *revolving* de 500 millones con la que cuenta.

La F-1 espera que el balance de resultados correspondiente a los meses de abril, mayo y junio aún presente una notable caída de ingresos y unos números rojos aún más pronunciados, dado que la competición no arranca hasta el 5 de julio. La previsión es salvar la mayor parte de los contratos televisivos y comerciales, aunque la gestora aún no ha dado a conocer a cuánto podría ascender la merma de ingresos, pese a la reanudación.

Lo que sí está confirmado es que se perderá de forma íntegra la parte correspondiente a la venta de entradas, que está en torno al 10% de los ingresos de la competición. El resto se reparte entre el canon de las ciudades y los derechos audiovisuales (un 30% cada categoría), y los patrocinadores, que equivalen al 15% del total. La asistencia a los recintos creció apenas un 2% en 2019, hasta 4,2 millones de espectadores y una media de 200.000 por cada gran premio.



Hamilton correrá con un coche teñido de negro en apoyo al movimiento Black Lives Matter

Una vuelta accidentada

La F-1 fue de las primeras competiciones en asegurar que volvería a los trazados en julio, pese a no tener aún un plan definido. Finalmente el calendario oficial se desveló el 2 de junio, con una previsión de ocho carreras en Europa y a expensas de saber si podrá viajar a otros países clave como Rusia y Azerbaiyán en septiembre, y a EEUU, Brasil y México en noviembre.

El objetivo aún es alcanzar las 15 carreras, dejando sólo tres por el camino: Holanda, que aplazará su debut a 2021, China y Japón, oficialmente cancelados. De alcanzar esta cifra, Liberty Media no tendría que devolver una parte proporcional a los operadores televisivos y, dado que muchos de los Grandes Premios fuera de Europa aún no han sido confirmados, la gestora trabaja con un plan alternativo para ampliar su presencia en el Viejo Continente, como hará MotoGP.

Si la F-1 alcanza las 15 carreras no tendrá que compensar a las televisiones, aunque no desvela cuál será el impacto del Covid-19

Esa posibilidad podría afectar a los trazados españoles, donde sólo Barcelona cuenta con un GP, el 16 de agosto, a diferencia de MotoGP, donde los cuatro circuitos hicieron pleno. Con la incertidumbre aún sobre el asfalto, las escuderías aprobaron oficialmente el nuevo techo de gasto, que será una de las pocas parcelas que, a priori, no se vean afectadas por la crisis del Covid-19.

A finales de 2019, la Fórmula 1 presentó un plan estratégico para revolucionar su negocio y recuperar el gancho perdido en los últimos años. El ambicioso cambio pretende lograr, al menos sobre el papel, una mayor igualdad económica entre las escuderías para recuperar la competitividad tras años de monopolio de Mercedes. A finales de mayo, las escuderías votaron de forma unánime la implantación de un límite presupuestario de 175 millones, entre otras medidas relativas a la ingeniería.

Todo eso sin tener en cuenta las dificultades por las que atraviesan las escuderías, que sólo podrán disponer de 80 personas por equipo, de los que 60 miembros son el máximo permitido de forma habitual en el *paddock* (intenieros, mecánicos, directores de carrera y etcétera). La previsión es que todo el circo se mueva como una burbuja,

aunque equipos como Ferrari crearán la suya propia para garantizar un mayor aislamiento.

A las tremendas dificultades logísticas que implica movilizar a toda la organización por todo el mundo se añaden las complicaciones económicas de las empresas detrás de las escuadras, como las de Renault, Mercedes y Williams, que exploran diferentes operaciones corporativas para garantizar su futuro. Cabe la posibilidad que, pese a que el plan estratégico de 2021 salga adelante y la F-1 salve el año, algunos equipos terminen el año en *boxes*.