

COMPETICIONES

Ironman dirigirá su crecimiento en Italia desde España tras alcanzar a 16.000 triatletas

Agustí Pérez, hasta ahora responsable para la Península Ibérica, incorpora un nuevo país bajo su responsabilidad para dirigir la fase de crecimiento y consolidación que tienen en otros territorios.



M.Menchén
29 oct 2018 - 05:00

Ironman dirigirá su crecimiento en Italia desde España tras alcanzar a 16.000 triatletas

Ironman premia al equipo que ha liderado el crecimiento de su negocio en la Península Ibérica. La multinacional estadounidense ha ampliado las competencias de Agustí Pérez, que en 2014 asumió la dirección del negocio en España, en 2017 tomó las riendas de Portugal y ahora también se encargará de la expansión en Italia. “Nuestro crecimiento es exponencial y el aumento del porfolio es rapidísimo”, señala el ejecutivo de *Palco23*. Actualmente, generan el 21% de la participación en las pruebas de la compañía en toda Europa.

El aumento de la cartera de proyectos no solo responde a las adquisiciones que se están realizando a nivel global, sino también en el ámbito local. Sin ir más lejos, la gestora de pruebas deportivas se ha hecho este verano con los derechos del triatlón de Vitoria-Gasteiz para convertirlo en Ironman. De esta manera, se suprimirá el medio triatlón para dar todo el protagonismo a una de las pruebas más duras: 3,8 kilómetros de natación, 180 km de bicicleta y 42,2 kilómetros a pie.

La incorporación de esta prueba eleva a cinco el número de eventos que la empresa propiedad de Wanda Sports tiene en España; además, supone su entrada en País Vasco. Hasta ahora, contaba con los Ironman de Lanzarote y Barcelona, así como con los Ironman 70.3 (la media distancia de esta modalidad) de estas dos ciudades, Marbella y Mallorca. En total, han alcanzado una base de 200.000 espectadores en el país.

Ironman gestiona cinco pruebas en España bajo su marca, con un potencial de 200.000 espectadores y 16.000 participantes

El próximo año también volverá a ser importante para continuar incentivando la práctica deportiva entre las mujeres: las Iron Girl. Esta carrera se disputa el mismo día que la original en Barcelona, aunque solo con un recorrido de tres kilómetros en la playa Garbí de Calella, municipio donde finaliza la prueba. Su objetivo, que crezca el porcentaje del 16% de mujeres sobre la base de sus participantes.

“Tenemos mucho interés en que crezca la participación de las mujeres, y así satisfacemos la demanda de un público familiar; el 82% de nuestros participantes son extranjeros y vienen acompañados”, señala Pérez, que está al frente de un equipo de once personas que se apoya en socios locales para cada prueba. De ahí que también organicen las Iron Kids, que en España consta de 21 pruebas en las que participan más de 10.000 niños entre las distintas categorías.

A la organización de estas pruebas de resistencia se le suman EDP Rock 'n' Roll Madrid Marathon y Half Marathon desde junio de 2017. Ese mes se formalizó la compra de Competitor Group, empresa cuyo principal activo son las Rock'n'Roll Marathon Series, treinta eventos que se concentran en Estados Unidos pero que también se extienden a Europa. “Esta operación convierte a Ironman en la principal organización de deportes de resistencia en el mundo”, aseguraba entonces.

Muestra de la maduración de su negocio en España es que “hemos agotado inscripciones en todos los eventos este año”, pese a que su coste puede ir desde los 255 euros de la prueba de Marbella a los 580 euros de Barcelona. “El número de atletas había superado ligeramente nuestras capacidades de eventos, así que agregar una carrera más en el norte nos ayudará a satisfacer la demanda de participar en los eventos Ironman en el futuro”, añaden.

España genera el 21% de los participantes que Ironman consigue cada año en Europa, donde opera en doce países

En estas pruebas la participación varía mucho en función de la ciudad, pues va desde los casi 600 de Lanzarote a los 3.800 de Mallorca. No obstante, en la mayoría de casos se supera la cifra de 3.000 inscritos y en España ya son 16.000 personas las que anualmente participan en los eventos de Ironman, equivalente al 21% de todos los triatletas que compitieron en las Ironman de Europa (75.000 en doce países) y el 5,3% a nivel global (300.000 en 44 países).

“También teníamos eventos en Portugal e Italia, donde estamos en fase de crecimiento y consolidación”, señala Pérez. En el mercado luso se disputa una prueba de la categoría Ironman 70.3 en Cascais, ciudad turística situada al oeste de Lisboa, que además se complementa con una carrera infantil para fomentar la asistencia del público familiar. En Italia se disputa la prueba reina en Cervia y, más al sur, la media distancia en Pescara, ciudad a orillas del mar Adriático. Allí también se celebra una prueba 5150,

donde el recorrido consta de 1,5 kilómetros de natación, 40 kilómetros de bicicleta y 10 kilómetros a pie.

El crecimiento de la compañía ha ido muy ligado al auge de la práctica deportiva y el cada vez mayor número de deportistas que se atreven con las pruebas de resistencia. Solo en España, el número de personas con licencia de la Federación de Triatlón se ha disparado un 54,6% desde 2014, hasta 30.744 personas. A ello hay que sumar el auge del turismo deportivo, pues cada vez más gestoras de pruebas de este tipo apuestan por captar atletas de otros países que aprovechan para conocer otros países.

Wanda Sports se hizo con World Triathlon Corporation en 2015 por 650 millones de dólares

La ambición de Ironman es hacer crecer aún más esta modalidad, y para ello ha sido clave su alianza desde 2017 con la Unión Internacional de Triatlón (UIT). En febrero de ese año firmaron un acuerdo que calificaron de “histórico”, por el que se armonizaban determinados procesos en ambas disciplinas de este deporte. Además, se reforzaba la lucha contra el fraude y las acciones para combatir el dopaje en estas competiciones.

Esta marca es propiedad de World Triathlon Corporation (WTC), multinacional estadounidense que en agosto de 2015 fue adquirida por la china Wanda Sports en una operación valorada en 650 millones de dólares. Desde entonces, el portfolio de la compañía ha pasado de 200 a 260 competiciones en 44 países gracias al crecimiento a orgánico y a adquisiciones como la antes mencionada de Competitor, la de la sudafricana Cape Epic, o la de la irlandesa Titan Experience. “Hemos pasado a tener un 30% del negocio global del *running* y el 91% del mercado del triatlón”, recuerda la compañía.