

COMPETICIONES

La dueña de MotoGP logra nueva financiación por 200 millones tras entrar en pérdidas en 2016

La dueña de MotoGP registró unos números rojos de seis millones de euros en 2016, tras regularizar su situación con Hacienda. El aumento del préstamo sindicado, que ahora ronda los 900 millones, permitió a Bridgepoint recuperar aportaciones por unos 180 millones.

Marc Menchén
13 dic 2017 - 05:00

La dueña de MotoGP logra nueva financiación por 200 millones tras entrar en pérdidas e

Marc Márquez logró coronarse campeón de MotoGP una vez más el pasado 12 de noviembre. Fue el colofón a una temporada en la que Dorna Sports consolidó su propuesta de espectáculos de motociclismo, y en el que también logró un espaldarazo a su proyecto con un importante aumento de la financiación bancaria. La empresa española ha firmado este año un nuevo crédito sindicado, que eleva el importe disponible, de 696,7 millones dispuestos en 2016 a unos 900 millones de euros, según ha podido saber *Palco23*.

La nueva financiación se divide entre 816 millones de euros y otros 80 millones denominados en dólares, que actualmente equivaldrían a 76 millones de euros. La refinanciación de su deuda también ha permitido rebajar los costes asociados a la misma, gracias a las buenas perspectivas que existen sobre el negocio. “El momento de mercado era muy bueno, puesto que mejorábamos condiciones en duración y términos”, explica a este diario el director de operaciones del grupo, Enrique Aldama.

El ejecutivo añade que “también se debatió incrementar la deuda aunque no tuviéramos ninguna necesidad de caja”, puesto que cerró el último ejercicio con 112,51 millones de caja y unas reservas de más de 367 millones de euros fruto de las ganancias de años anteriores. Finalmente se aumentó la deuda, principalmente, para que su máximo accionista, el fondo de capital riesgo Bridgepoint, recuperara en torno a 180 millones de euros en concepto de “devolución de aportaciones”, lo que viene a ser una especie de dividendo sin serlo en realidad.

Dorna Sports perdió seis millones de euros en 2016 tras regularizar su situación con Hacienda y facturar 280 millones, un 9,2% más

A la espera del cierre definitivo, Aldama avanza que “seguimos en resultados positivos” y “aunque hemos crecido un poco menos de lo previsto, los ingresos consolidados del grupo alcanzarán los 300 millones de euros”. Ello, después de un último ejercicio fiscal, el de 2016, en el que los problemas con Hacienda provocaron unos números rojos de seis millones de euros, frente al beneficio neto de 9,56 millones de 2015. “Hemos provisionado mucho más de lo necesario y de antemano, aunque seguimos en litigio”, apunta.

La compañía logró un resultado de explotación de 58,86 millones de euros, pero a los costes financieros de 33,43 millones se le sumaron esta vez otros 31,025 millones sólo en impuestos sobre beneficios. La dirección atribuye esta elevada suma a un acta de inspección referente a los ejercicios 2010 y 2011, por 5,03 millones, así como “el gasto derivado de la cancelación de determinados activos por impuesto diferido asociados a los gastos financieros no deducibles fiscalmente en ejercicios anteriores”.

En marzo de 2016, la Sala de lo Contencioso-administrativo del Tribunal Supremo (TS) confirmaba en una sentencia que la gestora del Mundial de MotoGP y dos de sus directivos simularon en 2003 y 2004 una compraventa de acciones para obtener ventajas fiscales y un reparto de dividendos encubierto, por lo que les impuso un pago conjunto superior a los 30 millones de euros. Dos magistrados discreparon en la apreciación de la simulación en la compraventa y un tercero no creyó que la infracción cometida fuese grave ya que no debió aplicarse la ocultación, reflejó de la complejidad del caso.

Las carreras de MotoGP acumularon una asistencia de 2,7 millones de espectadores en

Image not found or type unknown

El Mundial de MotoGP logró acumular 2,7 millones de espectadores durante su edición de 2016

Al margen de los problemas extradeportivos, la base del negocio continúa siendo la misma: la explotación de MotoGP y competiciones que se han ido creando a su alrededor, como Moto2, Moto3 y torneos de promoción de jóvenes promesas. La facturación del grupo alcanzó los 280 millones de euros en 2016, una mejora del 9,2% respecto al ejercicio anterior. Las perspectivas para 2017 eran igualmente positivas, gracias a una mejor y mayor explotación de sus activos digitales.

El grueso del negocio corresponde a los 197,95 millones (+13,12%) que generaron la venta de derechos, tanto de televisión como de patrocinio, de los distintos eventos deportivos que gestiona. Por otro lado, los servicios televisivos a terceros crecieron un 12,2%, hasta 29,13 millones, mientras que los publicitarios cayeron un 7,8%. Los

trabajos de logística, muy asociados al traslado de material de los equipos durante los mundiales, subieron un 27,9%, hasta 3,97 millones.

Por el contrario, Dorna Sports consiguió contener el gasto en aprovisionamientos, que se situó en 119,82 millones. El gasto en personal subió un 18%, hasta 18,97 millones de euros, debido al importante aumento de plantilla, que pasó de una media de 286 personas en 2015 a un total de 341 efectivos en 2016, y al pago de indemnizaciones por despido por 899.000 euros. Las amortizaciones subieron de 43,56 millones a 68,18 millones de euros, como consecuencia del fondo de comercio fruto del proceso de fusión de sociedades en 2013.

La dueña de MotoGP destinó 18,97 millones al pago de salarios, tras aumentar de 286 a 341 el número medio de empleados

Dorna Sports tiene garantizada la organización de las principales competiciones de motociclismo como son MotoGP y Superbikes hasta 2041. A cambio, tiene comprometido el pago de 663,93 millones de euros tanto a la Federación Internacional de Motociclismo (FIM) como a Irta, que es la asociación que reúne a los distintos equipos que compiten. En 2017, 2018 y 2019 el desembolso anual es ligeramente superior a los 60 millones de euros, y el grueso corresponde al canon por los derechos de explotación comercial de las pruebas.

La confianza en el futuro es sólida, pues la compañía dirigida por Ezpeleta apunta en su memoria que “la audiencia televisiva de MotoGP es un público joven, situándose el 70% de los espectadores en edades inferiores a los 35 años”, y con más de once años de seguimiento. Sus estudios internos también indican que “el 83% de los espectadores entrevistados en 2016 tenderían a elegir una marca patrocinadora de MotoGP, lo que ha supuesto un magnífico dato para nuestros clientes”.

A día de hoy, los principales patrocinadores del Mundial son la relojera Tissot, la cervecera Singha, el grupo de logística DHL y las marcas de motor BMW y Michelin. En un nivel inferior están las marcas que dan nombre a pruebas concretas, como las bebidas energéticas Red Bull y Monster, Movistar, GoPro y Oakley. También existe una quincena de proveedores oficiales, que van desde el cava Freixenet a MasterCard o la firma de equipamiento para motoristas Alpinestars.

Más allá de la visibilidad durante los trazados, Dorna explota desde hace tiempo espacios como el VIP Village y habilita zonas para expositores y actividades promocionales. “Permiten la vinculación de nuestros clientes y sus marcas al campeonato y es el medio de presentarlas ante los más de 2,7 millones de personas que durante 2016 asistieron a los circuitos”, indica la organización.

Su previsión para 2017 pasaba por que “los resultados se mantengan en niveles similares a los del presente ejercicio”, debido a la naturaleza de los ciclos audiovisuales y la estabilidad de la estructura de patrocinadores, con alguno de los cuales ya ha renovado a largo plazo. Y uno de los argumentos es claro: los cambios en el reglamento han provocado una mayor diversificación de vencedores en grandes premios, lo que “aumenta la competitividad” y permite que pueda llegarse a la última carrera con todo por decidir y Marc Márquez convirtiéndose en campeón del mundo.