

COMPETICIONES

La Fórmula 1 capta 1.500 millones de dólares con la venta del 33% de Live Nation a otra empresa de Liberty

El grupo de medios ha traspasado la participación que el Mundial tenía en la gestora de conciertos a su división de radio, de forma que refuerza a la unidad de motor en un momento delicado.

Palco23
23 abr 2020 - 17:34



Liberty Media no quiere dejar caer a su última gran adquisición. El grupo ha anunciado que su filial Liberty SiriusXM Group ha comprado a Formula One Management su participación del 33% en Live Nation. Con esta operación, la gestora del Mundial de automovilismo recibirá 1.500 millones de dólares (1.383 millones de euros) por distintos conceptos, que le permitirán sobrellevar mucho mejor la crisis provocada por el Covid-19.

“Ahora tiene un balance fortalecido que nos posiciona para respaldar y mejorar el negocio de Fórmula 1 al tiempo que es oportuno en estos tiempos difíciles; creemos que la reasignación también responde a la solicitud de muchos accionistas del Formula

One Group para crear un negocio más enfocado”, ha argumentado Greg Maffei, presidente ejecutivo de Liberty Media.

La operación se ha articulado mediante el traspaso de activos por 2.800 millones de dólares (2.582 millones de euros) y pasivos por otros 1.300 millones de dólares, aproximadamente. De este importe, 2.600 millones de dólares (1.199 millones de euros) corresponden a la participación del 33% que la Fórmula 1 tenía en la promotora de conciertos.

Liberty Media considera que con esta operación se refuerza la posición financiera de Fórmula 1

Esta venta da aire a la Fórmula 1, que dispondrá de caja para afrontar los costes que sean necesarios por la cancelación de carreras y evitar que algunas de sus escuderías sufran más problemas de la cuenta. Por el momento, el Mundial no tiene una fecha clara para arrancar, si bien circuitos como el de Silverstone (Reino Unido) se han mostrado dispuestos a acoger dos carreras si es necesario.

La gestora del Mundial de automovilismo cerró 2019 con un beneficio operativo de 17 millones de dólares (15,6 millones de euros), que contrasta con las pérdidas de 12 millones de dólares del año anterior (11 millones de euros). Ello, tras mejorar un 11% los ingresos, que alcanzaron los 2.022 millones de dólares (1.861 millones de euros), según ha informado Liberty Media.

La compañía atribuye la mejora de la rentabilidad al incremento de la facturación, pero también a una contención de costes. Los pagos a las escuderías subieron un 11%, hasta 1.012 millones de dólares (931 millones de euros), pero el resto de costes asociados a los eventos solo subieron un 6%, hasta 381 millones de dólares (350 millones de euros). El resto de gastos corporativos bajaron un 5%, hasta 147 millones de dólares (135 millones de euros).