

COMPETICIONES

La china Wanda Group compra por 650 millones de dólares el negocio de las Ironman

M.M.A.
28 ago 2015 - 10:32

Wanda Group finalmente pagará menos de lo previsto por World Triathlon Corporation (WTC). La compañía controlada por el multimillonario chino Wang Jianlin ha cerrado la compra de la organizadora de los populares triatlones Ironman por 650 millones de dólares (575 millones de euros), frente a los 850 millones de dólares (780 millones de euros) que se barajaron en un principio. Además, Wanda asumirá una deuda de unos 250 millones de dólares. Hasta ahora, estaba en manos del fondo Providence Equity Partners.

La empresa obtiene sus ingresos de la venta de productos oficiales, las cuotas de inscripción para las 200 pruebas que organiza en 27 países (tres de ellas en España: Alcudia, Calella y Lanzarote), los derechos de televisión y los acuerdos de patrocinio. Y ahora también llegarán al gigante asiático: "Esta adquisición traerá una competencia internacional de nivel a China por primera vez y marca un hito clave en el desarrollo de la industria de los deportes de China", asegura Wanda en un comunicado.



Lanzarote acoge una de las tres pruebas Ironman que se celebran

en España.

La primera carrera de Ironman se celebró en Hawai en 1978 con 15 participantes. La idea de la carrera fue del oficial de marina John Collins y su esposa, Judy, quien lanzó un reto para ver si los nadadores, ciclistas o corredores eran los competidores más duros. En ellas, los atletas deben correr un maratón de 42,2 kilómetros, recorrer en bicicleta 180 kilómetros y nadar otros 3,86 en un tiempo de menos de 17 horas. Sólo en Estados Unidos, según Wanda, más de 480.000 personas participan cada año en triatlones.

El grupo controlado por Jianlin asegura que World Triathlon Corporation ha registrado una tasa de crecimiento anual compuesta del 40% en los últimos cuatro años, con un incremento anual de los beneficios idénticos. Aunque Wanda no revela las magnitudes económicas de la compañía adquirida, según *Reuters* ésta obtiene un ebitda (beneficio antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones) superior a los 50 millones de dólares (46 millones de euros). Su cuota de mercado en la organización de este tipo de eventos alcanza el 91%.

El Campeonato del Mundo, donde 2.000 atletas compiten, todavía se mantiene en Hawai y es televisado por la cadena NBC Sports. John Gills, un médico y participante de Ironman, compró los derechos de la competición en 1989, pero en 2008 la vendió a Providence en 2008 por un importe no revelado.

Las bases para crear un imperio del deporte

Tras esta nueva adquisición, Jianlin considera que "Wanda se convertirá en la mayor empresa de explotación de los deportes en el mundo". A esta compra, cabe añadir la compra del 20% del Atlético de Madrid (45 millones) y el 100% de la agencia de marketing Infront Sports & Media (1.045 millones). Jianlin, aunque en esta ocasión parece que actuó a título personal, también participó en la ronda de financiación de 800 millones de yuanes (115 millones de euros) que cerró LeTV, una plataforma de televisión de pago online que ha empezado a cerrar acuerdos con competiciones como la Major League Soccer (MLS).

El grupo chino considera que la incorporación de WTC a su cartera de servicios "logra varios objetivos estratégicos". Por un lado, se amplía la posibilidad de internacionalizar aún más los negocios de Wanda en la industria del deporte, que "en la actualidad están situados principalmente en Europa y América". "En segundo lugar, la adquisición permite a Wanda asegurar los recursos básicos y los activos en la industria mundial de

los deportes; los triatlones son una joya de la corona de los deportes de resistencia, y la adquisición proporciona a Wanda el control directo sobre sus recursos básicos".

Los cálculos de Wanda apuntan a que el sector del deporte (excluida la fabricación de equipamiento deportivo) genera unos 10.000 millones de dólares (9.115 millones de euros) en ingresos en China, de ahí la oportunidad de negocio que contempla si adquiere compañías occidentales para desarrollarlas en el gigante asiático. "En Europa y EEUU, donde el mercado de los deportes es muy maduro, el crecimiento de las empresas deportivas es moderado, con un avance anual de un dígito; estas adquisiciones pueden lograr un mayor crecimiento en China si pueden echar raíces en el país, ya que la industria del deporte sigue siendo una tierra sin labrar", confió.