

## Un grupo chino compra el 46% de la agencia de Mediapro y Pere Guardiola por 39 millones

---

Marc Menchén  
5 may 2016 - 18:08

Mediapro y Pere Guardiola se abren al capital asiático. Wuhan Double, un conglomerado chino con intereses en diversos sectores, ha adquirido el 46% de Media Base Sports (MBS), la agencia de representación de futbolistas que controlan el hermano de Pep Guardiola y el grupo audiovisual. La compañía, que cotiza en la Bolsa de Shánghai, ha pagado 39,5 millones de euros, en una operación que refuerza la alianza firmada a principios de año a través de su participada Desports.

Desde Mediapro, que no quieren entrar a valorar el montante económico de la operación, sí confirman a *Palco23* el movimiento accionarial, en la que supone la primera adquisición que realiza Wuhan Double en Europa. "Es una buena manera de entrar en el mercado asiático, porque ellos saben cómo es. Es una operación que nos interesa por dos motivos: llevar jugadores de aquí para allí, y captar nuevos patrocinadores asiáticos, tanto para jugadores, como para la publicidad en la camiseta de los clubes o la U televisiva", explican.



Jiang Lizhang, de Desports, y Pere Guardiola, de MBS, encabezan las dos agencias compradas por Wuhan Double.

La operación, en la que ha asesorado Baker & McKenzie, es algo más compleja de lo que parece. La compañía ha adquirido el 100% de Nice International Sports Limited, que a su vez ha tomado el 46% de Borg B.V., una sociedad domiciliada en Holanda y que es la titular del 100% de las mercantiles a través de las que opera Media Base Sports en España y Reino Unido, respectivamente. Por su parte, Mediapro mantendrá un 27% a través de Equille Investment y Guardiola una participación idéntica a través de Guirdis Holding Ltd, con sede en Malta. Además, según el hecho relevante remitido a los inversores, Wuhan Double tiene una opción para alcanzar el 70% a cambio de otros 18 millones.

Borg, siempre según el hecho relevante, que se remite a datos auditados por PwC, disparó sus ingresos un 78%, hasta los 44,54 millones de yuanes (5,9 millones de euros). Además, logró dejar atrás las pérdidas de 668.044,67 yuanes de 2014 (unos 83.000 euros) y anotarse un beneficio neto de 13,17 millones de yuanes (1,8 millones de euros).

La compañía asiática tiene claro que con esta operación podrá reforzar su presencia en la industria del deporte, después de que el pasado agosto pagara 820 millones de yuanes (120 millones de euros) por la agencia Desports. Ahora, con BMS amplía de China a España y Reino Unido su presencia en la industria de la intermediación y el patrocinio deportivo; entre sus clientes figuran el propio Pep Guardiola, que este año dejará el Bayern de Múnich para fichar por el Manchester City, y futbolistas de la talla

de Luis Suárez, Andrés Iniesta, Thiago Alcántara o la joven promesa surcoreana del FC Barcelona, Seung Woo Lee.

Fundada en 2009, la firma trabaja para más de veinte jugadores profesionales y otros tantos que aún están en proceso de formación y no han alcanzado la mayoría de edad. En su información a inversores, Wuhan Double recuerda que Media Base Sports no sólo trabaja en el ámbito de la representación, sino que ofrece un servicio de acompañamiento integral a los futbolistas, desde la planificación de sus finanzas personales, hasta la asesoría jurídica y deportiva. En este sentido, también añaden que trabaja con varios clubes en la negociación de traspasos y celebración de eventos; por ejemplo, colaboró en la venta del Girona CF a un grupo francés y, posteriormente, fue contratada como asesora en materia deportiva, gracias a su red de *scouting*.

China, un mercado clave para el futuro del fútbol

Esta operación corporativa no deja de apuntalar la citada alianza que se presentó hace unas semanas, y en la que también estará involucrado Gino Pozzo, dueño del Unidenese, el Watford y el Granada CF. Esta alianza a tres pretende “exportar la filosofía de gestión que funciona con éxito en clubes europeos y acortar las distancias comerciales entre el país asiático y Europa”. Todo, para posicionarse en un mercado en el que quien más rápido se movió fue Jorge Mendes, que en enero firmó un acuerdo con el fondo chino Fosun para aprovechar sus conocimientos.

Las posibilidades de negocio que se abren para MBS ahora son inmensas, en uno de los mercados futbolísticos en mayor ebullición. La fuerte apuesta del Gobierno de China para promover la práctica del fútbol ha animado a muchas grandes multinacionales a invertir en clubes de la Chinese Super League (CSL), lo que provocó que el gasto en fichajes durante la última ventana de invierno alcanzara la cifra récord de 296 millones de dólares (250 millones de euros) sólo en operaciones internacionales.

El auge del fútbol chino también ha obligado a la Fifa a moverse, con el objetivo de garantizar la transparencia en el mercado de fichajes de un país que, según admite el propio Gobierno, debe dar pasos decididos para ser transparente. Por el momento, la Federación ya ha aceptado someterse al control que el sistema FifaTMS aplica a través de sus herramientas informáticas de regulación. "Esto significa que toda la información con respecto a la transferencia de jugadores profesionales y la participación de intermediarios se gestiona a través de un sistema", asegura el organismo que desde este año preside Gianni Infantino.