



El parque temático sobre fútbol será el culmen del proyecto.

## LaLiga tendrá su parque temático en PortAventura

Estela S.Mazo. Madrid

Ni la Premier ni la Serie A. Ni siquiera la Champions. LaLiga tiene muy claro que *Juego de Tronos* supone más competencia para el fútbol profesional español que un gran partido al uso, pues el entretenimiento es el centro de su estrategia.

Dentro de esa hoja de ruta, la patronal acaba de mover pieza a lo grande: LaLiga y PortAventura World acaban de anunciar una *joint venture* para la creación de una empresa conjunta que invertirá 150 millones para lanzar un parque temático de fútbol.

Bautizado como *The Beat Challenge*, contará con una inversión en tres fases. La primera, proyectada para la temporada 2021/22, conlleva la inversión de 10 millones para aunar experiencias digitales y físicas. Así, permitirá tanto acceder a través de su *app* a ventajas a futuras visitas físicas al *resort* como disfrutar de un restaurante tematizado en el complejo –situado en Salou (Tarragona)–, que incluirá su propia tienda.

La segunda etapa del proyecto incluye el diseño y desarrollo de una nueva atracción temática basada en LaLiga, con una inversión de 40 millones.

Y ya en la última fase se ha planificado la creación de todo un parque temático propio de LaLiga dentro del *resort* con una inversión de 100 millones. Aún en “proceso de conceptualización”, será el cuarto parque de PortAventura al unirse a Ferrari Land, PortAventura Park y el Caribe Aquatic Park.

Como escalón final tras este trío de fases, la *joint venture* firmará de forma paralela un acuerdo de licencia con PortAventura World para el uso de la marca de LaLiga y de la *app* desarrollada. Este acuer-

do tendrá una vigencia de 15 años y tendrá exclusividad para PortAventura World en Europa y Rusia.

Con este plan, LaLiga asegura que ofrece a sus clubes un quinteto de ventajas: “Reforzar su presencia en el mercado del entretenimiento, aumentar el volumen de ingresos, incrementar el posicionamiento de marca entre el público en general, conectar con un público joven y desarrollar un formato de entretenimiento replicable en el mercado internacional”, asegura la patronal en un comunicado. Por otro lado, “los aficionados tendrán acceso a contenidos y promociones exclusivas para disfrutar de esta experiencia única dentro de PortAventura World”.

### Coyuntura

La noticia llega en un momento especial para el fútbol español por la crisis del coronavirus. La patronal está firmando nuevos acuerdos de patrocinio con firmas como LG, Orange o Rakuten después de sellar en mayo una *joint venture* con Mediapro y Super Sport en China, que sucede a la firmada en 2018 con Relevent para EEUU.

En este marco, esta nueva *joint venture* busca brindar a los clubes “la oportunidad de amplificar sus marcas a un público joven y familiar de forma global para ofrecer ventajas en PortAventura World”, según Óscar Mayo, director de negocio, marketing y desarrollo internacional. Además, “el acuerdo incluye la posibilidad de exportar el proyecto a otros países, como modelo de excelencia en el ámbito de la tecnología, el entretenimiento deportivo y el turismo”, como concluyó ayer David García, director general de negocio de PortAventura World.

# Ferrovial vende su parte en dos peajes lusos por 171 millones

**AL FONDO DIF/** La compañía reduce su presencia concesional en Portugal donde conserva una autopista en Azores.

Expansión. Madrid

Ferrovial está obteniendo caja extraordinaria con la venta de una parte de los activos menos estratégicos que forman parte del ciclo de rotación de activos. La compañía presidida por Rafael del Pino ha alcanzado un acuerdo con el fondo DIF Infrastructure para la venta de su participación del 49% en la autopista Norte Litoral y del 48% en Via do Infante, que forman parte de sus activos en Portugal, por un valor total de 171 millones de euros.

Según la empresa, la filial Cintra conservará la gestión de ambos activos a través de un contrato con el nuevo propietario. El cierre de la operación se producirá cuando reciba la aprobación de las autoridades portuguesas y las entidades financieras. La compañía española mantiene su participación en la Autopista de Azores.

En 2016, DIF se hizo con una participación del 51% de la autopista Norte Litoral y del 49% de Via do Infante. Las autopistas NorteLitoral y Via do Infante, basadas en pagos por disponibilidad, se encuentran en Oporto y Algarve. Cintra ganó la primera en 2001 y la segunda en 2000. Los periodos de concesión de ambas autopistas expiran en



Rafael del Pino, presidente de Ferrovial.

### El grupo vende las participaciones al mismo socio que compró una parte en 2016

2031 y 2030, respectivamente.

Ferrovial gestiona cerca de 1.474 kilómetros de autopistas, repartidos en 23 concesiones en Canadá, Estados Unidos, Europa, Australia y Colombia. La empresa tiene una participación del 43,23% en la concesionaria de la autopista 407 ETR en Ontario (Canadá), considerada una de las jo-

yas de la corona de Ferrovial junto a las *managed lanes* texanas. Este año Ferrovial desistió en su batalla judicial por disponer de la opción para comprar una parte del 10% de la ETR 407 que SNC Lavalin vendió al fondo CPPIB. El fondo es el actual socio de control del corredor de pago.

Antes de estas desinversiones, el grupo español hizo caja con otras autopistas maduras. Destaca la venta de la autopista de peaje española Ausol al fondo de inversión Meridiam por 451 millones de euros, un operación que le generó unas plusvalías de 473 millones de euros.

## Airbus advierte de que también habrá despidos forzados

I.H. Madrid

El rápido deterioro del negocio obligará a Airbus a abordar despidos forzados, una premisa que hasta ahora no manejaba el gigante aeronáutico. En una carta remitida el viernes a los 130.000 trabajadores del grupo a nivel mundial, y a la que ha tenido acceso *Reuters*, el consejero delegado del grupo, Guillaume Faury, muestra su pesimismo ante la situación y advierte a la plantilla del alcance de los recortes.

“Es improbable que las salidas voluntarias resulten su-

ficientes”, indica en su misiva. “Por desgracia, la recuperación del tráfico aéreo durante el periodo no ha sido como la industria esperaba”, por lo que “debemos prepararnos para una crisis que probablemente será más profunda y larga que lo sugerido en los escenarios iniciales”, añade.

Al comenzar la pandemia,

### El consejero delegado del grupo cree que las salidas voluntarias no serán suficientes

Airbus informó de que dispone de 15.000 millones de euros de liquidez. También anunció la cancelación del dividendo y el recorte en un tercio de su producción. Después informó del recorte de 15.000 empleos en la unidad de aviación civil, de los que 890 corresponden a España.

La patronal de las aerolíneas IATA advierte de que la recuperación está siendo más lenta de lo previsto debido, entre otros motivos, a las restricciones de entrada en varios países. En julio, el tráfico aéreo cayó un 80%.

## Aicad Business School prepara su salida a Bolsa

B.T. Madrid

La escuela de negocios Aicad Business School ha puesto en marcha su salida a Bolsa en 2022 y a lo largo de este año legitimará sus credenciales para su presentación en Madrid y Londres.

La compañía, que había anunciado a finales de 2018 su intención de hacer su debut bursátil este año, inició su proceso de salida a Bolsa el pasado febrero, pero el impacto de la pandemia anuló sus planes ante el escenario de volatilidad que se instaló en los mercados.

En cambio, la empresa, con sede en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, ha registrado un aumento de la demanda debido a la digitalización de la actividad educativa como consecuencia del Covid, lo que ha derivado en nuevas aperturas de franquicias. “El formato de negocio es ideal para impulsar la transformación digital y captar actividad económica en su entorno”, dijo el presidente ejecutivo, Hermel Balcázar.

En España tiene presencia en 14 ciudades, además de EEUU, México y el Caribe.

## Seur amplía su logística con activos en Guadalajara

B.T. Madrid

Seur acaba de inaugurar dos nuevas naves logísticas para dar servicio a la creciente demanda del *ecommerce* por la crisis sanitaria. Una de ellas se ubica en Azuqueca de Henares, Guadalajara, polo logístico relevante por su cercanía a Madrid. La nueva nave dispone de 6.131 metros cuadrados, lo que triplica la superficie de la anterior instalación. Desde el nuevo edificio prevé duplicar las operaciones en el último trimestre.

Este centro logístico se suma a la nueva nave inaugurada en Segovia, en Valverde del Majano, que con 1.400 metros cuadrados duplica la superficie de la nave anterior. Cuenta con un muelle de descarga y una cinta automatizada que da servicio a 20 conductores, con lo que agilizará los procesos y ganará en eficiencia.