

CLUBES

Lakers y Warriors se unen a los Knicks en el club de los NBA que cotizan a 4.000 millones

Las franquicias de la liga estadounidense de baloncesto continúan aumentando su valor de mercado, con una media de 2.000 millones de euros, según *Forbes*. Se trata de un aumento interanual del 14% impulsado por los derechos audiovisuales y de patrocinio.

Matere García
2 mar 2020 - 04:59



La NBA no ha arrancado con el mejor de los pies la temporada 2019-2020, pero el negocio del baloncesto todavía cotiza al alza en Estados Unidos pese a todo. Los índices de audiencia televisiva han sido bajos, se han lesionado numerosas estrellas de los equipos y el negocio con China en peligro tras un *tweet* del ejecutivo deportivo de los Houston Rockets, Daryl Morey, acerca de las protestas de Hong Kong. Y aun así, la valoración media de las franquicias escaló un 14% interanual en 2019, y alcanzó los 2.000 millones de euros.

Este dato es significativo ya que las otras dos competiciones más importantes de los Estados Unidos, la NFL y la MLB, sólo han aumentado un 11% y un 8% su cotización

media, respectivamente. Es una muestra de que la liga de baloncesto empieza a ganar terreno impulsada por la extensión de su marca a estilos de vida urbanos, que le dan gran notoriedad pese a que su All Star aún no pueda competir de tú a tú con toda una Super Bowl.

Sin embargo, los acuerdos televisivos por un valor combinado de 24.000 millones de dólares (21.915 millones de euros), la conjunción de estrellas como LeBron, Harden, Durant o Giannis, el aumento de la popularidad global y, por ende, más ventas y mejores acuerdos económicos, han catapultado el valor de las franquicias de la NBA. Este aumento del valor no se corresponde siempre con los éxitos deportivos, sino que se lo digan a los New York Knicks, franquicia con mejor valoración, con 4.600 millones de dólares (4.228 millones de euros) pese a una mala racha deportiva que se alarga desde hace años.

Según el informe realizado por *Forbes*, en total, los 30 equipos de la NBA generaron unos ingresos récord de 8.800 millones de dólares (8.035 millones de euros) en 2019, un 10% más que el año anterior. Esta temporada se prevé que la facturación mejore al menos otro 8%, entre otras razones por el estreno del nuevo pabellón de los Warriors y la renovación de otros existentes, como los de Boston, Cleveland, Filadelfia y Washington.

La NBA continúa aumentando su valor de mercado gracias a los derechos audiovisuales y de patrocinio

El club de los 4.000 millones de euros

Ahora bien, ¿qué equipos copan los mejores índices? El conjunto neoyorquino es, por quinto año consecutivo, el equipo con mayor valoración, pero ya no está solo en el club de aquellos que superan un precio de mercado de 4.000 millones de euros. Por primera vez hay tres franquicias en ese podio, y en este caso sí es por una conjunción de buenos resultados deportivos y el alineamiento de grandes estrellas.

Según Forbes, detrás del equipo de la Gran Manzana, hay dos mercados que intentan plantar cara. Los Ángeles Lakers alcanzan los 4.400 millones de dólares (4.044 millones de euros) y los Golden State Warriors los 4.300 millones de dólares (3.952 millones de euros), ambos en California, que actualmente es el mayor mercado audiovisual y de patrocinio en Estados Unidos.

Los de San Francisco han aumentado un 23% su valor, aprovechando el impulso de marca que supuso ganar varios anillos y el cambio de sede, de Oakland por San Francisco, para acercarse al epicentro de uno de los grandes mercados estadounidenses y a un consumidor que valora el componente local de los equipos. Los Lakers y el efecto LeBron han conseguido que el valor de franquicia aumente un 19% respecto al año anterior ya que nada más anunciar su fichaje por el equipo angelino, las entradas para verle en la *cancha* multiplicaron su valor.

La tradición de Chicago y Boston hace que ambos equipos se mantengan por detrás de los grandes mercados de Los Ángeles y Nueva York. Los Bulls conservan el cuarto puesto con un valor de marca de 3.200 millones de dólares (2.922 millones de euros), un 10% más que la pasada temporada. Por su parte, Boston Celtics ha registrado un aumento interanual del 11%, alcanzando una cuantía de 3.100 millones de dólares (2.830 millones de euros) ya que llegaron a las finales de la conferencia este.

Las culturas urbanas de los Nets y Clippers

Las ciudades de Nueva York y Los Ángeles han sido tradicionalmente territorio Knicks y Lakers. Sin embargo, Clippers y Nets han apostado por reforzar su valor de marca y atraer a nuevas generaciones.

El equipo de Brooklyn ha revalorizado su cotización hasta 2.500 millones de dólares (2.282 millones de euros), gracias a la creación de un proyecto atractivo para captar a dos estrellas: Kevin Durant y Kyrie Irving, que llegan para impulsar el negocio. Todo eso sumado a unos resultados deportivos positivos y una vinculación a la cultura popular hace que el hermano pequeño de los Knicks aumente un 6% respecto al año anterior.

Por su parte, los Clippers acumulan siete campañas con mejores resultados que los Lakers. Kawhi Leonard y Paul George son la base de lo económico para un nuevo pabellón futuro. Los angelinos alcanzan un valor de franquicia de 2.600 millones de dólares (2.374 millones de euros), un 18% más que la temporada pasada.



Kawhi Leonard ha sido el MVP del último All Star Game y de las Finales

En otro plano se encuentran mercados más pequeños, donde las posibles valoraciones dependen mucho de los resultados. Es el caso de los Toronto Raptors, con un valor de mercado de 2.100 millones de dólares (1.917 millones de euros), lo que representa un crecimiento del 25% tras coronarse campeón de la NBA por primera vez.

En la misma cara de la moneda están los Miami Heat. Actualmente en el duodécimo puesto con valor de 1.950 millones de dólares (1.780 millones de euros) pese a ganar el anillo en 2013 y situarse en el cuarto puesto de la conferencia este de la presente temporada de la liga. Ni siquiera ganar la NBA te asegura estar en la cúspide de la pirámide económica.