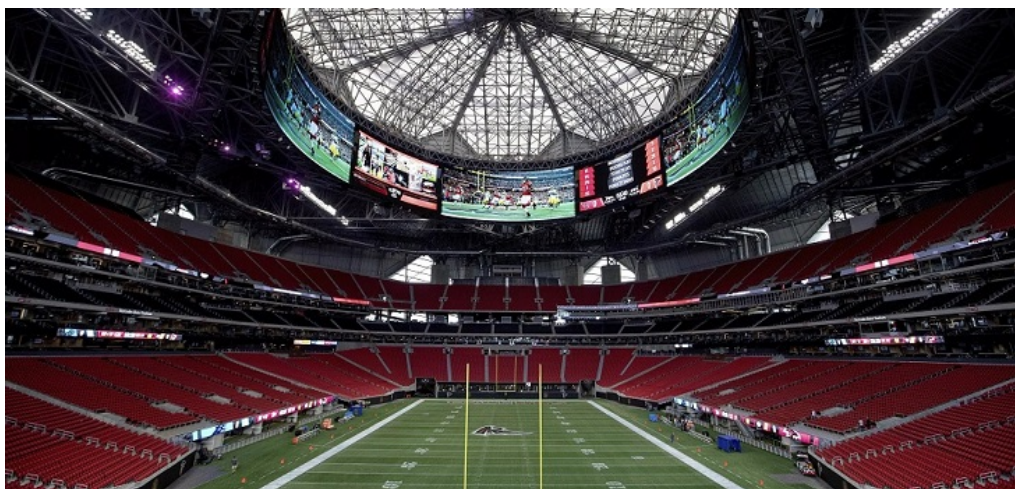


COMPETICIONES

El impacto económico de la Super Bowl cae a menos de la mitad por la pandemia

Chiefs y Buccaneers se enfrentan en la final de la NFL, en un partido marcado por el impacto del coronavirus que impedirá a Tampa sacar el rédito económico habitual de uno de los eventos deportivos más importantes del año en EEUU.

Palco23
3 feb 2021 - 10:07



Tampa dejará de ingresar mucho dinero por la Super Bowl. Acoger el evento representa una gran oportunidad para las ciudades, pero esta vez la localidad del condado estadounidense de Hillsborough verá pasar de largo buena parte del impacto económico que genera la cita cada año.

La Super Bowl previa a la pandemia, celebrada en el área de Miami, generó cerca de 572 millones de dólares de impacto económico, repartido entre los tres principales condados del sur de la Florida. En cambio, este año región de Tampa Bay tendrá que conformarse con una cifra que no llegará ni a la mitad de eso, asegura Sean Snaith, director del Instituto de Pronósticos Económicos de la Universidad de Florida Central, informa *Market Watch*.

Será una edición de la Super Bowl, marcada por la pandemia y en la que los grandes eventos corporativos y de patrocinadores quedarán limitados al mínimo. A ello se suman las restricciones existentes en la zona, como las que se refieren al aforo de bares y restaurantes.

El impacto económico de la Super Bowl se diluye en una edición marcada por la pandemia del coronavirus

“Muchas de las cosas que asocias con una Super Bowl no van a suceder”, detalla Snaith, para quien “eso va a tener un impacto económico”, mermando la generación de ingresos del partido más importante del año de la NFL.

Además, hay que tener en cuenta que solamente 22.000 personas podrán presenciar el partido en directo, en un estadio con capacidad de 65.000 espectadores, un aspecto que incide directamente en la caída de la generación de ingresos de la Super Bowl.

En cualquier caso, para Rob Higgins, presidente y director ejecutivo del comité anfitrión del Super Bowl, este encuentro representa una oportunidad de marketing incomparable, que puede ayudar a la región a promocionarse a nivel turístico.

El coste de acoger el evento, entre el gasto que afronta los gobiernos locales y entidades como la organización de promoción turística Visit Tampa Bay, alcanza los 7,5 millones de dólares, sin contar los gastos en especie.