

COMPETICIONES

La NFL vuelve a México tras facturar 1.200 millones de dólares en patrocinios

Guillermo G. Recio
8 feb 2016 - 15:32

La liga de fútbol americano quiere seguir batiendo récords internacionalizando la competición. Cuando todavía no ha pasado la resaca de la Super Bowl, la NFL ya ha anunciado que el año que viene estará también en México para volver a disputar un partido por temporada. Será la primera vez que vuelvan a jugar en el país azteca, tras abandonarlo en 2005.

Este proyecto remarca la estrategia de la patronal de hacer crecer la competición a base de aumentar sus seguidores fuera de Estados Unidos. El comisionado de la NFL, Roger Goodell, también ha comentado que la instalación de una franquicia permanente en Londres es una "posibilidad real".

De momento, tal y como ya se anunció con la extensión de la resolución que permite jugar más allá de su país hasta 2020, se disputa un encuentro de temporada regular en la capital de Reino Unido y ahora también en Ciudad de México. Concretamente, el partido entre los Oakland Raiders v los Houston Texans se jugará el 21 de noviembre en el Estadio Azteca.

También se ha comentado estos días la posibilidad de llevar el partido de las estrellas, Pro Bowl, a Sidney o Melbourne (Australia), una opción que, sin ser firme, consideran que es "atractiva". "Un partido de la liga regular es difícil por el largo viaje y su complicada logística, pero un partido como la Pro Bowl es algo que nos parece interesante", ha añadido Goodell.

Las series internacionales de la NFL se han demostrado útiles con la experiencia de Londres, ya que el seguimiento de la competición ha aumentado un 75% desde su desembarco en 2007. Además, la liga también ha desarrollado nuevas alianzas comerciales y, como asegura la patronal, tiene una base de seguidores en el Reino Unido de más de 13 millones, por lo que la participación en el fútbol *amateur* en las islas británicas ha aumentado un 15% por año.

Esta es una de las principales claves a la hora de seguir incrementado su facturación por patrocinios tras conseguir un récord de 1.200 millones de dólares en la temporada que acabó este domingo. En un informe elaborado por IEG, agencia de marketing del

gigante de la comunicación WPP, se muestra que los ingresos por relaciones comerciales aumentaron un 4,4% respecto a la campaña 2014.

"El interés de las empresas en la NFL sigue siendo fuerte. Muy pocos eventos deportivos pueden ofrecer un alcance tan masivo", comenta el editor del informe, William Chipps. Ejemplo de la apuesta de que las grandes compañías es que la pasada semana la empresa de neumáticos Bridgestone renovó con la liga hasta 2021.

El sector que más presencia tiene en la liga de fútbol americano son las aseguradoras, que apoyan 4,9 veces más a equipos de la liga que la media de industrias. Sin embargo, la cobertura de la liga por compañías tiene claros dominadores, y ninguna es de seguros debido a la alta fragmentación de estos patrocinios.

Se trata de Gatorade, que está presente en todos los conjuntos y en la misma liga, seguido de la cervecera Anheuser-Busch Inbev, que con Bud Light patrocina a la NFL y a muchas de sus franquicias hasta llegar al 88% de la cuota de cobertura. También destaca la compañía de pizzas Papa John's, junto con Verizon, Microsoft y Pepsi.

Algunas de estas empresas ponen todos sus esfuerzos en esta competición y también están presentes en el mayor evento deportivo del año, la Super Bowl, que este año ha estado marcada por un alto componente tecnológico al disputarse en San Francisco, cerca de Silicon Valley.

También cabe destacar, más allá de los resultados deportivos, la importancia de la ubicación de las franquicias, ya que los conjuntos más valorados comercialmente son los Giants y Jets de Nueva York, los 49ers de San Francisco, los Washington Redskins, los New England Patriots, los Philadelphia Eagles, los Cowboys de Dallas y los Texans de Houston.

Esto se traduce en un alto nivel de traslados hacia ciudades más grandes o con un alto componente turístico, como es el caso de Los Ángeles. Esta urbe volverá a tener una franquicia con la vuelta 21 años después de los Rams, que hasta ahora residían en St. Louis, Misuri. También está pendiente la mudanza de los Raiders desde Oakland hasta Las Vegas.