

COMPETICIONES

La NFL vuelve a escena con estadios a medio gas tras el año récord de la 'Super Bowl'

Jugadores y patronal negociaron cómo hacer frente al impacto de la pandemia. Preocupa especialmente la caída de los ingresos por la falta de público y de los derechos televisivos.

Marc Romero
11 sep 2020 - 04:50



El deporte rey de América ha levantado esta madrugada el telón. La NFL, la liga estadounidense de fútbol americano, ha arrancado con el primer encuentro entre el Kansas City Chiefs, el vigente campeón, y el Houston Texas.

El estreno se ha disputado en el Arrowhead Stadium, en Kansas, un estadio con capacidad para 76.000 personas, pero en el que sólo entraron 16.000 espectadores como consecuencia de la pandemia. La posibilidad de recuperar la normalidad en los estadios es una de las principales preocupaciones de los propietarios de las 32 franquicias que conforman la liga.

Una estimación realizada por *Forbes* marca en 5.500 millones de dólares (4.662 millones de euros) la caída de los ingresos por jugar con estadios vacíos o con aforo

reducido. Esto supone una reducción del 38% para unas empresas que generaba más de 14.400 millones de dólares (unos 11.900 millones de euros) en ingresos vinculados al día de partido.

Durante las tres primeras semanas de liga, en las cuales cada equipo disputa una jornada por semana, solo cinco franquicias dejarán acceder público a sus estadios. En un primer momento, la NFL dejó en manos de los clubes decidir la presencia o no de fans a los estadios, pero el gobierno federal recomendó que el aforo estuviera limitado a no más del 25%.

Indianapolis Colts, Jacksonville Jaguars, Kansas City Chiefs y Miami Dolphins son los equipos que abren las puertas de sus campos, aunque las restricciones hacen que ninguno de ellos llegue a los 20.000 espectadores. En el caso del conjunto de Indianapolis tan solo podrán acceder a 2.500 aficionados, lejos de los 63.000 que puede albergar de forma regular.

Indianapolis Colts, Jacksonville Jaguars, Kansas City Chiefs y Miami Dolphins son los únicos equipos que abrirán sus estadios

Los derechos de televisión del principal entretenimiento de Norteamérica Otro de los frentes de batalla que ha tenido que sortear la NFL son la posible reducción de ingresos por los derechos de televisión. El miedo a que algunos encuentros no pudieran llegar a disputarse abrió la puerta a que los *broadcasters* quisieran renegociar los contratos que ya estaban firmados a principios de 2020.

En 2011 se firmaron los acuerdos con los tres principales operadores: CBS, NBC y Fox. El contrato implicaba el desembolso de 39.600 millones de euros a pagar entre las temporadas 2014 y 2022, para compartir los derechos del *Sunday Night Football*, así como irse rotando de forma anual los derechos de la Super Bowl.

Otro operador que la NFL pudo atar en agosto fue Sky Sports, que llegó a un acuerdo para extender cinco temporadas más su actual alianza. De este modo, el operador británico se convirtió en el primer socio audiovisual que creaba un canal exclusivo de la NFL fuera de Estados Unidos.

A inicios de septiembre, la NFL consolidó su apuesta audiovisual firmando un acuerdo con Youtube para llevar la NFL Network y la NFL RedZone a la televisión de la plataforma de *streaming*. Un acuerdo que se sumó al que ya se firmó un mes antes, cuando la entidad gestora del fútbol americano firmó con Amazon para emitir en

directo el *Thursday Night Football* (el partido que se juega los jueves durante la liga regular).

Amazon y Youtube son dos de los últimos socios audiovisuales de la liga de fútbol americano

Repartir el coste del Covid-19 entre patronal y jugadores

A lo largo de estos meses de incertidumbre, la patronal y la asociación de jugadores han mantenido negociaciones para buscar fórmulas imaginativas para paliar el efecto del Covid-19. En un primer momento los propietarios de los clubes apuntaron la posibilidad de retener el 35% de los sueldos de los jugadores, algo que la asociación de deportistas rechazó en rotundo, según apuntó *USA Today*.

Tras este primer intento fallido, los propietarios optaron por la vía de reducir el tope salarial de esta temporada en ocho millones de dólares, algo que, tras la reticencia inicial de los jugadores, acabó sucediendo.

En contraposición, los jugadores negociaron un nuevo convenio colectivo. El acuerdo permite ampliar la liga en una jornada y crear dos nuevas plazas para la posttemporada a partir del 2021. En cambio, se aumenta en un 1% la tasa de beneficios que la NFL reparte entre los jugadores, hasta el 48%.

La Superbowl, en febrero

Lo que nunca estuvo en duda por parte del comisionado de la NFL fue la celebración de la *Super Bowl*. A pesar de que será la tercera ocasión en 55 años que se dispute el 7 de febrero, la final de la liga siempre se ha jugado en el segundo mes del año, justo después de la *Pro Bowl*, el denominado juego de las estrellas.

La Super Bowl logró un promedio récord de 102 millones de espectadores el año pasado

De los veinte eventos más vistos por televisión de la historia de Estados Unidos, diez de ellos son encuentros de la **Super Bowl**. La del año pasado promedió 102 millones de espectadores, según apuntó Fox, que registro una cifra récord de 5,6 millones de dólares por 30 segundos de espacio publicitario.

En 2019, según *Bloomberg*, se recaudaron 382 millones de dólares en publicidad relacionada con el partido de esa temporada siendo la tercera más alta de la historia. Mientras que, según los datos de *Kantar Media*, entre 2005 y 2014 la *Super Bowl* movió en torno a 2.190 millones de dólares en anuncios.