PALCO23

COMPETICIONES

Pablo Burillo (Universidad Europea): “En la Eurocopa, la Uefa pierde dinero, pero no tanto como las ciudades”

Profesor del Grado en Gestión Deportiva es también director del MBA en Dirección de Entidades Deportivas de la Universidad Europea.

Javier Trullols
17 jun 2021 - 04:51



Pablo Burillo es licenciado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte. Experto en el ámbito deportivo, es Doctor en Ciencias del Deporte y Máster en Gestión de Entidades Deportivas. Desde hace cinco años dirige el MBA en Dirección de Entidades Deportivas online de la Escuela Universitaria Real Madrid-Universidad Europea, e imparte clase en el Grado en Gestión Deportiva. Tras quince temporadas como árbitro de fútbol de la Real Federación Española de Fútbol (Rfef), actualmente es director de partido de LaLiga Santander y LaLiga 123. La Eurocopa en once sedes “no es una buena fórmula para repartir el impacto económico del torneo”.

Pregunta: ¿Qué diferencia a la Euro 2020 de otras ediciones del torneo?
Respuesta: Fundamentalmente que no es una Eurocopa en un único país, sino que hay once sedes diferentes, por lo que involucra a más países y dificulta la gestión. Al mismo

https://www.palco23.com/competiciones/pablo-burillo-universidad-europea-en-la-eurocopa-la-uefa-pierde-dinero-pero-no-tanto-como-las-ciudades

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

tiempo, representa una mayor ilusión de un proyecto común que es Europa. La idea de la Eurocopa está más difuminada, ya que el aficionado no consigue seguir del mismo modo el torneo que si fuera una única sede, un único país y un único destino. El tráfico turístico que suelen generar estos eventos no lo va a llegar a tener porque se disputa en once países diferentes.

P.: ¿Qué coste ha tenido para la Uefa el aplazamiento de la competición un año por la pandemia?. ¿Y para las federaciones?
R.: El coste fundamentalmente económico es muy difícil de medir, incluso teniendo en cuenta que ha habido cambio de sedes: Bilbao era la sede española y ahora es Sevilla, con los problemas derivados de la limitación de público. El coste ha sido importante pero hubiera sido mayor si finalmente no se hubiera llevado a cabo, ya que hay muchos contratos de patrocinio firmados para 2020 que se tendrían que haber devuelto, y esta es una de las competiciones fetiches de la Uefa. Es una inversión más pequeña, también es cierto que se están disputando en países con estadios existentes, es decir, que no se han tenido que desarrollar nuevas infraestructuras y eso es un coste que se ha ahorrado. Y en términos de legado, probablemente no quede un legado como en eventos previos, pero mayor hubiera sido el coste si no se hubiera disputado en 2021.

P.: La Uefa creó un fondo con 300 millones de euros para repartir entre las federaciones por el aplazamiento de la Eurocopa, ¿es una ayuda imprescindible?
R.: Sí ha sido imprescindible, porque todas las federaciones han sufrido recortes en sus ingresos sobre todo por el no desarrollo de eventos deportivos. Al final, la no realización de eventos deportivos hace que tu deporte desaparezca. Muchos de los ingresos, no sólo de ticketing y patrocinio, se han visto afectados, como también el retorno por las afiliaciones (a un torneo o competición de ámbito nacional), teniendo en cuenta que en Francia, por ejemplo, se suspendieron las competiciones y no se retomaron. Todo eso hace que todas las federaciones hayan sufrido grandes recortes en los ingresos. La ayuda de la Uefa es necesaria para volver a dinamizar el deporte a niveles previos a la pandemia.

> **“El fútbol es un deporte tradicional donde el público es parte del espectáculo”**

P.: Es la primera vez que la Eurocopa adopta un formato multisede como el actual, ¿una manera de repartir el impacto económico del torneo?, ¿es una buena fórmula?
R.: No es una buena fórmula para repartir el impacto económico del torneo, aunque es buena fórmula para el momento en el que estamos. En un momento post-pandemia en el que la gente no puede viajar, que la mayor parte de las selecciones anfitrionas estén jugando en su país (España, Inglaterra, Italia o Alemania) es una buena manera de

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

poder desarrollar un mejor evento deportivo en un momento en el que la gente no puede cambiar de país. Pero el impacto económico es mucho menor porque viene del turismo de fuera del país. Cuantos más espectadores de fuera del país hubiese y más dinero gastasen mayor sería el impacto económico. En este caso, no es una manera de repartir el impacto, pero es la mejor solución en un momento en el que las comunicaciones entre países están muy limitadas. Incluso estamos viendo que los aforos no superan, en la mayoría de los casos, el 30%. Ha sido una gran solución para un problema sobrevenido, pero en ningún caso genera un mayor impacto económico que si hubiera sido en una única sede.

P.: ¿Qué importancia tienen los espectadores para un evento como este?
R.: Total, son los que animan y dinamizan el torneo. El fútbol es un deporte tradicional donde el público es parte del espectáculo, no es como en los eSports, donde el público está detrás de las cámaras. Es cierto que la relevancia política y mediática cada país la vive de manera diferente. Los espectadores no sólo hay que evaluarlos por los que van al estadio sino también por los que están fuera e incluso fuera del continente, en Asia o Sudamérica, que son muy aficionados. Si queremos tener un evento deportivo de gran interés necesitamos el público porque es un ingrediente más de la salsa de éxito que es el fútbol. Sin público todo está descafeinado, es fundamental.

P.: La Euro 2020, ¿es un negocio para la Uefa pero no para las ciudades sede?
R.: Podríamos decir que este año sí, porque las ciudades sede no van a recibir tantos turistas deportivos como los que hubieran planificado en un inicio. Los ingresos fundamentales de la Uefa por este evento son de la retransmisión de televisión, que se han visto poco afectados salvo los cambios derivados del retraso del torneo. En cambio, la Uefa sí ha perdido un dinero importante por el ticketing, que está organizado por ella ya que es su evento. Las ciudades candidatas invierten una tarifa para ser sede que esperan recuperar por el impacto económico de los turistas extranjeros o a través del legado. La Uefa pierde dinero pero no tanto como las ciudades anfitrionas.

“Con este formato no se maximizan los impactos”

P.: Con este formato del torneo, ¿se maximizan los ingresos?
R.: No, hay mucha dificultad para que un aficionado al fútbol pueda cambiar de sede y ver varios partidos. Un turista extranjero no va a ir de país en país para seguir diferentes partidos. De tal manera que con este formato no se maximizan los impactos; es más, creo que ha sido un experimento, que ha venido muy bien por el contexto actual en el cual hay muchas restricciones, algo que no se pensó en un inicio. Pero creo que es un formato que no se va a volver a repetir.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

P.: ¿Una Eurocopa con once sedes es un formato idóneo para el retorno de la inversión?
R.: Once sedes si son en un mismo país, muy cercanas e interconectadas y si, como es el caso, no se han tenido que hacer mejoras en infraestructura deportiva, sí lo sería. Ahora bien, cuando las once sedes están alejadas entre sí, con diferentes tramos horarios, donde no se puede compartir el personal entre varias sedes, en este caso no es el formato idóneo para un retorno de la inversión.

P.: ¿Qué importancia tienen los patrocinios para el torneo y cuál ha sido la respuesta de los sponsors ante la pandemia?
R.: Los patrocinadores lo son todo para el torneo y más ahora, cuando el ingreso por patrocinio tiene mayor relevancia que el ticketing. En el fondo, en 2020 hubo un parón en patrocinio deportivo y toda la inversión disponible para 2020 se ha retomado en 2021. Aquellas activaciones que no se hicieron se han retomado con un presupuesto similar al anterior. Se han podido ver resentidos por una contracción del gasto en 2020, pero en 2021 están incrementando esos valores tras la paralización total de eventos deportivos del año pasado. Están volviendo a retomar posiciones. Sin patrocinadores deportivos no existirían este tipo de eventos, eso hay que tenerlo muy claro.

> **“Hay que ver cómo atraer a futuros aficionados al deporte, a los que tienen entre 10 y 14 años”**

P.: En España será una de las pocas competiciones en abierto. ¿Vamos hacia un cambio en el modelo de negocio de las retransmisiones?

R.: El negocio de las retransmisiones está viviendo su particular guerra mediática. Cada vez hay más actores con diferentes propuestas: televisión tradicional, de pago, plataformas *over-the-top* (OTT) e incluso compañías digitales. Se está produciendo una reconfiguración del panorama de las telecomunicaciones, de la emisión de deporte en directo a través de diferentes plataformas. En cualquier caso, no va a cambiar el modelo sino que van a coexistir. Evidentemente, el deporte sólo es rentable en formato en directo, es algo que se consume o desaparece. En este sentido hay diferentes opciones. No vamos a cambiar de modelo. Cada uno de los operadores pondrá sus condiciones en función de su objetivo fundamental: Amazon se dedica a vender productos no al deporte, tampoco Netflix que se dedica a hacer una hemeroteca de vídeos. La televisión en abierto tiene que ver con entretenimiento para todo el público, pero no sólo con el deporte. Van a coexistir. Se reconfigurará. Seguirá habiendo una guerra por conseguir los eventos deportivos más interesantes para público en general. En cada país será de una manera o de otra.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

P.: ¿El fútbol tiene un problema potencial de audiencias? ¿Cómo se debe afrontar?

R.: Puede ser que este año pasado haya habido una menor audiencia debido a un cambio de hábitos de los españoles. Pero ese cambio, donde estábamos acostumbrados a un deporte con una parte más social, con bares cerrados y sin poder ir al estadio, no quita que cuando volvamos a la normalidad podamos volver a donde estábamos antes. Diferente es en Inglaterra, donde el *pay-per-view* está más arraigado. Dicho esto, es cierto que hay que ver cuál es el grado de interés de las nuevas generaciones por el fútbol. Ahí es donde está la clave, si se ha ido perdiendo o se ha ido cambiando para compartir el fútbol con otros ámbitos. Quizás lo que ha cambiado es la forma en cómo consumimos el fútbol. Hay que ver cómo atraer a futuros aficionados al deporte, a los que tienen entre 10 y 14 años, en este caso hacia el fútbol tradicional, quizás con nuevas fórmulas de retransmisión deportiva, con nuevos accesos o con nuevas formas de interacción con los jugadores. No creo que el fútbol tenga un problema de audiencias sino de cómo ofrecemos deporte tradicional a un nuevo modelo.

P.: ¿Qué modelo competitivo y de espectáculo debe emular la Eurocopa?

R.: La Eurocopa no tiene un mal formato de competición, en el sentido de que todo el mundo tiene oportunidades. No son muchos países, por lo que la calidad de los partidos es alta: es difícil ganar con 24 equipos, pasar de esa cifra sería un drama. Al haber pocos partidos se podría implementar, por ejemplo, una tanda de penaltis para evitar que haya que decidir los empates a puntos por condicionantes como goles a favor o en contra. Aunque este año está más descafeinado porque tenemos otros problemas en la cabeza, con más noticias relacionadas con la pandemia, y por haber un formato diferente de sedes en el que los aficionados no pueden viajar a otros países o deben cumplir una serie de requisitos de seguridad para acceder a los estadios, donde sólo se permite un 30% del aforo. Todo ello produce que haya un menor interés, pero el sistema de competición no mejoraría por aumentar los participantes, lo perjudicaría ya que los primeros partidos tendrían un menor interés. Ahora ganar cualquier partido es difícil y eso crea una incertidumbre que hace que el espectador este más enganchado.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.