4. Estudios de caso

4.1 Estudios de caso. Contratos de patrocinio y de jugadores

Terminaremos el curso con algo de trabajo práctico revisando documentos legales y registros reales para entender cómo nuestras teorías se hacen realidad en el contexto de los deportes profesionales.

4.1.1 Acuerdos de patrocinio

Muchos de los fanáticos que asisten a eventos deportivos son muy conscientes del costo de las entradas y posiblemente asuman que los ingresos por las ventas de entradas, coloquialmente conocidos como "taquilla", constituyen la fuente de ingresos principal de un equipo el día del partido. Si bien los ingresos por las entradas son una pieza importante del rompecabezas de los ingresos de los equipos y ligas deportivas, estos no siempre constituyen la porción más sustanciosa de los ingresos.

Bajo el liderazgo de un director ejecutivo de marketing o un director ejecutivo de ingresos, a los ejecutivos del equipo y del estadio se les asignan tareas para maximizar otras fuentes de ingresos locales (lo que significa que los equipos o los estadios generan ingresos a nivel local, a diferencia de una liga o un ente regulador, que lo hacen a nivel "nacional").

Mientras que las ventas y precios de entradas son relativamente estables, otras fuentes de ingresos locales pueden proporcionar mayores oportunidades de crecimiento y están menos afectadas por las limitaciones físicas (la capacidad del estadio, en particular) que, de lo contrario, limitan el crecimiento de venta de entradas año a año.

Algunos ejemplos de ganancias adicionales que no provienen de entradas que podrían aprovechar los equipos y estadios incluyen los siguientes: (a) ingresos por concesiones (es decir, la comida y bebida que se compran en el estadio antes, durante y después del partido); (b) ganancias por transmisión (por ejemplo, la venta de contenido de programación adicional relacionado con el equipo, como programas con el entrenador y previas o resúmenes de partidos, que normalmente pueden ser vendidos por los equipos individuales, incluso si los derechos televisivos de los partidos del equipo son vendidos por la liga

o el ente regulador a nivel nacional); (c) ganancias por artículos publicitarios (es decir, la venta de indumentaria y de productos novedosos que llevan el nombre o marcas del equipo o del estadio); (d) ganancias por estacionamiento; y (e) ganancias por patrocinio.

A pesar de que un análisis detallado de las fuentes de ganancias locales mencionadas anteriormente está más allá del alcance de este curso, la importancia fundamental de los patrocinios en los deportes garantiza un análisis más detenido de cómo se venden, conmemoran y realizan los patrocinios para los clientes, lo que resulta en la generación de millones de dólares, y algunas veces en miles de millones de dólares, en ganancias locales para los equipos y estadios.

4.1.2 Bienes por patrocinio, valoración y proceso de ventas

Como muchos contratos de compraventa, un contrato de patrocinio consiste en una parte, normalmente un equipo, liga o estadio, que proporciona ciertos bienes o beneficios (conocidos como “entregas”) a la otra parte (es decir, el patrocinador) a cambio de una suma acordada, ya sea en efectivo, en especie o una combinación de ambas opciones.

Los bienes por patrocino solamente están limitados por la creatividad del vendedor. Algunos ejemplos comunes de bienes por patrocinio deportivo de alto valor incluyen los derechos de denominación del estadio (por ej., el Emirates Stadium, propiedad del Arsenal); derechos de denominación de las instalaciones de entrenamiento (por ej., el Novacare Complex, el complejo de entrenamiento de los Philadelphia Eagles); artículos publicitarios como camisetas y uniformes, publicidades en el estadio, cancha o campo de juego; publicaciones en medios sociales, anuncios publicitarios en radio y televisión; participaciones de los jugadores; derechos de uso de las instalaciones (por ej., el derecho a organizar un partido de fútbol de empleados en el estadio de tu club favorito); atenciones a invitados especiales y acceso exclusivo (por ej., pases para la previa del partido); promociones de marca compartida (participación para ganar premios); y denominaciones de marca y derechos de uso de propiedad intelectual (por ej.,“Hyundai, patrocinador oficial de la Liga Nacional de Fútbol Americano [NFL]”).

El vendedor le atribuye un valor a cada uno de estos bienes; su trabajo es armar una propuesta que logre los objetivos de marketing y el presupuesto del comprador. Por supuesto, un comprador a veces no estará de acuerdo con la valoración del vendedor: por ejemplo, el vendedor puede utilizar una metodología de valoración de bienes

diferente. En ese caso, las partes deben intentar cerrar esa brecha a través de negociaciones. Si bien muchos sofisticados compradores de bienes por patrocinio han desarrollado sus propias metodologías para valorar los bienes de patrocinio deportivo, otros confían en la experiencia de agencias que se especializan en dichas valoraciones. Por lo tanto, si te encuentras del lado del comprador o del vendedor, asegúrate de que tú y tus clientes están utilizando las metodologías de valoración adecuadas y que el intercambio de retribuciones de las partes sea equitativo y refleje valores justos del mercado, proporcionales con los estándares del sector.

Una vez que el comprador y el vendedor terminan con las negociaciones y llegan a un acuerdo acerca de la variedad de bienes de patrocinio y del valor de intercambio, le corresponde al asesor jurídico de las partes redactar y negociar un contrato que documente con exactitud la transacción acordada, mientras protege los intereses respectivos de las partes.

En muchos contratos de patrocinio se establecen términos extensos; por ejemplo, más de 30 años de transacciones multimillonarias de derechos de denominación del estadio. Como consecuencia, un buen abogado debe ser capaz de predecir los desafíos que las partes podrían encontrar durante el curso de su relación y elaborar mecanismos razonables para abordar dichos problemas sin recurrir a los costos e incertidumbres del litigio o arbitraje.

Tarea de lectura 4.02: publicidad parasitaria

Imagina que eres un ejecutivo empresarial de deportes y que recientemente se ha terminado un contrato de derechos de 30 años de denominación del estadio con un patrocinador del sector bancario. El patrocinador ha pagado más de USD 100 millones por estos derechos y, como resultado, tiene exclusividad completa en el sector bancario. El nuevo estadio de tu marca está a punto de abrir y, a pocos días de que en una conferencia de prensa se anuncie el contrato de derechos de denominación del estadio, la principal competencia de tu patrocinador, dueño de un edificio cerca de tu estadio, decide construir un cartel luminoso gigante en la azotea. Este cartel se puede visualizar claramente desde tu magnífico estadio nuevo (y más allá). Este tipo de marketing, que se conoce como “marketing parasitario”, es bastante común y debe tenerse en cuenta cuidadosamente al diseñar instalaciones y planear eventos. Tanto si está escrito en el contrato aplicable o no, los patrocinadores y anunciantes siempre esperarán la cooperación de su equipo y sus colaboradores de la liga para prevenir el marketing parasitario; esto se justifica dado que están pagando grandes

sumas por derechos promocionales que los profesionales del marketing parasitario obtienen por poco costo, o incluso ninguno.

¿Consideras extraña la situación del hipotético letrero del estadio que se mencionó anteriormente? Considera el siguiente caso relacionado con el U.S. Bank Stadium de los Minnesota Vikings.

Indaga y analiza las siguientes cuestiones mientras lees:

1) Esta orden del juez niega lo que se conoce como "medida cautelar". No es una sentencia final en el caso, sino una sentencia preliminar que se realiza al principio del proceso hasta que se resuelva el caso. A pesar de que se negó la medida cautelar, el juez en última instancia ordenó que Wells Fargo sacara el letrero.
2) ¿Por qué Wells Fargo debería correr el riesgo de construir estos carteles sabiendo que podría ser impugnado en los tribunales?
3) A pesar de que esta sentencia no estaba a su favor, los Vikings finalmente ganaron la batalla judicial. Si hubieran perdido, ¿se debería haber considerado la construcción del letrero como un incumplimiento de su contrato con el U.S. Bank, a pesar de que no estaba bajo su control? ¿Qué tipo de disposiciones deberían escribir los abogados en los contratos de patrocino para abordar este tipo de cuestiones?
4) Los Vikings acertadamente firmaron un acuerdo con Wells Fargo al principio del proceso, antes de que Wells Fargo construyera el edificio. Si fueras presidente de los Vikings, ¿cómo juzgarías y abordarías este asunto si el letrero de Wells Fargo ya se hubiera montado en el momento que tu estadio se estuviera por construir?
5) ¿Todas las ciudades con equipos deportivos deberían tener ordenanzas para prevenir letreros en las azoteas y otros tipos de "marketing parasitario"? ¿Dichas normas deberían priorizar los derechos de marketing deportivo por encima de la libertad de expresión y la capacidad de utilizar la propiedad individual como se nos plazca?
6) ¿Cómo afecta el cronograma de construcción en la cantidad de daños que presuntamente sufrieron los Vikings o el U.S. Bank? ¿Le produce más o menos daño a los Vikings que el letrero ya esté instalado durante la construcción o luego de que esta se complete? ¿Cuándo recibe más atención y está más expuesto el estadio (y las áreas que lo rodean)?
7) ¿Estás de acuerdo con la conclusión de los tribunales de que el daño a los Vikings es "especulativo" dado que el socio de los derechos de denominación de su estadio, el U.S. Bank, es una competencia directa de Wells Fargo?

Ten en cuenta que la opinión que se muestra a continuación ha sido resumida para fines educativos.

Minnesota Vikings Football Stadium, LLC contra Wells Fargo Bank, N.A.
Núm. de caso civil: 15-4502 DE 28 (D. Minn. 2016)

INTRODUCCIÓN

El demandante Minnesota Vikings Football Stadium, LLC ("MVFS") está involucrado en la construcción y promoción del U.S. Bank Stadium (el "Estadio"), futura casa de los Minnesota Vikings, un equipo de la Liga Nacional de Fútbol Americano ("NFL"). El Estadio, que se encuentra actualmente en construcción, está ubicado en el área céntrica este de Mineápolis. El demandado Wells Fargo Bank, National Association ("Wells Fargo") es un banco nacional que es dueño de dos torres de oficinas de 17 pisos (las "Torres Wells Fargo") que, como el Estadio, se encuentran actualmente en construcción y están ubicadas en el área céntrica este. En esta demanda, MVFS afirma que Wells Fargo no cumplió el contrato con MVFS al instalar letreros montados e iluminados en las azoteas de las Torres Wells Fargo cuando en el contrato de las partes solo se permiten letreros en la azotea, pero que no estén montados o iluminados.

Este asunto se encuentra ante el Tribual en la Petición para la Medida Cautelar Obligatoria de MVFS (Doc. núm. 10). MVFS le solicita al Tribunal que exija que Wells Fargo desmonte o cubra los letreros que se encuentran en las azoteas de las Torres Wells Fargo. Debido a las razones expuestas a continuación, la petición de MVFS fue rechazada.

ANTECEDENTES

En 2012, la legislatura de Minnesota promulgó el Estatuto de Minn. §§ 473J.01-473J.27 (la "Legislación del Estadio") "para contemplar la construcción, financiamiento y uso a largo plazo" del Estadio. La Legislación del Estadio creo la Minnesota Sports Facilities Authority ("MSFA") un organismo público formado por tres miembros designados por el gobernador de Minnesota y dos miembros nombrados por el alcalde de Mineápolis. Estatuto d Minn. § 473J.07. La MSFA y MVFS firmaron un Contrato de Uso del Estadio y un Contrato de Desarrollo del Estadio. El Contrato de Uso del Estadio le otorgó a MVFS el derecho de controlar el branding e imagen del Estadio. Mediante el Contrato de Desarrollo del Estadio se estableció un Grupo de Construcción y Diseño del Estadio, que incluyó representantes tanto de MSFA como de MVFS y le asignó responsabilidades para la construcción y el diseño del Estadio.

Luego de la promulgación de la Legislación del Estadio, Wells Fargo se asoció con Ryan Companies ("Ryan") y la Ciudad de Mineápolis (la "Ciudad") para realizar un proyecto de remodelación de uso mixto en el área céntrica este. El proyecto incluye la construcción de las Torres Wells Fargo, que tendrán espacio para oficinas para más de 5000 empleados de Wells Fargo. El 12 de noviembre de 2013, la Comisión de Planeamiento Urbano de Mineápolis aprobó el diseño de Ryan de las Torres Wells Fargo.

El 10 de febrero de 2014, MVFS y Wells Fargo firmaron un Contrato en relación con los letreros (el "Contrato de Letreros"), que está relacionado con letreros externos que Wells Fargo podría llegar a instalar en las Torres Wells Fargo. En el Contrato de Letreros, en la sección pertinente, se establece lo siguiente:

1. Restricciones de los letreros. Los siguientes tipos de letreros externos están prohibidos en las [Torres Wells Fargo]:

   (a) Cualquier tipo de letrero montado o instalado en azoteas que no sean:

   (i) aquellos que se describen en función de la apariencia, ubicación, escala, tamaño (17 m x 17 m [56 ft x 56 ft]) y utilidad establecidos en la Revisión del Plan General de Letreros del Área Central Este, con fecha del 22 de febrero del 2014 y adjunta como Prueba D (el "Plan General de Letreros"); siempre y cuando los letreros en las azoteas que tengan la misma apariencia y la misma ubicación que los letreros de 17 m x 17 m (56 ft x 56 ft) que se describen en el Plan General de Letreros tengan menor tamaño, escala y utilidad.

La Prueba D, el Plan General de Letreros, es un documento de dieciséis páginas con diversos diagramas que muestran letreros en el exterior de las Torres Wells Fargo. En el diagrama en cuestión se muestra un letrero de 17 m x 17 m (56 ft x 56 ft) en cada una de las dos Torres. Se incluye el siguiente texto: "Skyview Graphic desmontado (cant. 2); letrero de azotea pintado, personalizado". El Plan General de Letreros también incluye planes para la instalación de cuatro letreros iluminados de 17,7 m x 1,5 m (58 ft x 5 ft) cercanos a la azotea de las cuatro caras externas de las Torres Wells Fargo, entre otros. En esta demanda, solamente se disputan los letreros en las azoteas.

En el momento en que las partes firmaron el Contrato de Letreros, la Ordenanza de Letreros de la ciudad de Mineápolis prohibió ciertos letreros de azotea, incluidos los letreros que Wells Fargo pretendía instalar en las Torres Wells Fargo. En este contexto, MVFS acordó lo siguiente:

> que suspendería su oposición ante los esfuerzos de Wells Fargo o no se opondría a ellos, ahora o en el futuro, para obtener la autorización de la Ciudad de Mineápolis para los letreros en azoteas, letreros montados en paredes y letreros tipo monumento instalados en el suelo, que se describen en función de la apariencia, ubicación, escala, tamaño (o más pequeños) y la utilidad establecidos en el Plan General de Letreros, o letreros alternativos de conformidad con este Contrato.

Las partes también acordaron que el incumplimiento del Contrato de Letreros por parte de cada una de las partes causaría daños irreparables:

> 5. Reparaciones. Las partes reconocen y acuerdan que si Wells Fargo
>
> . . . o si [MVFS] . . . no cumple con una o más de las restricciones establecidas en este Contrato o no cumple con uno o más de los acuerdos a los que dicha persona o entidad está sujeta . . . las personas o entidades beneficiadas por el acuerdo o restricción sufrirían daños irreparables para los que una indemnización de daños monetarios no sería considerada como una reparación inadecuada [sic].

En la misma disposición, las partes acuerdan que una persona o entidad que se beneficia de las restricciones del Contrato de Letreros podría presentar una demanda en la búsqueda de medidas cautelares temporales o permanentes.

A principios de 2014, Wells Fargo presentó una enmienda de la Ordenanza de Letreros de la Ciudad de Mineápolis que autorizaría la instalación de los letreros de azotea por parte de Wells Fargo. MVFS no

se opuso a esta enmienda y, el 28 de marzo de 2014, el Ayuntamiento de Mineápolis la aprobó.

El 8 de agosto de 2014, Wells Fargo le presentó a MVFS un documento en donde se describía el plan de Wells Fargo de construir letreros en las Torres Wells Fargo (el "Documento de Letreros Propuesto"). De la misma manera que el Plan General de Letreros adjunto al Contrato de Letreros, el Documento de Letreros Propuesto muestra un letrero de azotea de 17 m x 17 m (56 ft x 56 ft) en cada una de las dos Torres Wells Fargo. A diferencia del Plan General de Letreros, el Documento de Letreros Propuesto incluye detalles acerca de la construcción de letreros en las Torres Wells Fargo, como por ejemplo, que los letreros de azotea tendrán letras iluminadas, estarán montados en vigas doble T y ubicados sobre un fondo pintado. El 13 de agosto de 2014, MVFS le envió una carta a Wells Fargo en la que establecía su posición de que el Acuerdo de Letreros no permitía que Wells Fargo instalara letreros de azotea montados e iluminados como se detallaban en el Documento de Letreros Propuesto.

Sin embargo, Wells Fargo señaló su intención de instalar letreros de azotea con letras montadas e iluminadas en al menos tres ocasiones. El 13 de marzo de 2015, en una conversación telefónica con MVFS, Wells Fargo reconoció que el Documento de Letreros Propuesto incluía letreros de azotea con letras montadas e iluminadas. En el mismo mes, MVFS se enteró mediante la MSFA de que Wells Fargo le había presentado al Ayuntamiento los planes de letreros expuestos en el Documento de Letreros Propuesto y que los planes cumplían con "todos los requisitos del Ayuntamiento". Finalmente, el 23 de junio del 2015, durante una reunión con MVFS, Wells Fargo señaló su intención de proceder con el proyecto de los letreros de azotea expuestos en el Documento de Letreros Propuesto. De hecho, Wells Fargo comenzó la instalación de los letreros en las Torres Wells Fargo en abril de 2015.

La apertura del Estadio, que se encuentra actualmente en construcción, está prevista para agosto de 2016. A pesar de que el Estadio todavía no está en uso, las transmisiones televisivas de los juegos de la NFL han mostrado fotografías aéreas del Estadio y de las áreas que lo rodean, incluidas las Torres Wells Fargo. Además, se encuentran disponibles al público imágenes del Estadio y de las Torres Wells Fargo a través de una "cámara web" que muestra la construcción del Estadio a lo largo del tiempo.

El 18 de diciembre de 2015, de acuerdo con MVFS, Wells Fargo finalmente confirmó su intención de proceder con la instalación de los letreros de azotea montados e iluminados. Ese día, los letreros "estuvieron visibles por primera vez" para MVFS mediante fotografías por la cámara web de la construcción del Estadio. El 22 de diciembre de

2015, MVFS presentó esta demanda contra Wells Fargo ante el Tribunal de Distrito del Condado de Hennepin, alegando que Wells Fargo no había cumplido con el Contrato de Letreros y solicitó una medida cautelar y sentencia declaratoria. Al mismo tiempo, solicitó medidas temporales para evitar que Wells Fargo instalara o preservara letreros de azotea iluminados o montados en las Torres Wells Fargo. El 24 de diciembre de 2015, Wells Fargo removió el caso a este Tribunal. El 29 de diciembre de 2015, MVFS solicitó la Petición para la Medida Cautelar Obligatoria inmediata.

NEGOCIACIÓN

I. Criterio de revisión

El Tribunal considera cuatro factores al decidir si concederá una medida cautelar: (1) el riesgo que la parte actora sufra daños irreparables; (2) el equilibrio entre estos daños y los perjuicios que causaría en la parte no actora el hecho de conceder la medida; (3) una resolución a favor de la parte actora en las cuestiones de fondo; y (4) el interés público. Dataphase Sys., Inc. contra C L Sys., Inc., 640 F.2d 109, 113 (8.° Cir. 1981). "Básicamente, la pregunta es si el equilibrio de equidades favorece a la parte actora que la justicia requiere que intervenga para mantener el 'statu quo' hasta que se determine la resolución". Íd. Una medida cautelar es una "reparación extraordinaria" y la parte actora asume la carga de establecer la necesidad de una medida cautelar. Watkins Inc. contra Lewis, 346 F.3d 841, 844 (8.° Cir. 2003).

II. Daños irreparables

Para comenzar, el Tribunal considera si es probable que MVFS sufra daños irreparables si el Tribunal rechaza la petición. "Los daños irreparables ocurren cuando una parte no obtiene una reparación legal adecuada, normalmente porque los daños no pueden compensarse por completo a través de una indemnización". Gen. Motors Corp. contra Harry Brown's, LLC, 563 F.3d 312, 319 (8.° Cir. 2009). Los daños especulativos son insuficientes para justificar una medida cautelar y el largo retraso de la parte actora luego de enterarse de la amenaza puede indicar que el daño no es grande o inminente. Novus Franchising, Inc. contra Dawson, 725 F.3d 885, 894-95 (8.° Cir. 2013); Hubbard Feeds, Inc. contra Animal Feed Supplement, Inc., 182 F.3d 598, 603 (8.° Cir. 1999). El fracaso de la parte actora de demostrar la presencia de daños irreparables es suficiente para justificar el rechazo de la solicitud de medidas cautelares preliminares. Gelco Corp. contra Coniston Partners, 811 F.2d 414, 420 (8.° Cir. 1987).

De acuerdo con MVFS, los letreros iluminados y montados de Wells Fargo resultarán en daños irreparables para MVFS, debido a que los

letreros distraen la atención del Estadio. Específicamente, los televidentes de los juegos de NFL y los usuarios de la cámara web de la construcción del Estadio verán los letreros del Wells Fargo cuando vean las imágenes del Estadio. De este modo, desde el punto de vista de MVFS, los letreros de Wells Fargo intervienen con los "derechos a esa imagen [del Estadio] que, una vez que se muestre, no hay marcha atrás".

Si bien el Tribunal reconoce que puede ser difícil medir los daños a la "imagen" del Estadio en cuanto a daños económicos, el Tribunal determina que todo daño sufrido por MVFS es de carácter especulativo. Las partes acuerdan que se le permita a Wells Fargo tener ciertos letreros que aparecerán en las imágenes del Estadio. Más precisamente, las partes no discuten acerca de si Wells Fargo pueda instalar dos letreros de azotea que no estén montados e iluminados y no discuten acerca de si los otros letreros de Wells Fargo, incluidos los cuatro letreros iluminados de 17,7 m x 1,5 m (58 ft x 5 ft) cercanos a la azotea de las Torres Wells Fargo, están permitidos. De hecho, los letreros de 17,7 m x 1,5 m (58 ft x 5 ft) están visibles en la mayoría de las fotografías de la cámara web presentadas por las partes con el propósito de mostrar los letreros de azotea. Dado que estos son letreros indiscutiblemente permitidos, el efecto causado por los letreros de azotea montados e iluminados en la "imagen" del Estadio es mínimo.

Además, el hecho de que MVFS haya esperado hasta el 22 de diciembre de 2015 para solicitar medidas cautelares preliminares minimiza su demanda por daños irreparables. MVFS recibió el Documento de Letreros Propuesto de Wells Fargo que describe los letreros de azoteas montados e iluminados en agosto de 2014: más de un año antes de que MVFS solicitara la petición inmediata. Además, MVFS alude a situaciones en marzo y junio de 2015, cuando Wells Fargo le señaló afirmativamente a MVFS en dicho Documento que tenía la intención de instalar letreros de azotea iluminados y montados. Sin embargo, MVFS no solicitó medidas cautelares preliminares hasta meses después.

Finalmente, el acuerdo contractual de las partes de que el incumplimiento del Contrato de Letreros por parte de Wells Fargo causaría daños irreparables a MVFS no vincula a este Tribunal. La disposición de daños irreparables del Contrato de Letreros "le da fuerza" a la posición de MVFS porque demuestra "que las partes consideraron que el incumplimiento del [Contrato de Letreros] podría ocasionar daños irreparables". 5 Ver Allan Block Corp. contra E. Dillon & Co., Civ. núm. 04-3511, 2005 WL 1593010, en*6 (D. Minn. 1 de julio de 2005). Sin embargo, solamente una disposición de daños irreparables no es suficiente para establecer daños irreparables. Íd.; ver también Dominion Video Satellite, Inc. contra EchoStar Satellite Corp., 356 F.3d

1256, 1266 (10.° Cir. 2004); Leggett & Platt, Inc. contra Fleetwood Indus., Inc., Civ. núm. 15-5064, 2015 WL 4160401, en *3 (W.D. Mo. 9 de julio de 2015). Dada la evidencia en el registro, el Tribunal concluye que MVFS no ha demostrado que sufrirá daños irreparables si el Tribunal no acepta la medida que solicita MVFS. El elemento de los daños irreparables inclina la balanza a favor de Wells Fargo.

III. Equilibrio de daños

Consiguientemente, el Tribunal considera si los daños que MVFS sufriría si el Tribunal rechazara su petición superan a los daños que Wells Fargo sufriría si el Tribunal otorga esta petición. Ver, por ej., Gen. Motors, 563 F.3d en 320. En el alegato oral, MVFS le solicitó al Tribunal que exija que Wells Fargo desmonte o, de forma alternativa, cubra los letreros que se encuentran en las azoteas de las Torres Wells Fargo. Sin embargo, el problema con la solicitud de MVFS es que MVFS reconoce que el Contrato de Letreros le da derecho a Wells Fargo a instalar dos letreros de azotea que no estén iluminados ni montados de 17 m x 17 m (56 ft x 56 ft). Exigir que Wells Fargo desmonte o cubra los letreros existentes dejaría a Wells Fargo sin letrero de azotea alguno. 6. Además, obligar a que Wells Fargo desmonte sus letreros probablemente causaría daños a Wells Fargo en forma de trabajo adicional y gastos de almacenaje, así como la alteración de los planes de construcción. 7. Debido a que MVFS no es capaz de establecer que sufrirá daños irreparables si el Tribunal no otorga esta petición, el equilibrio de daños se encuentra a favor de Wells Fargo.

IV. Resolución favorable en las cuestiones de fondo

Además de considerar los daños que MVFS y Wells Fargo podrían sufrir, el Tribunal evalúa una resolución a favor de MVFS en las cuestiones de fondo de su demanda. En el Octavo Circuito judicial, el elemento de la resolución favorable es el más importante de los cuatro "factores Dataphase". Watkins Inc. contra Lewis, 705 F.3d 315, 320 (8.° Cir. 2013). No es necesario que la parte actora "tenga más del cincuenta por ciento de posibilidad de que prevalecerá en virtud de las cuestiones de fondo", Dataphase, 640 F.2d en 113, sino que debe demostrar una "buena posibilidad de prevalecer"; Planned Parenthood Minn., N.D., S.D contra Rounds, 530 F.3d 724, 732 (8.° Cir. 2008).

MVFS afirma que Wells Fargo no cumplió con el Contrato de Letreros de las partes. Para que se realice la resolución a su favor, MVFS debe demostrar que: (1) MVFS y Wells Fargo firmaron un contrato válido; (2) MVFS llevó a cabo toda condición que precede a su derecho de demandar el comportamiento de Wells Fargo en virtud del contrato; y (3) Wells Fargo no cumplió con el contrato de las partes. Ver Lyon Fin. Servs., Inc. contra Ill. Paper & Copier Co., 848 N.W.2d 539, 543 (Minn.

2014). Aquí, las partes no discuten que el Contrato de Letreros sea válido y aplicable y no discuten que MVFS, en virtud del Contrato, no se opusiera a los esfuerzos de Wells Fargo de obtener la aprobación para la construcción de los letreros externos que se muestran en el Plan General de Letreros. Además, no discuten que Wells Fargo haya instalado dos letreros de azotea, montados.

El objeto del litigio es si el Acuerdo de Letreros autoriza los letreros de azotea de Wells Fargo. De acuerdo con la ley de Minnesota, un tribunal que interpreta un contrato (como el Contrato de Letreros) debe tener como objetivo determinar la intención de las partes a partir de lenguaje del contrato según todos los términos del contrato. Gorog contra Best Buy Co., Inc., 760 F.3d 787, 793 (8.° Cir. 2014); Residential Funding Co., LLC contra Terrace Mortg. Co., 725 F.3d 910, 916 (8.° Cir. 2013). Si el tribunal determina que el lenguaje del contrato no es ambiguo, lo que significa que tiene una sola interpretación razonable, le dará validez a ese lenguaje. Seagate Tech., LLC contra W. Dig. Corp., 854 N.W.2d 750, 761 (Minn. 2014).

Sin embargo, si el tribunal decide que el lenguaje del contrato es ambiguo, se utilizará evidencia que esté fuera del lenguaje del contrato, incluidas las circunstancias que rodean a la creación del contrato, para determinar la intención de las partes. Metro. Airports Comm'n contra Noble, 763 N.W.2d 639, 645-46 (Minn. 2009).

Aquí, las disposiciones operativas del contrato prohíben que Wells Fargo instale cualquier tipo de letrero montado o instalado en azoteas que no sean (i) aquellos que se describen en función de la apariencia, ubicación, escala, tamaño (17 m x 17 m [56 ft x 56 ft]) y utilidad establecidos en el Plan General de Letreros. El Plan General de Letreros adjunto incluye un diagrama donde se muestra un letrero de azotea de 17 m x 17 m (56 ft x 56 ft) en cada una de las dos Torres Wells Fargo. El diagrama incluye el siguiente texto: "Skyview Graphic desmontado (cant. 2); letrero de azotea pintado, personalizado".

MVFS argumenta que los letreros de azotea de Wells Fargo claramente violan el contrato de las partes. De acuerdo con MVFS, el lenguaje del Contrato de Letreros demuestra sin ambigüedad la intención de las partes de permitir solamente letreros pintados, sin montar, tal como se muestra en el diagrama del Plan General de Letreros. Además, debido a que el diagrama no establece que los letreros sean iluminados, MVFS concluye en que Wells Fargo puede no iluminar los letreros de azotea de manera alguna.

Wells Fargo sostiene que el Contrato de Letreros no es tan simple como lo sugiere MVFS. De acuerdo con Wells Fargo, el hecho de que el Contrato de Letreros no haga ninguna referencia a la iluminación de los

letreros de azotea muestra que no es intención de las partes prohibir la iluminación; si así fuera, lo hubieran establecido expresamente. Además, Wells Fargo argumenta que el Contrato de Letreros demuestra la intención de las partes de establecer lineamientos generales en función de la "apariencia, ubicación, escala, tamaño (17 m x 17 m [56 ft x 56 ft]) y utilidad" de los letreros de azotea de Wells Fargo, sin vincular a Wells Fargo a los detalles específicos de los letreros que se muestran en el diagrama de la azotea. Wells Fargo sostiene que los lineamientos generales tienen sentido porque, en el momento en el que las partes firmaron el Contrato de Letreros, la construcción de las Torres Wells Fargo todavía no había comenzado. Finalmente, Wells Fargo afirma que sus letreros de azotea montados e iluminados son compatibles con el Contrato de Letreros porque el diagrama de la azotea y los letreros de azotea actuales muestran la misma "apariencia" roja y dorada de Wells Fargo. Por lo tanto, para Wells Fargo, los letreros de azotea son "letreros montados o instalados en azoteas" del mismo tipo que "aquellos que se describen en función de la apariencia, ubicación, escala, tamaño (17 m x 17 m [56 ft x 56 ft]) y utilidad" establecidos en el Plan General de Letreros.

En esta primera etapa del litigio, el Tribunal concluye que ambas partes presentan argumentos válidos. Como tal, sin detectar que el argumento de MVFS es más sólido que el argumento de Wells Fargo, el Tribunal determina que la demanda de MVFS por incumplimiento de contrato tiene "buena posibilidad de prevalecer", lo que es suficiente para que el elemento de la resolución favorable incline la balanza a favor de MVFS.

V. Interés público

Finalmente, el Tribunal analiza si alguna consideración de orden público influye la decisión del Tribunal de otorgar o rechazar la petición de MVFS. Ver, por ej., Chlorine Inst. Inc. contra Soo Line R.R., 792 F.3d 903, 916 (8.° Cir. 2015). El Tribunal no elude el hecho de que entidades públicas y privadas hayan colaborado con el Estadio y en el desarrollo del área céntrica este que lo rodea, incluyendo a las Torres Wells Fargo. El Estadio es un bien comunitario destinado a beneficiar al público y el dinero público constituye una parte importante de la financiación del Estadio. Al mismo tiempo, el desarrollo del área que rodea al Estadio, incluyendo a las Torres Wells Fargo, implica la colaboración pública y privada y es posible que genere viviendas, trabajos e infraestructura en el área céntrica este. De hecho, debido a que cada parte ofrece al público beneficios que sus respectivas inversiones proporcionan al área céntrica este, es difícil para el Tribunal entender por qué las partes, con o sin la participación del Ayuntamiento, no llegan a un acuerdo, para beneficio de los ciudadanos, acerca del significado y el efecto del

Contrato de Letreros. El Tribunal determina que el interés público no inclina la balanza ni en contra ni a favor de la petición de MVFS.

CONCLUSIÓN

A pesar de que MVFS ha demostrado una buena posibilidad de prevalecer en su demanda por incumplimiento de contrato, no ha demostrado que la medida a la que aspira sea necesaria para evitar que sufra daños irreparables. Además, a pesar de que en las Torres Wells Fargo se encuentran diversos letreros externos que no están en discusión, es posible que otorgar la petición a MVFS cause daños a Wells Fargo (aunque daños menores) al privarlo temporalmente de todos sus letreros de azoteas, incluidos los letreros de azotea que no estén montados e iluminados.

En estas circunstancias, el Tribunal rechaza la solicitud de medidas cautelares preliminares por parte de MVFS.

SENTENCIA

En base a los archivos, registros y actuaciones en el presente y por los motivos arriba mencionados, POR EL PRESENTE SE RESUELVE que se RECHAZA la petición para la medida cautelar obligatoria de Minnesota Vikings Football Stadium, LCC.

4.1.3 De la teoría a la práctica: contrato de ejemplo

Adjunto como Anexo A se encuentra un ejemplo de contrato de patrocinio que es muy similar a los que se utilizan en la práctica. Dedica un momento para revisar el contrato. Al hacerlo, notarás que muchos de los conceptos que se discutieron en este curso aparecen en los términos y condiciones legales (por ej., incumplimiento, notificación para subsanar un incumplimiento, derechos de rescisión, etc.). Presta especial atención a estas cláusulas clave durante las negociaciones. A pesar de que los clientes casi siempre se interesan más por los términos comerciales (es decir, los bienes de patrocinio) que por los términos legales, son los términos legales los que determinarán los derechos y reparaciones de las partes en caso de un litigio relacionado con los bienes subyacentes.

4.1.4 Contratos uniformes de jugadores

Un aspecto importante de las negociaciones colectivas en los deportes estadounidenses es la estructura de un contrato uniforme de jugador. En muchas otras industrias, los contratos generalmente se negocian de manera individual con los empleados y, por lo tanto, suelen incluirse términos y condiciones que difieren significativamente en base a los resultados de esas negociaciones. Sin embargo, los contratos deportivos de atletas en una liga deportiva estadounidense importante son casi idénticos en todos los aspectos. El único aspecto en el que difieren es, por supuesto, en la duración del contrato y la remuneración que se le pagará al jugador en virtud del mismo.

El propósito de implementar un contrato uniforme de jugador (UPC) es bastante simple: simplificar las negociaciones entre los clubes y jugadores al limitar las negociaciones que suelen ser contenciosas en términos que sean básicos y fundamentales (es decir, duración del contrato y parámetros de remuneración). Los clubes negocian dichos contratos a través de un jefe de negociación de contratos, normalmente un gerente general que trabaja a tiempo completo en el club, mientras los jugadores son representados por sus agentes designados, quienes obtienen como remuneración una parte de los ingresos de los jugadores. Por supuesto, estas negociaciones están sujetas a topes salariales, salarios mínimos y otros parámetros que han sido acordados por la liga y el sindicato en su contrato de negociación colectiva. Como resultado, la oficina de la liga debe revisar y aprobar dichos contratos para cumplir con las obligaciones que derivan de los mismos.

Mientras lees los UPC adjuntos, ponte en los zapatos de la asociación de jugadores o de la liga e indaga acerca de qué disposiciones contractuales modificarías durante la siguiente sesión de negociación colectiva.

Anexo A: Ejemplo de Contrato de Patrocinio de Equipo

Anexo B: Contrato Uniforme de Jugadores; MLB

Anexo C: Contrato Uniforme de Jugadores; NFL