

## **Cifras ‘redondas’ del Mundial... ¡Un 360 imperdible!**

*La Copa Mundial de la FIFA no es solo deporte, competencia, patriotismo y pasión desbordada, sino cifras que, de verse en conjunto, dejan sin aliento.*

Una Copa Mundial de Fútbol es mucho más que entretenimiento. La actividad económica que se genera alrededor, no solo del evento futbolero más importante del mundo, sino de los grandes encuentros deportivos, es increíble. Los países organizadores, los clubes que son propietarios de los derechos deportivos de los jugadores, las empresas patrocinadoras del evento, las firmas que lo aprovechan como vehículo publicitario, e incluso las casas de apuestas son actores de primer orden alrededor de una cita orbital o regional.

Para empezar, desde el mismo momento en que un país o ciudad decide postularse para su organización, se despliegan actividades que ocasionan egresos, muchos de ellos sin el retorno esperado. La sola labor de presentación y lobby ante los entes que deciden la sede de un torneo supone la preparación del país para visitas, evaluaciones y ajustes a diversas normas. No es simplemente el deseo de ser sede, es demostrar que se tiene con qué responder a ese deseo.

En caso de ser el elegido, influye mucho el nivel de desarrollo del país para determinar los costos en los cuales debe incurrir. En el caso de un Mundial o de unos juegos olímpicos, para citar los dos eventos más destacados, no solo se trata de contar con estadios o escenarios que se ajusten a los exigentes requerimientos, sino de construir los que hagan falta (uno solo puede costar entre US\$ 300 y US\$ 800 millones, dependiendo de su tamaño, capacidad y tecnología); también se deben considerar las exigencias en infraestructura hotelera (en Brasil fue de 55.000 habitaciones hoteleras), transporte (aeropuertos y vías de conexión, incluidas las terciarias), esquemas de seguridad para los equipos, hospitales con la más moderna tecnología, etc.

**“En el caso de un Mundial o de unos Juegos Olímpicos no solo se trata de contar con escenarios que se ajusten a los requerimientos, sino de construir los que hagan falta (uno solo puede costar entre US\$ 300 y US\$ 800 millones”.**

Lo anterior quiere decir que el esfuerzo económico de países como Brasil o Suráfrica es mucho mayor que el que debe hacer Alemania, Corea o Francia, por citar solo las últimas sedes del torneo de la FIFA.

Se calcula que, para la más reciente Copa del Mundo, Brasil 2014, por ejemplo, la inversión del gobierno alcanzó cerca de los US\$ 15.000 millones, si bien esta cifra se vio marcada por la corrupción rampante que vivió el país suramericano en años previos al 2014. Cabe destacar

que una inversión de este calibre solo es recuperable a través de una profunda estrategia de mercadeo que permita que un país se pueda explotar como marca, y esto va más allá de los beneficios sociales que se endilgan a la realización de una Copa Mundial de la FIFA.

El Mundial anterior, celebrado en Suráfrica, mucho más modesto si se quiere, apenas superó los US\$ 5.700 millones, cifra cercana al opulento evento celebrado en Alemania.

### **Más actores... festival del dinero**

Otros actores económicos del Mundial son los clubes deportivos y los empresarios que manejan los derechos deportivos de los jugadores. Este torneo es la máxima vitrina que puede tener un jugador y, acorde con ello, una buena actuación puede subir su cotización en el mercado de los fichajes de manera considerable. Ejemplos de ello los tenemos cercanos: el Mónaco, después de Brasil, recibió €60 millones por nuestro James, con un incremento del 44% en tan solo 20 días; otro conocido, Juan Guillermo Cuadrado, elevó su cotización en un 32%.

Por su parte, Varane y Griezmann, del seleccionado francés, incrementaron su valor en más del 25%, y algunos arqueros como Ospina (Colombia), Navas (Costa Rica), Bravo (Chile) y Romero (Argentina) estuvieron por encima del 50%.

El festival del dinero que genera la Copa del Mundo también toca los hábitos de consumo de las poblaciones, en especial de aquellas que asisten con su selección a esta cita mundialista.

La compra de televisores se incrementa en más del 30% en los meses anteriores al Mundial, y durante el mismo la venta de licor puede llegar a aumentar en más del 50%, dependiendo de si la selección del país sigue en la contienda o sale en fases tempranas de la competición.

**“La compra de televisores se incrementa en más del 30% en los meses anteriores al Mundial, y durante el mismo la venta de licor puede llegar a aumentar en más del 50%”.**

Las fábricas de ropa deportiva, por el patrocinio de la camiseta, deben desembolsar US\$ 50 millones por la de Alemania; US\$ 42 por la de Francia; US\$ 30 por la de Brasil, o US\$23 por la de Argentina. Es tan dura la competencia por conseguir el patrocinio, que Adidas y Nike, las dos empresas más grandes de indumentaria deportiva, luchan por obtener los derechos de aquellas selecciones que cuentan con más opciones de llegar a las instancias finales. Desde luego, esto les representa jugosos ingresos por la venta de esas camisetas.

A pesar de que en Colombia aún vemos las apuestas con un tinte de ilegalidad, la cantidad de dinero que mueven las casas de apuestas es considerable. Vale la pena señalar que esta es una actividad legal, pero con unos visos de corrupción que ha llevado a la suspensión, e incluso a la cárcel, a jugadores, directivos, árbitros y empresarios.

A pesar de que aún restan casi dos meses para el primer pitazo del Mundial, la actividad de las casas de apuestas ya es fuerte. Brasil, considerada hoy como la selección favorita, en caso de alzar la copa estaría brindando, en promedio, una ganancia de 5,31 por cada dólar o euro apostado, Alemania, una ganancia de 5,58; Francia, 6,88; España, 7,63; y Argentina, 10. Colombia reconocería 37,50; México, 93,50; Perú, 157,25; Costa Rica, 376 y Panamá, 1.001.

¿Cifras redondas, no?

*\* Las cifras fueron tomadas de la Fifa, el Índice Castrol, Transfermarkt, páginas web de distintas agencias de apuestas en el mundo, entre otras.*

**Autor:** Omar Alonso Patiño, Director Departamento de Gestión y organizaciones, Profesor de la Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas, Universidad EAN.

Entrada publicada en la sección de Blogs de [www.Portafolio.co](http://www.Portafolio.co) el día 26 de abril de 2018.

**Link:** <http://blogs.portafolio.co/pensamiento-emprendedor/2018/04/26/cifras-mundial-2018/>