

Futbol: ¿un gran negocio más allá del espectáculo? (Opinión experta)



El experto Salvador Martínez explica la derrama económica esperada durante el Mundial de Futbol 2018 y quién será el verdadero beneficiario.

16/06/2018

Salvador Martínez Hernández* | Opinión | Profesor de Economía

Apartar boletos con un año de anticipación en un estadio no terminado, de una ciudad desconocida, para un partido sin equipos anunciados, es el primer paso para ir al mundial de futbol de la **FIFA (Federación Internacional de Futbol Asociación)**.

Si usted piensa que dicho escenario vale el riesgo por asistir a un partido, entonces, coincide con los **3 millones 460 mil personas que solicitaron entradas** el pasado septiembre a un promedio de **165 dólares**. Esto es una intención de compra a ciegas de **570.9 millones de dólares**.

De acuerdo a los organizadores, se espera que el beneficio económico en Rusia ascienda a **31 mil millones de dólares**. Esto representará un **empuje en el PIB del país de alrededor de 30.8 mil millones de dólares** en un lapso de 10 años, desde la construcción de los estadios en 2013 hasta la baja en el impacto turístico pronosticado para el 2023.

Además, se crearon **220 mil nuevos empleos relacionados a la Copa del Mundo**. Este empuje económico es comparable con el PIB anual de países como Bolivia o Bahréin.

Los beneficios económicos esperados en Rusia se reflejarán principalmente en la **industria turística, la inversión privada, la infraestructura gubernamental y el consumo interno**.

Por otro lado, los ingresos por **derechos para televisar el Mundial sobrepasan los 2.8 mil millones de dólares**, pagados a la FIFA, con la expectativa de tener una audiencia por medios digitales de **1.5 millones de espectadores para la Final** el próximo 15 de julio.

En este rubro, la cadena Fox acordó **un pago de 400 millones de dólares** para poder asegurar los **derechos de transmisión** en los Estados Unidos del Mundial de Rusia 2018 y Catar 2022.

Queda claro que el Mundial genera muchos ingresos, pero, ¿en realidad es rentable?, y si es así, ¿para quién?

Consideremos el siguiente ejemplo: **2 partidos de futbol en Estados Unidos generan 7 millones de dólares en un solo día**.

Estos ingresos provienen de la venta de los boletos del evento, alimentos y artículos promocionales en el estadio. ¿Los partidos? Final de Supercopa y Campeón de Campeones de la Liga MX en el *Stub Hub Center* en Carson, California.

El **70% de estos ingresos**, aproximadamente **4.9 millones de dólares**, se quedan en manos de la **Federación Mexicana de Fútbol**. La *Soccer United Marketing*, empresa facilitadora del partido, obtiene alrededor de **2.1 millones de dólares** sin gran necesidad de inversión.

¿Qué pasaría si fuera necesario construir el estadio y la infraestructura alrededor para el evento?, ¿seguiría siendo negocio? Esta es la gran incertidumbre que los organizadores de los Mundiales de la FIFA y de los Juegos Olímpicos tienen cada 4 años.

De acuerdo con reportes de los organizadores del Mundial en Rusia, la inversión en logística, sin contar infraestructura, para llevar a cabo el evento este año asciende a **11 mil millones de dólares.**

No obstante, esta cifra es más que debatible si consideramos que el costo total de los **Juegos Olímpicos de Invierno en Sochi en el 2014 fue de 50 mil millones de dólares**, según señaló el gobierno ruso.

Dado lo anterior, se espera que el costo final del Mundial de este año no sea menor, **por lo que dejaría a Rusia con un déficit de 18 mil millones de dólares.**

Entonces, **¿quién es el gran ganador? La respuesta es: la FIFA.**

El **Mundial de Brasil 2014** tuvo **ingresos de 4.8 mil millones de dólares y costos de 2.2 mil millones de dólares**, para un total de ganancias de **2.6 mil millones de dólares para la FIFA.**

Este año **se espera que dichas cifras aumenten en un 66%**, de acuerdo con analistas de Forbes.

Sí, el futbol, sobretudo en año mundialista, es negocio para la FIFA.

Por esto no es sorpresa que en enero del 2017 se haya votado, adentro de dicha asociación, para **aumentar el número de selecciones nacionales participantes de 32 a 48 para futuros mundiales.**

El problema ahora será encontrar quién quiera ser el anfitrión para los próximos certámenes mundialistas, ya que fuera de las 20 economías más grandes del orbe, pocos países podrán cargar con el costo.

Este factor podría explicar la nueva asignación conjunta para el 2026 entre Estados Unidos, Canadá y México.

**Salvador Martínez Hernández, coordinador de la Academia de Innovación en el Tecnológico de Monterrey, campus Guadalajara. Cuenta con un master por la*

EMLYON Business School, en Francia; y es co fundador de la empresa Lokki Co., la cual busca cambiar industrias y la estructura socioeconómica del país, a través de actividades innovadores.