

Gol a favor o en contra

Los eventos deportivos, como la Copa Mundial de Fútbol, estimulan el comercio exterior y resaltan el país anfitrión

Jeremy Clift

UN océano más allá de Table Mountain, la meseta sudafricana desde la que se divisa uno de los principales estadios de la Copa Mundial de Fútbol, los fabricantes de artículos deportivos de Tailandia se preparan para este evento desde hace meses. Tailandia no es uno de los 32 equipos que llegaron a las rondas finales de esta competición mundial, el mayor festival deportivo del mundo, sin contar los Juegos Olímpicos. Pero los fabricantes de zapatillas deportivas, pelotas y camisetas de fútbol de este país esperan que se produzca un fuerte repunte de las exportaciones mundiales de textiles y vestido, después de la desaceleración ocurrida el año pasado durante la crisis económica mundial.

“Estamos convencidos de que el Mundial reactivará nuestras exportaciones, especialmente de prendas de vestir y ropa deportiva”, señaló Wallop Witanakorn, Secretario General de la Asociación de Productores Tailandeses

de Prendas de Vestir. “Esperamos que la euforia futbolística impulse las exportaciones de prendas de vestir en 2010 y que el crecimiento alcance el 10%-15%”.

La Copa Mundial, que se celebra cada cuatro años, puede ser entendida por algunos tailandeses en términos puramente económicos, pero para el país anfitrión, Sudáfrica, es un momento decisivo en su historia. Desde el final del apartheid en 1994, Sudáfrica ha albergado importantes eventos deportivos internacionales, como la Copa Mundial de Rugby en 1995 y la de Críquet en 2003. Pero la Copa Mundial de Fútbol es un acontecimiento único en cuanto a atención mundial y audiencia televisiva.

Esta es la primera vez que África acoge la Copa Mundial de Fútbol, y la importancia simbólica va mucho más allá del orgullo inmediato que produce ser el país anfitrión de este evento. Albergar el torneo más prestigioso del mundo está estrechamente ligado con la reconstrucción de la economía, la reducción de las per-

sistentes divisiones sociales y la creación de una nueva identidad nacional en Sudáfrica.

Por lo tanto, quizá no importe mucho que algunos prestigiosos economistas que estudian temas deportivos cuestionen el valor de albergar grandes eventos deportivos, como la Copa Mundial de Fútbol o los Juegos Olímpicos. Los costos son mayores que los beneficios económicos, señalan. En este número de *F&D* examinamos las ventajas y desventajas de ser el país anfitrión de este tipo de acontecimientos deportivos, así como el repunte del comercio que pueden generar.

Según un informe de 2008 preparado por la consultora Grant Thornton, el Mundial podría inyectar US\$7.600 millones en la economía sudafricana, crear o mantener más de 400.000 empleos y atraer a casi 490.000 turistas extranjeros.

El Presidente Jacob Zuma alaba el impacto económico: “se está actualizando y ampliando la infraestructu-

ra social, de transporte, energía y telecomunicaciones. Esto contribuye al desarrollo económico en medio de una recesión mundial y mejora el clima para la inversión”.

Pero algunos economistas se muestran escépticos. Prevén grandes elefantes blancos, como estadios que casi no se utilizan una vez pasado el evento para el que se construyeron, y en general, una desviación de fondos para el gran acontecimiento en detrimento de proyectos sociales, como escuelas y hospitales, que serían más beneficiosos.

De todas formas, no parece importar quién tenga razón. El deseo de acoger una Copa Mundial o unos Juegos Olímpicos es insaciable. Como señalaron Simon Kuper y Stefan Szymanski en su libro *Soccernomics* (véase la página 56), “ser el país anfitrión no genera grandes beneficios económicos, pero hace más feliz a la población”. ■

Jeremy Clift es Director de Finanzas & Desarrollo

