



MUNDIAL DE FÚTBOL



Viernes 11 de junio de 2010



Llegó la hora de chutar en Sudáfrica

El fútbol se convierte en la excusa perfecta para mejorar los transportes y las telecomunicaciones e incentivar el turismo

Pocos mundiales como el que empieza esta tarde en Johannesburgo han dado ocasión de cuestionar tópicos y estereotipos tan arraigados. A diferencia de Corea del Sur, Japón o Alemania, cuya capacidad de organización nunca estuvo en duda, esta vez el país anfitrión se enfrenta al reto de enseñarle al mundo que África es mucho más que hambre, guerras y enfermedades.

Por si fuera poco, Sudáfrica deberá demostrar que la millonaria inversión en estadios gigantes, carreteras y ferrocarriles será beneficiosa para su economía y no un ejercicio fatuo y caro de visibilidad internacional. Esto último es particularmente importante si se considera que, según la OCDE, el 34% de la población sudafricana (casi 50 millones de habitantes) vive con menos de dos dólares al día.

TEXTO
CARLOS
OTINIANO

“A priori, parece que hay otras necesidades más apremiantes que gastarse miles de millones en estadios, pero en el otro lado de la balanza, el país va a estar en la mira del mundo y tendrá la oportunidad de demostrar que es eficiente y capaz de cumplir las exigencias de un organismo como la FIFA”, comenta Luis Padilla, secretario general de Casa África, un consorcio público con sede en Las Palmas de Gran Canaria.

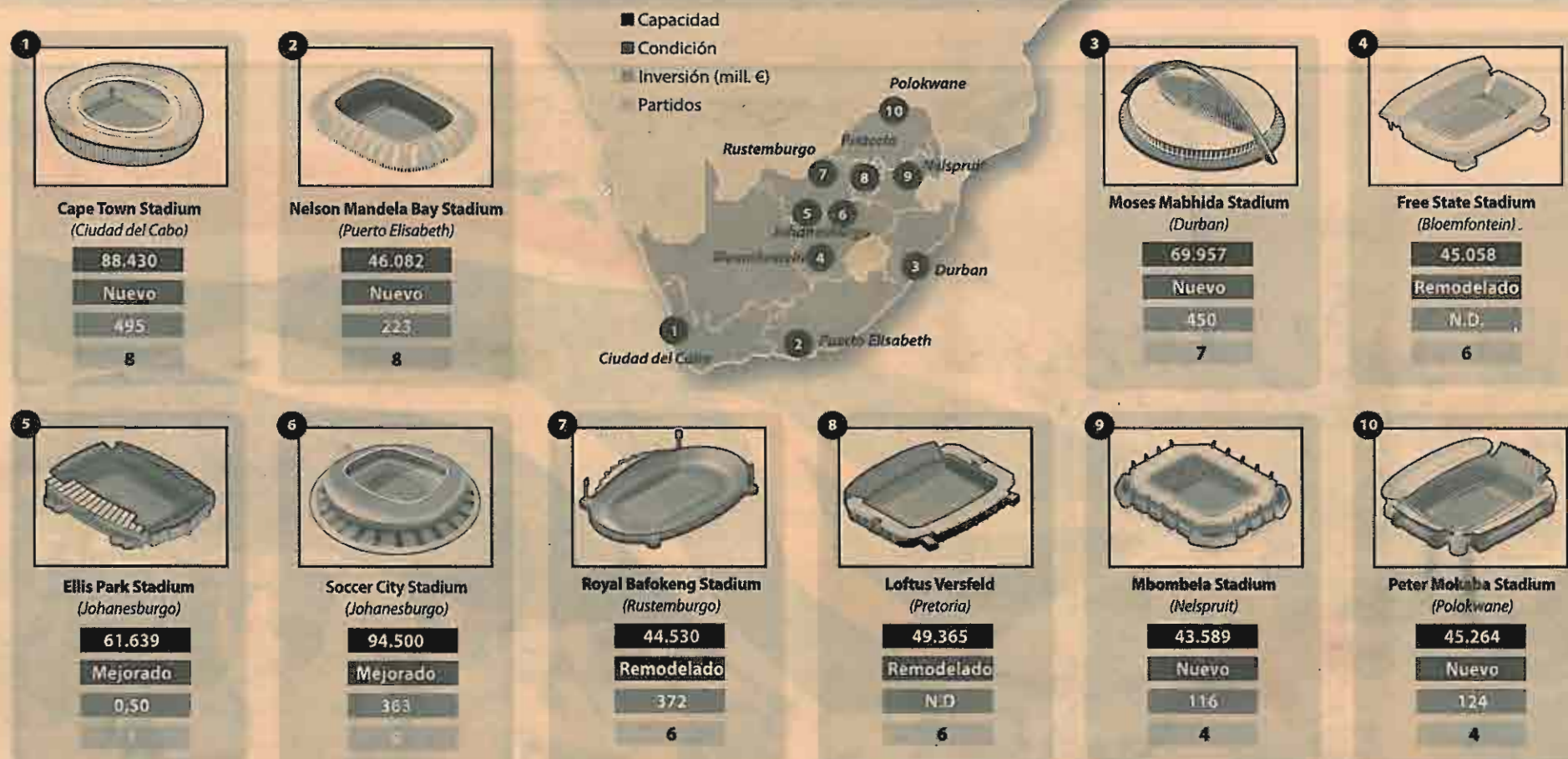
El Gobierno de Jacob Zuma deberá satisfacer estas expectativas en el contexto de una crisis financiera internacional sin precedentes que, de hecho, ha obligado a rebajar las previsiones. Grant Thornton, una firma de auditores que asesoró a la candidatura primero y al comité organizador local después, redujo en mayo el pronóstico de visitantes extranjeros un 23%, de 483.000 a 373.000. **CONTINÚA EN LA PÁGINA 2**

MUNDIAL DE FÚTBOL

En portada



Inversión en estadios para la Copa del Mundo de Sudáfrica



Fuente: Comité Organizador Local, Casa África y Reuters

Cinco Días

VIENE DE LA PÁGINA 1

Si bien en una coyuntura diferente hubiesen sido muchos más los hinchas que habrían acudido a la cita mundialista, el torneo será, sin duda, beneficioso para la economía del país. En el corto plazo, contribuirá a que el PIB retome la senda de crecimiento que la crisis interrumpió el año pasado con una contracción del 1,8%, la primera desde 1992. Según el *African Economic Outlook* (AEO), un informe del Centro de Desarrollo de la OCDE y el Banco Africano de Desarrollo, la recuperación de la demanda mundial y la celebración del campeonato ayudarán a que la economía crezca este año un 2,4%, para acelerar en 2011 al 3,3%.

Ya el año pasado, la construcción fue el único sector que se salvó de la caída gracias al aumento de la inversión pública y los preparativos de la Copa. Grant Thornton coincide con este análisis. De acuerdo con la consultora, los 93 billones de rands (10.000 millones de euros) que moverá el torneo aportarán al PIB sudafricano un crecimiento del 0,5% que, sumado al previsto para el año de 1,72% (el que se hubiese alcanzado independientemente de que se jugase o no el Mundial), dará como resultado una expansión de entre el 2% y 2,2% en 2010.

Los beneficios son menos evidentes a largo plazo. A diferencia de Alemania, que cuando organizó la edición de 2006 ya era una potencia mundial, Sudáfrica es un país en desarrollo que gracias a sus políticas económicas prudentes lleva 17 años creciendo de manera sostenida, pero donde las desigualdades sociales son todavía bastante grandes. El 45% de la población, sobre todo negra, vive debajo de la línea de pobreza y el 24% está en el paro. De ahí que la principal crítica al Gobierno de Zuma es que mientras millones de personas viven en chabolas sin agua ni electricidad, haya destinado cerca de 3.300 millones de euros a la



José María Fernández, socio director general de Audi Hispana Grant Thornton. PABLO MORENO

Las cifras del Mundial

Inversión pública Millones de euros



Empleos



Visitantes previstos

373.000
105.000 sin entrada

115.000 domésticos

258.000 extranjeros
Estos gastarán alrededor de 886 millones de euros

Impacto en el PIB	
Aumento del turismo	0,48
Gasto de la FIFA	0,06

Fuentes: Grant Thornton / Mail & Guardian

Cinco Días

construcción de instalaciones para el Mundial. Parte de este dinero (1.185 millones) se ha gastado en la edificación de estadios gigantescos capaces de rivalizar con el Primer Mundo y ni siquiera está claro que una liga modesta como la sudafricana vaya a permitir que esa inversión se recupere.

Pero también es cierto que una parte importante se ha gastado en obras de transporte (1.418 millones) y telecomunicaciones (152 millones) que, con Mundial o no, igual hacían falta y que quizá de no existir este estímulo hubiesen tardado años en ejecutarse. "Evidentemente, unas inversiones tan cuantiosas pueden parecer exageradas, pero en un país donde dos ciudades (Johanesburgo y Pretoria) concentran el 40% del PIB es una oportunidad de desarrollar el turismo y la infraestructura de otras localidades que por el tamaño del país están a más de 2.500 kilómetros de distancia unas de otras", afirma Padilla.

"Es una historia que se repite", dice José María Fernández, director general de Audi Hispana Grant Thornton. "Los países afrontan este tipo de eventos con cierta dosis de escepticismo al principio. En Alemania habían pasado pocos años desde la reunificación. Pero al final todo el proyecto se capitaliza en el propio país", comenta. "Lo importante es que la valoración final del país sea positiva, que el Mundial de Fútbol sea un éxito de organización parecido al del Mundial de Rugby de 1995", añade. En aquella competición, cuya famosa final recrea la película *Invictus*, Sudáfrica dejó la imagen de un país unido que había dejado atrás los años del *apartheid*. "El activo de este Mundial es ese intangible: que sirva para borrar la imagen de un país injusto y dar la imagen de uno moderno, motor económico de África. Es una oportunidad única de construir la marca país".

Cada turista gastará una media de 3.000 euros

A pesar de la rebaja en la previsión del número de visitantes extranjeros a consecuencia de la crisis, Grant Thornton espera que este descenso se vea compensado por un aumento de la estancia media del visitante extranjero, que será de 18,7 días frente a los 14 estimados inicialmente. Además, cada hinchita verá una media de cinco partidos frente a los 3,4 previstos en el estudio original.

El prolongamiento de la permanencia se traducirá en un mayor gasto medio por visitante que se situará en los 3.000 euros. "En el Mundial de Alemania el hinchita europeo podía ir a ver un partido y volver a casa el mismo día. La cifra de visitantes extranjeros fue muy grande pero su impacto económico sobre sectores como el hotelero o el transporte fue menor del que se espera en Sudáfrica.

El hecho de que sea un destino de largo recorrido disuadirá a algunos, pero los que vengan se quedarán más tiempo, al menos, mientras juegue su selección", explica José María Fernández, director general de la consultora en España.