

LAS MULTINACIONALES NO DESAPROVECHAN EL FANATISMO DE LOS HINCHAS

Los grandes ganadores del Mundial 2006

La Nación/Agencias 13 de junio de 2006

El principal campeonato organizado por la FIFA no sólo se circunscribe al ámbito futbolístico. Las grandes compañías ven en este torneo una importante ocasión para incentivar el consumo entre los fanáticos y lograr pingües ganancias. “Es la gran oportunidad del siglo”, señalan los empresarios.



Los primeros grandes ganadores empresariales del Mundial 2006 serán los fabricantes alemanes de artículos deportivos, como Adidas y Puma

Argentina, Brasil y Alemania son los países favoritos de muchos fanáticos para ganar la Copa Mundial que se juega en tierras germanas. Sin embargo, el próximo domingo 9 de julio, cuando se juegue la gran final en el estadio Olímpico de Berlín, no existirá un solo ganador.

El máximo torneo organizado por la FIFA también es una gran oportunidad para las multinacionales, que se frotan las manos ante las posibilidades comerciales que se abren por estos días.

El campeonato de fútbol ha despertado grandes expectativas empresariales en Alemania, la mayor economía de los doce países que comparten la zona euro y que ya muestra señales de recuperación de su dinamismo, luego de un período de estancamiento y en que el nivel de consumo privado llegó a los suelos. Por esta razón, para muchas compañías el Mundial 2006 ha llegado en el mejor momento, ya que es una gran oportunidad para que los consumidores se animen a comprar.

Los primeros grandes ganadores empresariales serán los fabricantes alemanes de artículos deportivos, como Adidas y Puma. Por ejemplo, la marca de las tres bandas prevé vender 10 millones de los balones oficiales del Mundial, muchos más de los que vendió en Japón-Corea 2002 y en la Liga Europea de 2004, de acuerdo con las estimaciones del presidente de la compañía, Herbert Hainer. Adidas, que desde 1970 produce la pelota para los partidos más importantes de la FIFA y la UEFA, factura uno de cada seis euros de su división de fútbol, por lo que Hainer calificó esta copa como “la oportunidad del siglo”.

Pero no sólo con los balones pretenden hacer negocio. La multinacional germana también proyecta incrementar significativamente su facturación con la venta de otros artículos de fútbol y superar los mil millones de euros (mil 196 millones de dólares), mientras Puma pronosticó duplicar su volumen de negocios en los próximos cinco años gracias al Mundial.

Con estas halagüeñas expectativas, que superarán ampliamente las enormes sumas en publicidad que se van a gastar este año estas empresas, la cotización en bolsa de los fabricantes de artículos deportivos, ya ha iniciado una trayectoria al alza. Las acciones de Puma -que vestirá a 12 países en el campeonato, entre ellos Angola, Gana, Togo, Costa de Marfil, Polonia, Italia y Suiza- se han revalorizado desde finales del pasado año un 21,6%, hasta los 299,84 euros.

La revalorización en bolsa de Adidas -que vestirá a seis equipos, como Argentina, Francia, España y Alemania- ha sido mucho más modesta con un 3,8%, hasta los 166,10 euros.

Según los analistas, las ganancias dependerán enormemente de los resultados de la competición deportiva, ya que despertarán el interés por las camisetas de los equipos ganadores y por el propio fútbol en países en los que este deporte todavía no está muy arraigado.

Todos ganan

Además, otros sectores económicos de Alemania ya se han beneficiado del Mundial de fútbol. En el rubro de la construcción se han invertido mil 400 millones de euros (mil 722 millones de dólares) en la modernización y construcción de los estadios donde se jugarán los partidos. Junto a ello, se han invertido 2 mil millones de euros (2 mil 460 millones de dólares) en infraestructuras de tráfico.

El sector de turismo y la gastronomía también tendrá impulsos positivos este año gracias al torneo y al importante aumento de turistas. Al respecto, el alemán Dresdner Bank considera que los ingresos por visitantes subirán en 2006 debido al campeonato un 7%, hasta los 25 mil millones de euros (30 mil 250 millones de dólares).

El Mundial ha proporcionado un importante auge del turismo en este país, que se convirtió en el quinto destino favorito en el planeta esta temporada, detrás de Estados Unidos, España, Francia e Italia, según los pronósticos de Dresdner Bank.

Obviamente, los comerciantes germanos también buscar sacar el máximo provecho de la cita futbolística. Los hoteles, por ejemplo, triplicaron sus tarifas cuatro meses antes del comienzo del Mundial. El alza de precios más importante se ha producido en los hospedajes de dos estrellas de Hamburgo, que ya han subido sus valores por encima del 209% y en los hoteles de tres estrellas de Frankfurt, con un incremento del 134%.

Además, el número de reservas para junio de 2006 se ha triplicado en el sector en relación con el año anterior.

Sin duda, otros ganadores serán los medios de comunicación, sobre todo el televisivo, que verá también aumentar sus ingresos por publicidad, ya que para los anunciantes el Mundial significa un aumento de la cuota de pantalla muy importante.



Información disponible en el sitio ARCHIVO CHILE, Web del Centro Estudios “Miguel Enríquez”, CEME:
<http://www.archivochile.com>

Si tienes documentación o información relacionada con este tema u otros del sitio, agradecemos la envíes para publicarla. (Documentos, testimonios, discursos, declaraciones, tesis, relatos caídos, información prensa, actividades de organizaciones sociales, fotos, afiches, grabaciones, etc.)

Envía a: archivochileceme@yahoo.com

NOTA: El portal del CEME es un archivo histórico, social y político básicamente de Chile. No persigue ningún fin de lucro. La versión electrónica de documentos se provee únicamente con fines de información y preferentemente educativo culturales. Cualquier reproducción destinada a otros fines deberá obtener los permisos que correspondan, porque los documentos incluidos en el portal son de propiedad intelectual de sus autores o editores. Los contenidos de cada fuente, son de responsabilidad de sus respectivos autores.

© CEME web productions 2003 -2006