

## COMPETICIONES

# Coca-Cola exige a Blatter una comisión independiente para reformar la Fifa

Palco23  
17 jul 2015 - 20:39

La presión de los patrocinadores sobre la Fifa no cesa. Las marcas, conscientes del impacto negativo que puede provocar los casos de corrupción que acechan a la organización, ha exigido a su presidente Joseph Blatter, la creación de una comisión formada por independientes a la entidad. El reto no es otro que supervisar la reforma que aseguran que quiere promoverse en el órgano rector del fútbol mundial.

"Creemos que la creación de esta comisión independiente será la medida más creíble de la Fifa para abordar su proceso de reforma y es necesaria para reconstruir la confianza que ha perdido", indica Coca-Cola en una carta remitida a Blatter y a la que ha tenido acceso la *BBC*. "Hacemos un llamado a esta propuesta dentro de nuestro profundo compromiso con la ética y los derechos humanos y en el interés de ver a la Fifa tener éxito", avisa la marca de refrescos que patrocina el Mundial de Fútbol desde 1978.

La petición de Coca-Cola se produce a escasos tres días de que Blatter comparezca ante los medios de comunicación para explicar las medidas que piensa adoptar para hacer más transparente la organización y establecer los mecanismos necesarios para evitar nuevos casos de corrupción.

Entre las propuestas que ya se ha avanzado que se adoptarán figuran la limitación de los mandatos de los miembros de la junta directiva y el presidente, así como la divulgación de salario completo de los altos funcionarios. Los críticos consideran esto insuficiente, y apoyan la idea de Coca-Cola de que sean personas ajenas a la Fifa las que promuevan los cambios a la espera de una designación de nuevo presidente en la asamblea extraordinaria prevista para finales de año o principios de 2016.

Los movimientos de Coca-Cola se produjeron no sólo por la mala imagen que estaba sufriendo la institución, sino también por la presión de las organizaciones internacionales de trabajadores. En mayo, los sindicatos y otras organizaciones escribieron a los ocho patrocinadores más importantes de la Fifa (Adidas, Gazprom, Hyundai, Kia, McDonalds, Budweiser, Coca-Cola y Visa), reclamándoles que actuaran ante las condiciones de trabajo que estaban sufriendo las personas empleadas para la construcción de los estadios del Mundial de Qatar 2022.

"El fútbol y otros deportes llevan las pasiones de miles de millones en todo el mundo, se puede lograr un cambio real y la solidaridad, y la corrupción no tiene cabida en esto. Los trabajadores esclavizados en Qatar necesitan saber una Fifa que demandará derechos laborales fundamentales de esta nación", ha comentado hoy Sharan Burrow, secretaria general de la Confederación Sindical Internacional.

Toda esta polémica ha provocado que distintas marcas hayan decidido no renovar sus acuerdos de patrocinio con la Fifa después del ciclo que culminó con la celebración del Mundial de Brasil 2014. Los primeros en descolgarse fueron Sony y Emirates, mientras que a principios de año fueron Castrol, Continental y Johnson&Johnson las que pusieron fin a la relación comercial. "Los cambios al final de un ciclo de patrocinio son clásicos en la industria del deporte y siempre se han producido, desde el inicio de la comercialización relacionada con el Mundial", argumentó entonces Thierry Weil, director de marketing de la Fifa.