

COMPETICIONES

El Mundial de Canadá aún da que hablar: generó 345,3 millones en el país

A. Malla
9 nov 2015 - 11:05

El Mundial de Canadá aún da que hablar. El torneo que enfrentó a las selecciones femeninas durante el pasado verano de 2015 ha marcado un antes y un después tanto a nivel deportivo como económico a nivel global de este deporte. Muestra de ello es el incipiente interés de todos los estamentos deportivos por potenciar esta disciplina, pero también los datos de audiencia y generación de negocio que se han desvelado estos días.

La Fifa ha anunciado que el Mundial y la competición sub-20 de 2014, celebrados en Canadá, generaron un impacto económico de 493,6 millones de dólares canadienses (345,3 millones de euros). La cifra total de ambos torneos supone un incremento del 46% respecto a las previsiones hechas en febrero de 2014, según un estudio del Canadian Sport Tourism Alliance.

El coste inicial total para ambas competiciones fue de 216 millones de dólares canadienses (151,1 millones de euros), lo que generó 174,2 millones de euros en actividad económica neta (PIB) y 68,3 millones en ingresos fiscales. De esta última cifra, 32,2 millones fueron a parar al gobierno federal, 25,7 millones a los gobiernos provinciales y 10,4 millones a las ciudades anfitrionas.

Además, la Selección de Estados Unidos, que goleó a Japón (5-2) en la final del Mundial femenino y consiguió alzarse con el título por tercera vez, logró batir todos los registros de audiencias de partidos de fútbol en el país. Sólo la semifinal EEUU contra Alemania (2-0), emitida por la Fox, generó una audiencia de 8,4 millones de personas, un resultado jamás visto en Norteamérica.

Este Mundial consiguió una asistencia total de 1,35 millones de personas en los estadios y una suma de 146 goles marcados. En siete partidos se rebasó los 50.000 espectadores, aunque hubo un promedio de 26.000 personas. La mayor asistencia de aficionados se registró en el encuentro de cuartos de final, celebrado en Vancouver, entre Canadá e Inglaterra, con 54.027 personas.

Unas cifras históricas para el fútbol femenino también en España. La Selección Femenina Española se clasificó por primera vez para un Mundial de Fútbol, y eso

PALCO23

también elevó el interés mediático. Pese a no pasar de la fase de grupos, 959.000 espectadores se dieron cita el día del debut frente a Costa Rica, con una cuota de pantalla del 4,9%, cifras nunca vistas.