

Mundial Sub 20: El rédito económico que podría sacar Chile y los aprendizajes tras los Panamericanos

lunes, 25 de diciembre de 2023, Fuente: EMOL



Expertos coinciden en que uno de los principales desafíos para la organización del evento será la difusión en los países que participan. El pitazo que dará vida al próximo mundial Sub 20 se dará en Chile. Y es que nuestro país será el encargado de albergar la cita planetaria a realizarse en 2025, lo que no solo ilusiona a los fanáticos del fútbol, sino que también genera expectativas en el comercio y el turismo. Esto, debido a la gran cantidad de visitantes que podrían llegar y a la privilegiada plataforma que significa recibir un evento como este. Chile, de alguna manera, se encontrará en el centro de las miradas. Es por esto, de hecho, que las ciudades ya comenzaron a candidatearse. Arica, Iquique, La Serena, Coquimbo, Valparaíso, Viña del Mar, Santiago, Rancagua, Concepción y Temuco ya han mostrado su interés por acoger algunos de los encuentros. El comité organizador tendrá la última palabra. Con todo, desde el comercio y el turismo destacan que se generará flujo durante meses que se consideran temporada baja y que será importante la vinculación entre los diferentes gremios y el Gobierno. Piden, en todo caso, trabajar más en la promoción hacia afuera. En cualquier caso, la cita se ve con optimismo. {SUB El impacto en el comercio}El mundial Sub 20 que se realizó este año en Argentina dejó cifras alentadoras. Por el país se movilizaron más de 400 mil turistas, generando un gasto diario de US\$200 cada uno. Esa es una de las razones por las cuales, se piensa, el impacto de la cita en la economía chilena podría ser positivo. Según explica José Pakomio, presidente de la Cámara Nacional de Comercio (CNC), 'este tipo de eventos, bien planificados con los distintos actores, debiera impactar positivamente en los sectores que representamos, como son el comercio, los servicios y en especial el turismo'. Indica, en esa línea, que 'sabemos que el Mundial pasará por ocho regiones del país y que se realizará en los meses de mayo o junio. Esto le viene muy bien al sector turismo, ya que es temporada baja, por lo que debemos trabajar de la mano con la Subsecretaría de Turismo para levantar propuestas como las antes señaladas'. {CITA José Pakomio, presidente de la CNC: 'Debiera impactar positivamente en los sectores que representamos, como son el comercio, los servicios y en especial el turismo'}.Ricardo Durán, académico Ingeniería Comercial de la Universidad de las Américas, también apunta a efectos positivos en la economía nacional. A su juicio, 'se reactivarán las actividades empresariales vinculadas a las infraestructuras y servicios, así como el consumo y el empleo durante la organización y ejecución del evento, lo que generará, en este periodo, una mejora del PIB nacional'. Advierte, también, que la organización del evento 'implica ya tener en mente lo que será el mundial en cuanto al aprovisionamiento de insumos, de mejoramiento de capacidad productiva y de adaptación en general en términos financieros'. Pero no solo el comercio y el turismo miran con buenos ojos la organización del mundial en términos económicos. La industria del fútbol también debiera sacar réditos. A juicio de Daniel Muñoz, profesor del diploma de gestión deportiva de Ingeniería Industrial de la U. de Chile, 'ser anfitriones de una Copa Sub 20, categoría que es la antesala del profesionalismo de todos los jugadores, debería ser una vitrina para nuestros clubes formadores'.En esa línea, sostiene, el evento es una oportunidad para 'demostrar la madurez de la industria del fútbol chileno en cuanto a la formación de talentos de alto nivel'. {SUB Aprendizajes de los Panamericanos}Si bien la organización de los Juegos Panamericanos sacó aplausos transversales, hubo un aspecto que recibió ciertas críticas. Y es que algunos plantearon que la promoción del evento, hacia fuera, no tuvo la fuerza suficiente. Según Pakomio, 'una iniciativa interesante a explorar, para trabajar sobre la promoción del turismo, sería identificar los países que participarán en dicho evento para generar acciones de promoción conjunta en ellos al menos seis meses antes del campeonato'. 'Creo que ese fue uno de los errores de los Juegos Panamericanos, escasa y tardía difusión en el exterior y poca vinculación con los sectores que representamos', señala. Una opinión similar es la que tiene Helen Kouyoumdjian, Presidenta Ejecutiva de la Federación de Empresas de Turismo de Chile (Fedetur). Según explica, 'la promoción internacional de los Panamericanos fue insuficiente y este factor es clave para lograr atraer a un mayor número de visitantes internacionales al país'. Propone, en esa línea, 'desde ya definir una estrategia y campaña de promoción durante todo el 2024, para que a todas las ferias internacionales a las que vaya Chile se promoció el Mundial Sub 20 y se ofrezcan programas y paquetes turísticos para presenciar el torneo'. Por su parte, Sebastián Goldsack, publicista y académico de la Facultad de Comunicación de la Universidad de los Andes, sostiene que uno de los desafíos será 'mostrar en su promoción un país con las capacidades, con la seguridad necesaria, con la certeza y con las medidas mínimas para que la gente venga y disfrute de este espectáculo deportivo'. Agrega que 'también hay un desafío de cómo promocionar cada uno de los destinos. Aquí no es solamente promocionar Chile, sino que también es dar a conocer ciertas regiones, ciertas ciudades, con una particularidad de esa ciudad'.