



**“Hemos tenido una combinación de aumentos de costos, pero hemos sido capaces de enfrentarlo”.**

FOTO: CLAUDIO CORTES

## Juan Pablo Pareja y los detalles finales del Claro Arena

# “Comprometimos más de 15 medidas de mitigación vial por más de 57 mil UF de inversión”

Sergio Sáez Fuentes

Con una inversión que supera los US\$50 millones y un diseño pensado para diversificar ingresos más allá del fútbol, el nuevo estadio de Universidad Católica, el Claro Arena, representa mucho más que una obra deportiva: es un proyecto urbano, comercial y estratégico, según comenta el gerente general de Cruzados, Juan Pablo Pareja. El ejecutivo detalla entrega responde a las inquietudes relacionadas a la conectividad en el barrio y detalla las medidas de mitigación que ya fueron aprobadas en el (Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental)

**¿Cuándo esperan tener la obra en un 100%?**

En torno al 15 de julio debiésemos estar listos, con las principales faenas terminadas. Esto incluye la cancha y la puesta en marcha de sistemas de iluminación, seguridad, redes internas y climatización, para poder iniciar la operación con un evento, particularmente un partido de fútbol. Como en todo proyecto de esta envergadura, igual se requerirán algunos meses de marcha blanca.

**¿Cómo aumentó el presupuesto ori-**

El gerente general de Cruzados explica el avance del proyecto que supera los US\$50 millones de inversión.

**¿En la Declaración de Impacto Ambiental figuraba un valor cercano a los US\$30 millones.**

Proyectos de este tipo siempre enfrentan imprevistos. Además, incorporamos mejoras que elevan el estándar. Aproximadamente, un 12% del aumento se debe a sobrecostos durante la obra, y otro 10% responde a decisiones que tomamos como mandantes para mejorar el proyecto.

**¿Por ejemplo?**

Dotamos al estadio de una cancha sintética que costó casi el triple que una de pasto natural, y sumamos un sistema de reconocimiento facial de última generación

**¿Tuvieron que buscar nuevas vías de financiamiento?**

y también ingeniárnosla desde el punto de vista comercial, ir generando nuevas alianzas, nuevos patrocinios, para también generar nuevas cuerdas de ingresos al pro-

yecto.

**¿Qué tan complejo es desarrollar este tipo de proyectos hoy, sobre todo cuándo existen reparos por parte de algunas autoridades?**

Ya no se pueden hacer proyectos de forma opaca o poco transparente, menos si tienen alta exposición mediática. Por eso decidimos realizar un proceso de participación ciudadana voluntario, pese a las complicaciones de la pandemia. Logramos convocar a más de 350 personas. Además, el Servicio de Evaluación Ambiental abrió una Participación Ciudadana (PAC) formal, en la que también participamos activamente.

**¿Qué medidas para mitigar el ruido se aprobaron en el SEIA y responden un poco a estas inquietudes de vecinos?**

En primer lugar, este estadio tiene toda una fachada y cubiertas o techos en las cuatro tribunas que, de alguna manera, de manera natural, generan ya una contención del ruido que se genera y, de alguna manera, se empieza a disipar hacia el cielo, hacia arriba. Nosotros, básicamente, por una de las caras, que es la norte, tenemos vecinos.

El resto de las tres caras prácticamente no tiene casas hacia esos costados. Y he-

mos tomado la precaución de instalarle una pantalla acústica o una barrera acústica al estadio, instalando un polycarbonato de más de 10 milímetros, que también permite que el ruido que intenta escapar rebote y vuelva a arrancar hacia el cielo.

**¿Y para los conciertos hay medidas?**

El escenario siempre se instalará en la tribuna norte, de modo que el sonido apunte hacia el sur, donde no hay casas por varios kilómetros. Además, nos autolimitaremos a un aforo de 20 mil personas.

**¿Qué medidas de mitigación vial contempla el proyecto, dado que eso es una preocupación municipal?**

Incluye más de 15 medidas, en su mayoría fuera del recinto y dentro del área de influencia, con una inversión que supera las 57.000 UF. Una de las principales es un tercer acceso por Camino del Alba, que se suma a los accesos por Honduras y Las Flores. También reforzaremos la capacidad de estacionamiento con 2.400 espacios propios y 1.000 adicionales en instituciones vecinas. Igualmente el estadio es el recinto que tiene más estacionamientos en Chile disponibles. Son 2.400, así que con eso intentamos contener los impactos viales que generan.

**¿Qué permisos faltan para operar?**

Nos faltan dos. Uno es la certificación de la Delegación Presidencial, según la Ley 19.327. El otro es la recepción del edificio por parte de la Dirección de Obras Municipales de Las Condes. Ya ingresamos el expediente y estamos a la espera del acta de observaciones. Confiamos en que serán subsanables.

**¿El nuevo estadio contempla más vigilancia?**

Sí. Pasamos de 32 a 230 cámaras en tres anillos. Solo en las graderías habrá 16 cámaras de más de 40 megapíxeles.

**Más que números**

Pareja explica que el estadio será un activo relevante para Cruzados, pero también aportará al desarrollo de Las Condes y del sector oriente.

"La industria del fútbol se financia con sponsors, match day (tickets), derechos de televisión y transferencias. Este estadio suma una quinta línea con su modelo multipropósito. Estimamos que en 10 años Cruzados podría duplicar su facturación, de US\$20 millones a casi US\$40 millones."

**¿Qué líneas de ingresos proyectan con el modelo multipropósito y qué impacto tendrá en la economía local?**

El estadio busca operar más allá de los partidos. Tendrá palcos, suites, lounges corporativos, salones de eventos y un boulevard, además de alianzas con socios como Casa Piedra. Ya hay conciertos confirmados como Lionel Richie, Rod Stewart y Los Fabulosos Cadillacs, lo que representa una oferta inédita en el sector oriente. Será un aporte al comercio, empleo, recaudación de impuestos y patentes. Queremos que el estadio sea un polo de actividad comercial y urbana para Santiago.