



Juan Pablo Pareja se muestra optimista con la pronta inauguración del nuevo estadio de Universidad Católica. Foto: Luis Sevilla.

Compartir

[Twitter](#)[Facebook](#)[Whatsapp](#)[LinkedIn](#)[Email](#)

[Comentarios](#)

Sentado en la base de una de las tribunas del nuevo estadio de Universidad Católica, Juan Pablo Pareja, el gerente general de Cruzados, conversa con **El Deportivo** sobre los avances del recinto y da luces sobre los siguientes pasos del coliseo de Las Condes. “Va a ser, sin duda, uno de los más modernos de Sudamérica. Hay pocos con este estándar”, afirma.

¿Cuándo se inaugurará el estadio?

Llevamos un 65% de avance y nos faltan los últimos ajustes, en los próximos dos meses, con el equipo de la constructora y nuestro equipo de desarrollo del proyecto para intentar ya tener una fecha firme, que sigue dependiendo de los tiempos que requieren las autorizaciones de entes gubernamentales y municipales. Nuestra intención es, ojalá a fin de año, hacer algún tipo de acto inaugural del recinto o una serie de actos inaugurales, pero reconociendo que el cambio del calendario de la ANFP, por el Mundial Sub 20, nos implicó haber acortado la temporada y terminar a comienzos de noviembre, con lo cual es casi un dato que probablemente no vamos a jugar un partido oficial este año. Si durante diciembre intentaremos poder desarrollar algún acto inaugural y estar preparándonos para poder inaugurar oficialmente en el inicio de la temporada 2025.

¿Es intención de la UC aspirar a ser sede del Mundial Sub 20?

Nosotros estamos disponibles, pero sabemos que las ciudades son las que postulan una sede, una comuna. En el caso de Santiago, entendemos que es el Estado Nacional y hasta la fecha ningún otro organismo gubernamental se nos ha acercado a preguntarnos por el estadio formalmente. Nosotros estamos en condiciones, pero hasta la fecha nadie nos ha solicitado considerarnos como parte de la fiesta mundial.

¿Dónde va a jugar Católica el segundo semestre?

Para nosotros ha sido muy doloroso e incómodo no contar con nuestro estadio a todo nivel. No solamente por los impactos deportivos que tiene. Ha sido muy complejo, y también por los impactos económicos, pero lo entendemos y estamos disponibles a ese sacrificio por un bien mayor. Estamos evaluando alternativas para ver cómo y dónde vamos a seguir jugando en el segundo semestre. Podría ser el Estadio Nacional, eventualmente La Florida y no hay por qué no seguir considerando Santa Laura o, incluso, ir a regiones.

[Tiago Nunes criticó duramente Santa Laura.](#) ¿La urgencia es mayor tras eso?

No, siempre hemos estado conscientes de que lamentablemente las condiciones de la cancha del Santa Laura no son las que nos comprometieron cuando firmamos el contrato de arriendo con ellos. La cancha no ha mejorado sustancialmente y en ningún caso ha alcanzado el nivel que aspirábamos a tener y el que teníamos como referencia en San Carlos de Apoquindo. Pero bueno, son costos que hemos tenido que pagar, dolores y sufrimientos que nos han incomodado mucho, pero ahora tenemos tiempo para evaluar la mejor opción.



El nuevo estadio de la UC presenta un 65% de avance. Foto: Luis Sevilla.

¿Es una decisión deportiva poner césped sintético para la nueva cancha?

Responde a un análisis muy largo, profundo y detallado que hicimos con equipos multidisciplinarios del club, en el que tuvo un rol preponderante la Gerencia Deportiva, porque la decisión fue de carácter deportivo. Es decir, tener la certeza de que vamos a poder disponer de una cancha en óptimas condiciones todos los días del año y que queramos utilizarla por parte de nuestro plantel profesional, el fútbol femenino y formativo, sea cuales sean las condiciones climáticas de uso, intensidad o de otros usos comerciales que tenga el estadio y la garantía de que vamos a tener la mejor cancha de Chile. Estamos muy contentos de la decisión que tomamos para tener una cancha de altísimo nivel, la mejor de estas características que probablemente existe hoy en el mundo, con un desarrollo tecnológico top a nivel mundial. Además, nos permitirá ahorrar un 70% de agua, entre otras cosas.

Se comenzó hablando de una inversión de US\$ 30 millones y se pasó a US\$ 50 millones. ¿Cómo se explica este aumento y cómo el club lo puede asimilar?

Los 30 millones eran nuestro número inicial cuando iniciamos la preparación de este proyecto en 2018. Después empezamos a aprender de todo el proceso, a hacer concursos de arquitectura, a contratar asesores, y el mundo cambió muy rápido por la guerra, la pandemia y la inflación en nuestro país. En 2021 los costos de la construcción subieron más de un 31%. Hubo muchos factores que hicieron que el costo del proyecto subiera, tanto por temas inflacionarios como también porque el estándar del estadio que estamos construyendo es más caro de lo que inicialmente imaginábamos, pero siempre hemos sido bien responsables en estructurar una fórmula de financiamiento que ha estado suficientemente cubierta con asesores financieros dedicados a apoyarnos en esta labor y también con un rol vigilante del directorio respecto de generar siempre mucha certidumbre sobre la estructura de financiamiento.

¿Y qué tuvieron que hacer?

Tuvimos que abrirnos a generar otras ideas para alcanzar los recursos, aparte de lo inicialmente considerado, que era el aumento de capital y la generación de un bono corporativo. Fruto de eso es que finalmente empezamos a hacer otro tipo de acuerdos comerciales con algunos patrocinadores del proyecto. La venta de los *namings rights* era un elemento fundamental y prioritario, pero también empezamos la campaña de venta de losas y a considerar el desarrollo de una cantidad importante de palcos que nos ayudara a financiar la primera parte de la construcción del estadio y también un porcentaje, relativamente menor y controlado, de imprevistos que en proyectos de esta envergadura siempre surgen y que hay que tener la capacidad de cubrirlos. Estamos seguros de que, en función del modelo de negocio que tiene el estadio, desarrollado a 20 años plazo, sin duda va a seguir siendo un modelo suficientemente rentable para Cruzados. No solo para recuperar esta inversión, cumplir y cubrir la deuda que nosotros tomamos con el bono corporativo, sino que para generarle un flujo importante a Cruzados para seguir fortaleciendo nuestro desarrollo institucional y el proyecto deportivo.

Los palcos han tenido mucho éxito...

Estamos extraordinariamente contentos. Es un producto nuevo en el fútbol chileno. La demanda ha sido exitosísima. De las 22 suites de Livingstone, están todas vendidas, y de los 24 palcos de Alberto Fouillioux, tenemos 19 vendidos y casi tres más a punto de cerrarlos. Básicamente, han sido empresas las que han comprado la mayoría de ellos. Estamos contentos por la confianza que han tenido de comprar estos palcos, porque los vendimos con la condición de poder pagar los dos primeros años por anticipado, pues se necesitan esos recursos para financiar el costo de la construcción.

Nicolás Núñez fue crítico de que el proyecto estadio atentó contra el deportivo. ¿Qué le parece esa opinión?

Desde el inicio hemos sido absolutamente categóricos y claros en informar que el financiamiento del proyecto estadio tiene una billetera absolutamente distinta respecto de la de Cruzados. Esto es un proyecto separado y hemos sido insistentes en el punto. A lo mejor nos hemos explicado mal, a lo mejor hay gente que quiere entender lo que quiere entender, pero no tiene nada que ver una cosa con la otra. Los recursos que levantamos por el aumento de capital y por el bono corporativo tienen un uso de fondo establecido y comprometido que no podemos desviar y hemos sido majaderos en que ni un peso del flujo operacional recurrente de Cruzados se ha ido al proyecto estadio. Ninguno, el proyecto estadio tiene una línea de financiamiento absolutamente separada.

¿Ya está definido el nombre del estadio?

Anunciamos el contrato de *namings rights* con Claro pero, dada la fusión que ocurrió entre Claro y VTR, eso ha demorado el proceso final del anuncio del nuevo nombre que va a tener el estadio. Estamos en definición y avances con ello, porque no es solamente anunciar el nombre, sino también cuál es la imagen que va a tener el proyecto; un logotipo, un color, una *brand book*, una imagen de marca en el concepto general... Y en eso hemos estado trabajando en los últimos meses, así que confiamos en hacer ese anuncio pronto.



Por estos días se están realizando algunas pruebas con las nuevas butacas que tendrán las tribunas del estadio. Foto: Luis Sevilla.

¿Irá el nombre San Carlos de Apoquindo en alguna parte?

No, para efectos del estadio el concepto San Carlos de Apoquindo desaparece y solamente va a tener el nombre Claro con el acompañamiento de estadio, que puede ser arena, parque, park o lo que sea, pero solamente con Claro, porque eso es una situación que está absolutamente estudiada en el mundo, pues para que el *namings rights* funcione como retorno publicitario para la marca que invierte, necesariamente tiene que tener un solo nombre y no un apellido, por así decirlo.

¿Se ha conversado con algún equipo para la inauguración? En algún momento hubo un coqueteo por redes sociales con el Bayern Múnich...

Nuestra prioridad es terminar el estadio y tener más a firme la fecha para empezar a utilizarlo, con lo cual programar un partido tiene ciertas exigencias, sobre todo pensando en equipos europeos: calendarios, distancias... Eso podría hacer más complejo conseguir un rival desde Europa. Por la dificultad de las fechas de corto plazo, tal vez tendremos que buscar un rival de la región lo más atractivo posible, pensando en que la inauguración de San Carlos de Apoquindo fue River, pero interés va a haber. Hemos hablado con equipos de la región y con uno europeo, pero de manera muy informal.

¿Qué avances de seguridad va a tener el estadio?

La seguridad es una pieza angular respecto de cómo ha sido diseñado este estadio y para ello estamos en los últimos análisis. Por ejemplo, ir contratando el nuevo sistema de circuitos cerrados de televisión. Estimamos que tendrá alrededor de 150 cámaras en tres anillos: uno en el coliseo mismo, con cámaras de más de 40 megapíxeles de resolución, que van a permitir capturar fotos de altísima resolución. También vamos a contar con cámaras en todos los accesos y en las áreas de circulación interiores. La mayoría de ellas con analítica, con inteligencia artificial, que nos permita hacer una detección rápida de cualquier persona que incurra en alguna falta, además de cámaras exteriores que nos permitan controlar el perímetro de cómo se vienen acercando los flujos de personas hacia el estadio. Y estamos investigando sobre sistemas de reconocimiento facial que podamos incluso vincularlos al momento de la compra del ticket o del abono. No solo para optimizar los tiempos de entrada, sino que de alguna manera hacer una labor forense, de identificar más rápidamente a aquellas personas que cometen alguna conducta ilícita y no tener que depender de Carabineros para identificar por nombre y RUT, y así aplicar los derechos de admisión o las querrelas correspondientes. Apostamos a que sea un estadio tranquilo y seguro para venir con la familia.

¿Cómo se van a trabajar los abonos?

Llegamos a tener más de 9.300 abonados, que es una cantidad importante para el aforo que tiene el estadio. Así que sabemos que hay mucho interés por parte de los abonados de poder renovar y comprar su asiento en el nuevo estadio. Así que naturalmente, como lo hemos dicho, la prioridad la van a tener aquellos abonados que siguen hasta el día de hoy acompañándonos en Santa Laura y siendo vigentes con su asiento en el estadio, pero igual se van a ir creando progresivamente algunas ventanas de apertura de esa venta para distintos públicos: para los socios, y priorizando naturalmente a quienes han sido los más fieles durante todo este periodo.

¿Hay alguna opción de aumentar el aforo después?

Nuestro mejor promedio de asistencia en los últimos años fue de 11 mil personas. Hoy estamos construyendo un estadio para 20 mil, con lo cual el desafío es que se sostenga con altos niveles de asistencia para recién ahí preocuparnos de un posible crecimiento. En la década del 2000 se jugaba con un promedio de 5 mil y con la llegada de Cruzados se duplicó esa asistencia. El desafío es duplicar nuevamente.

Sigue en [El Deportivo](#)

Lee también:

- [Emiliano Vecchio recibe un duro castigo y Colo Colo suma dos suspendidos para el clásico ante la UC](#)
- [La movida de Jorge Sampaoli para tomar a la selección de Brasil que terminó en fracaso](#)

Más sobre: [FútbolLa Tercera PM](#) [Universidad Católica](#) [Juan Pablo Pareja](#) [Cruzados](#)