

MUNDO SPORT



EDUARDO FLORES

Director de Toque Fino -
Marketing Deportivo

LA LIBERTADORES, UNA NUEVA OPORTUNIDAD

**La final de la Copa Libertadores
-a celebrarse en Lima este 23 de
noviembre- nos da una excelente
excusa para promovernos como
destino futbolero y turístico.**

●● Luego de haber perdido la sede del Mundial de Fútbol Sub 17, así como la final de la Copa Sudamericana, por nuestros propios errores al no dar garantías suficientes a la Conmebol, hoy los hinchas sufridos del fútbol local viven una alegría, pues Lima será el escenario de la final de Copa Libertadores, el 23 de noviembre.

●● ¿Por qué Lima se quedó con la final?

●● Como ha dicho el presidente de la Conmebol, Alejandro Domínguez, fueron tres los criterios que permitieron a Lima ganarle a Barranquilla y Asunción. El primero es que debía jugarse en una ciudad sin altura para que River Plate (Argen-

tina) como Flamengo (Brasil) puedan estar en igualdad de condiciones. Luego, que tenga un buen clima, sin excesos de temperatura como Barranquilla (que puede superar los 35 grados). Por último, que tenga una buena conectividad aérea, buena capacidad hotelera y un estadio (Monumental) con una capacidad para 70 mil asistentes, 20 mil tickets más que el Nacional de Chile.

●● Como presidente de la Federación Peruana de Fútbol (FPF), Agustín Lozano ha recibido varias críticas, pero se le concede el mérito de responder rápido a la Conmebol cuando le consultaron por la disponibilidad de Lima. En menos de 24

horas, consiguió el respaldo del presidente Vizcarra para otorgar todas las garantías que Conmebol requiriera, y un acuerdo con los administradores del Monumental para tener todas las certificaciones en regla.

●● La Cámara Nacional de Turismo (Canatur) ha proyectado que el turismo convocado por este evento generará más de US\$50 millones. Creo que los superaremos. Recordemos que Conmebol debe entregar 12.500 entradas para los equipos finalistas, por lo que estamos hablando de más de 25 mil turistas extranjeros.

●● Sin embargo, entendamos que muchos turistas vendrán de Brasil y Argenti-

na sin entradas, para acompañar a sus equipos, no olvidemos que son países fanáticos del fútbol. Flamengo, por ejemplo, es el cuadro que más hinchas tiene en Brasil, con 32,5 millones.

●● Es nuestra labor como anfitriones recibirlos bien y demostrar que estamos preparados para albergar este tipo de espectáculos. Que el fútbol nos una nuevamente como sociedad y sigamos siendo la mejor hinchada del mundo.

*** Es máster en Sport Management por el Johan Cruyff Institute.**

El Comercio no necesariamente coincide con las opiniones de los articulistas que las firman, aunque siempre las respeta.