

[Link to article](#)

La Copa Mundial y su ayuda a las pequeñas empresas en Miami



Un conocido bar de La Pequeña Habana casi se quedó sin alcohol cuando el Tartan Army de Escocia marchó por la zona. En el downtown de Miami, un nuevo local de hamburguesas cerca del FIFA Fan Festival ha atraído oleadas de fanáticos hambrientos, incluso entre semana.

A medida que aficionados locales y visitantes de la Copa del Mundo toman la ciudad con la fiebre del fútbol, los negocios lo sienten de varias maneras.

Algunos se benefician mucho y otros no tanto, especialmente si sus clientes habituales se mantienen alejados, sintiéndose apretados por la algarabía.

Pero algo es seguro: más gente en las calles significa más clientes potenciales para los emprendedores del sur de la Florida.

Esta semana es la siguiente prueba para los negocios del sur de la Florida, ya que los seguidores de Noruega e Inglaterra llegan antes del duelo de cuartos de final de sus selecciones el sábado en el Hard Rock Stadium en Miami Gardens.

“La gente le llaman el juego bonito por una razón”, dijo Michaeljohn Green, director ejecutivo de la Miami Downtown Development Authority. “Para nosotros, conecta a las personas, las comunidades y la cultura”.

La organización de Green apoya el comercio en el downtown de Miami. Él cree que el FIFA Fan Festival ha impulsado la actividad en la zona, ya que la gente local baja a Bayfront Park para las watch parties.

“El comercio siempre es importante, pero la comunidad es importante”, dijo. “Lo que esto hace y sigue haciendo es conectar a la comunidad con estos negocios y viceversa. La gente se traslada desde Coconut Grove, Homestead, Hialeah y de todo el condado Miami-Dade para venir al downtown”.

La Calle Ocho de La Pequeña Habana también es un punto caliente para los turistas, y ha sido aún más popular durante la Copa del Mundo.

Ball & Chain, un bar y restaurante en la Calle Ocho, ha permanecido abierto hasta las 4:30 a.m. porque los fanáticos se niegan a irse a casa, dijo la gerente Yulissa Escobar. Ella estima que las ventas han subido más de un 50% durante la Copa del Mundo.

“En la última semana, nos hemos quedado una hora o una hora y media después de la hora de cierre”, dijo Escobar.

Escobar dijo que de los visitantes “los escoceses han sido la mejor parte de la Copa del Mundo”, por la energía con la que han pedido y se han tomado mojitos, que ella ha notado es su bebida favorita en Ball & Chain aparte de la cerveza, sobre la que no mostraron preferencia.

“Beben de todo”, dijo Escobar sobre el gusto en cerveza del Tartan Army.

Pero la fiebre del Mundial no se ha extendido a todas las zonas de la Calle Ocho, especialmente a los negocios que no venden cerveza.

“Hemos visto más o menos la misma cantidad de gente”, dijo Yamitka Torres en español.

Torres, que trabaja en la Casa del Tabaco, una tienda de cigarros en la Calle Ocho, notó que más estadounidenses compraron artículos que turistas de otras partes del mundo. “Miran, y se van”, dijo.

Al otro lado de la calle de la Casa del Tabaco, Dayamis Hernández de D&D Giftshop ha tenido una experiencia similar.

La tienda de regalos de Hernández vende souvenirs y baratijas, y ella señaló que el Tartan Army de Escocia aportó tres días de actividad de compra, pero nada más.

“Pensamos que sería mucho más”, dijo. “Vi muchos negocios que venden cerveza y les fue mejor”.

Las cifras de ventas en ambas tiendas palidecieron en comparación con los números estridentes de los establecimientos locales de comida y bebida.

El negocio ha estado en auge en Disco Donkey en el downtown de Miami. El restaurador Leo Soto no esperaba que su restaurante de hamburguesas tuviera tanto éxito en su primer mes. “Hemos tenido ventas de fin de semana entre semana”, dijo Soto, de 31 años.



Disco Donkey vende hamburguesas con giros internacionales, y han sido un éxito entre los hambrientos aficionados al fútbol que han invadido Miami durante la Copa del Mundo.

Brian Van Hook, director regional del Florida Small Business Development Center en Florida International University, dijo que el turismo generado por la Copa del Mundo ha sido bueno para muchos negocios, aunque otros aún están resentidos por una economía desafiante.

“Estamos viendo grandes impactos en términos de la desaceleración veraniega para las pequeñas empresas locales en todo el sur de la Florida, ya sea en el comercio minorista o en restaurantes”, dijo. “Hay mayores costos, las rentas han subido, los costos laborales han aumentado y hay dificultad para reclutar personal”.

