



Universidad Nacional de La Plata

Facultad de Ciencias Económicas

Tesis de Grado para la Licenciatura en Turismo

Copa América 2011

Efectos económicos y sociales en la Ciudad de La Plata.



Alumno: Rodríguez Alejandro Ezequiel Legajo: 72252/1

Director de Tesis: Mg Eduardo Díaz

Fecha de entrega: 27 de Diciembre de 2012

Agradecimientos:

A mi novia por su apoyo tanto en la realización de este trabajo como a lo largo de toda la carrera.

A mis padres por su compañía y preocupación en todo momento.

A María Justina por su buena predisposición y compañerismo.

A mi director de tesis por su colaboración esencial a largo del trabajo.

A todas aquellas personas que supieron brindarme información y respondieron las encuestas realizadas.

Índice:

Resumen.....	5
<u>Capítulo 1:</u>	
Introducción.....	7
<u>Capítulo 2:</u>	
<u>Marco Conceptual.</u>	
Turismo Urbano.....	10
Turismo de Eventos.....	12
Turismo de Eventos Deportivos.....	14
<u>Capítulo 3:</u>	
Metodología de la Investigación.....	17
<u>Capítulo 4:</u>	
<u>Ciudad de La Plata.</u>	
a) Turismo de eventos en la Ciudad de La Plata.....	20
b) Estadio Ciudad de La Plata.....	23
<u>Capítulo 5:</u> Copa América.	
Antecedentes.....	33
Copa América 2011 en Argentina.....	40
a) La Plata como sede de la Copa América	

- Preparación del evento en la Ciudad.....42
- Acciones durante el evento..... 44
- Conclusiones del evento.....45

- b) La Copa América en Otras sedes.

 - Santa Fe..... 47
 - Córdoba.....48
 - Mendoza.....50
 - Jujuy.....52
 - San Juan.....53
 - Salta.....53

- Capítulo 6:**
- Resultados de la Investigación.....55
- Encuesta 1..... 56
- Encuesta 2..... 67
- Encuesta 3.....76
- Encuesta 4..... 80

- Conclusiones.....84**

- Recomendaciones..... 86**

- Bibliografía.....87**

- Anexos.....93**

Resumen:

La presente tesis consta de seis capítulos en los que se desarrollan las siguientes temáticas:

Capítulo 1: Introducción:

En esta se busca insertar al lector en la temática a analizar, a partir del planteo del tema motivo de estudio a lo largo de la tesis y la forma en que se llevo adelante la investigación.

Capítulo 2: Marco Conceptual

En este capítulo se desarrollará en primer lugar el termino Turismo Urbano, para luego analizar la tipología dentro de este que se relaciona con el tema de estudio, el Turismo de Eventos y mas precisamente el Turismo de Eventos Deportivos, permitiendo completar el marco conceptual del análisis.

Capítulo 3 : Metodología de la Investigación:

En este capitulo se expondrá la metodología utilizada para llevar adelante la investigación tema de estudio.

Capítulo 4: Ciudad de La Plata

En este capitulo se analiza a la Ciudad de La Plata como sede del Turismo de eventos y la utilización del Estadio Único Ciudad de La Plata como principal centro de afluencia de los mismos, debido a su capacidad e infraestructura. Para esto se analizó la historia del mismo.

Capítulo 5: Copa América

En este capitulo se desarrollan, en primera instancia dos puntos, la historia de la Copa América y el desarrollo de la Copa América 2011 en la Argentina. A partir del estudio de la Ciudad de La Plata como sede del evento. Posteriormente, a modo de comparación, se presentará la forma en que fue llevado a cabo el evento en las demás sedes del país.

Capítulo 6: Resultado de la Investigación:

En este capítulo se expone el análisis de las encuestas realizadas, utilizando fuentes primarias a través de un relevamientos personal, y fuentes secundarias, a partir de diferentes relevamientos llevados a cabo por la Secretaría de Turismo de la Provincia y la Dirección de Estadísticas de la Provincia de Buenos Aires. Con estos datos, a fin de poder demostrar los impactos del evento en la Ciudad de La Plata, se calculó el Gato total de los turistas y la incidencia del mismo en el PBG anual de la Ciudad.

Conclusiones y Recomendaciones:

En este capítulo se desarrollarán las conclusiones de la investigación a partir de los datos relevados y el estudio teórico realizado. A la vez que con dichos datos se detallarán algunas recomendaciones personales sobre el tema en cuestión.

Capítulo 1:

Introducción:

La realización de eventos en las ciudades se considera como un factor de gran importancia para el desarrollo económico, social y turístico de los centros urbanos (Knafou, 2007).

De esta manera, los eventos no son solo meros productos turísticos, sino que también pueden llegar a configurar un verdadero fenómeno social, capaz de reunir a una gran cantidad de personas de diferentes culturas, atraídas por un mismo fin en común. (Silvers, 2006).

Además, los eventos dan la posibilidad de crear, promover y estructurar un lugar como destino turístico, mejorando su imagen a un nivel superlativo y haciéndola visible a los ojos de gran cantidad de personas de diferentes partes del mundo. Esto permite que un sitio se vuelva mucho más competitivo, ampliando el flujo de turistas receptivos y ampliando considerablemente su oferta. De este modo, lo que se busca es transformar al evento deportivo en una experiencia turística en el corto plazo, y a la vez, transformar a la región anfitriona en un destino turístico en el largo plazo. (Guía Planeación Turismo Deportivo México, 2004).

Según el Ranking de Ciudades que elabora en forma anual la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), la ciudad de La Plata en el año 2011 se posicionó en el lugar número 234 dentro del listado mundial y en el puesto número 61 en Latinoamérica, llevando a cabo la organización de un total de 8 eventos. Es así que en la ciudad se efectuó el 24 % de los eventos realizados en la Provincia de Buenos Aires durante aquel año. (Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires).

Sin lugar a dudas, uno de los eventos internacionales más trascendentes fue la realización de la Copa América, el torneo de selecciones nacionales de fútbol más importante del continente americano. Allí la ciudad de La Plata, mediante el Estadio Único, fue la sede principal del evento, recibiendo un gran flujo de visitantes de todo el continente.

En el presente trabajo de tesis, se buscará indagar acerca de los efectos económicos y sociales que arrojó la Copa América en la ciudad de La Plata, teniendo en cuenta el impacto turístico generado en aquellos días.

Para dicho estudio, se tendrá en cuenta la visión del sector público, como también las diferentes apreciaciones desde el ámbito privado, para poder conocer el alcance de las acciones implementadas por los diferentes actores del ámbito turístico de la ciudad en relación a la Copa América y dar respuesta a los siguientes objetivos específicos:

- Analizar el rol del Estado en la organización del evento.
- Conocer cómo fue la colaboración entre las autoridades provinciales y municipales.
- Estudiar el rol de los actores privados ligados al turismo durante el evento.
- Averiguar si existieron convenios entre los diferentes sectores para el desarrollo del evento e indagar cómo fueron desarrollados y los impactos que causaron.
- Conocer los Costos en los que incurrieron los organizadores de la Copa América en La Plata.
- Conocer de qué manera se presentaron los recursos patrimoniales de la ciudad a los visitantes.
- Averiguar las opiniones de los agentes públicos y privados una vez finalizado el evento, y ver en qué medida fueron cumplidas sus expectativas.

Para el cumplimiento de los objetivos propuestos, en primer lugar se realizará una búsqueda de información específica, a través de fuentes primarias (la información recogida en el estudio), secundarias (investigaciones anteriores relacionadas al tema) y bibliografía pertinente.

En tanto que la metodología del trabajo se fundamentará en un análisis costo-beneficio (ACB) complementado con el análisis input-output (AIO). (Ramírez Hurtado 2007).

Capítulo 2 :

Marco Conceptual

En este capítulo, se desarrollará el concepto de Turismo Urbano, y dentro de este, se procederá a desglosar las definiciones del turismo de eventos, para luego centrarnos en el turismo de eventos deportivos.

Turismo Urbano

A partir de la década del ochenta, el turismo urbano empieza a ser estudiado como un fenómeno dentro de la actividad turística. (Nova Castillo 2006). Esto se da a partir de que las grandes ciudades vieron en la actividad turística una oportunidad de desarrollo y crecimiento, ante el contexto desfavorable de las actividades económicas tradicionales, caracterizadas por la crisis y el desempleo. (Law 1993).

De todas maneras, desde siempre han existido ciudades que captaron el interés del mundo entero, debido a sus atractivos o por su papel en la evolución de las sociedades modernas. Un ejemplo de esto es el caso del turismo llevado a cabo en las grandes capitales y centros urbanos en los siglos XVI y XVII, conocido como “Le Grand Tour”, donde las ciudades eran recorridas por los turistas como centros de interés. (Nova Castillo 2006).

El crecimiento de este tipo de turismo se debió al aumento de los viajes de corta duración, el interés cada vez mayor por parte de los visitantes en el patrimonio y la cultura, la regeneración del paisaje urbano, la fragmentación de las vacaciones, el avance de nuevas tecnologías y la mejora en los niveles educativos de las poblaciones. La mayoría de estos cambios no son exclusivos del turismo urbano, sino que responden a los nuevos hábitos y comportamientos de la demanda turística en general, pero el turismo urbano tiene un potencial particular que responde a la gran cantidad de atracciones, infraestructura y servicios con que cuentan las grandes ciudades, generando un verdadero valor agregado en el producto ofrecido. (Nova Castillo 2006). Estos factores llevaron a que en el año 2000 la Comisión Europea reconociera al turismo urbano co-

mo una herramienta importante para la rehabilitación y puesta en valor de los centros históricos de las ciudades. (Comisión Europea 2000).

Para esto las ciudades han buscado fortalecer su oferta turística, mejorando la formación y capacitación de recursos humanos, tanto en Centros Universitarios como en Centros de Altos Estudios, buscando concientizar a la población receptora acerca de la importancia del desarrollo medioambiental y la mejora en cuanto a la infraestructura, teniendo en cuenta cuestiones de accesibilidad y la ampliación y diversificación de la oferta turística. (Marchena 1995).

Las ciudades se encargan, por lo tanto, de incrementar la disponibilidad en el transporte, mejorar los accesos y redes de comunicación, fomentar la promoción de eventos y acontecimientos e incorporar una amplia oferta en cuanto a gastronomía, espectáculos y exposiciones de arte. A la vez que se establecen oficinas de atención al turista con información actualizada y personal capacitado, y se desarrolla una señalética clara para la óptima orientación de los visitantes. (Nova Castillo 2006).

En la actualidad este fenómeno ha permitido que el turismo urbano no solo se desarrolle en las grandes urbes, sino que también abarque a aquellas ciudades cosmopolitas que han sabido planificar y estructurar de forma adecuada sus atractivos, equipamiento e instalaciones. También en determinados casos incluye a diferentes corredores turísticos, que permiten la conformación de un conjunto de ciudades que se unen presentando una oferta turística mucho más atractiva y diversa, desarrollando un plan y objetivos en común para sacar más provecho de su potencial turístico. (Nova Castillo 2006). Un ejemplo sobre esta cuestión es el continuo urbano que conforma un arco y comprende las principales aglomeraciones urbanas europeas como Londres, París, Milán y el núcleo de producción de Renania o las ciudades del eje metropolitano del Mediterráneo. (De Elizagarate 2003).

Resulta importante resaltar, que tanto turistas como residentes comparten un espacio en común, la ciudad, en donde los diferentes servicios y entretenimientos no solo deben estar al servicio de la oferta turística, sino que también deben beneficiar a la población local, evitando generar dificultades para los habitantes al sobrepasar por ejemplo el límite en la capacidad de carga del lugar. (Pearce, D. 1995).

Las diferentes tipologías de turismo urbano se encuentran vinculadas con el segmento de turistas que concurren a determinada ciudad, y las diferentes actividades que allí puedan realizarse, de todas formas estas caracterizaciones no se dan independientemente, sino que por lo general suelen combinarse entre sí. Dentro de estas pueden delinearse tres tipologías, el turismo de tipo cultural, en el que se desarrollan actividades tales como la visita a monumentos, museos y exposiciones, con turistas de un nivel cultural medio-alto, que buscan enriquecer sus conocimientos a través del turismo de congresos, el turismo de eventos, donde el turista viaja hasta allí para capacitarse en algún aspecto relacionado con su profesión con un nivel económico y cultural alto, considerado en la actualidad el tipo de turismo urbano con mayor desarrollo y por último el turismo de ocio y recreación, donde el turista concurre a la ciudad para realizar actividades recreativas, visitando parques temáticos, obras de teatro y conciertos, a la vez que puede realizar compras. (Botero Jaramillo y otros 2006).

Turismo de eventos

Los eventos son definidos como acontecimientos especiales, que se desarrollan en un momento determinado, buscando satisfacer ciertas necesidades específicas. Es por esto que todos los eventos son únicos, lo que les da un valor agregado en cuanto a su importancia. Por lo tanto, para que los eventos puedan llevarse adelante, deberá existir un proceso de planificación y organización, que permitan alcanzar los objetivos esperados. (Goldblatt 1997).

Cuando las autoridades de las ciudades deciden realizar eventos como producto turístico, suelen tener por objeto aumentar las visitas, desarrollar la economía y posicionar la imagen del destino como turístico. (Stokes y Jago, 2007).

Por tanto, la realización de eventos en las ciudades es considerada como uno de los instrumentos fundamentales en el desarrollo económico, social y turístico de los centros urbanos. Debido a que la creación de los diferentes eventos no sólo es una forma de generar la imagen moderna de la ciudad, sino que también permite al turista ser partícipe de ésta durante la estadía. De esta manera se produce el redescubrimiento del patrimonio, donde la visita a las ciudades, a partir de su riqueza patrimonial y humana, no tiene una única lectura, sino que se alimenta de visiones inagotables, con diferentes interpretaciones y percepciones. Por otro lado, la ciudad contemporánea

sobrepasa a la ciudad histórica y promueve grandes realizaciones arquitectónicas y urbanísticas modernas de referencia. (Knafou, 2007).

Por otro lado, el turismo de eventos resulta una herramienta útil al momento de romper con la estacionalidad del destino, generando empleo durante todo el año e incrementando las visitas a la ciudad. También resulta importante la posibilidad que tienen algunos eventos de ser transmitidos a través de medios de comunicación de distintas partes del mundo, posibilitando la promoción del sitio de manera masiva, reflejando los principales atractivos y el potencial turístico del lugar. (Ritchie, 2000).

Entonces, al desarrollar un evento como producto turístico se debe tomar en cuenta que los mismos poseen determinadas características, tales como la intangibilidad de los mismos, la demanda heterogénea que puede poseer cada uno de ellos y el hecho mencionado al comienzo de que cada evento es único, con características propias y singulares que los diferencian de cualquier otro. (Getz, 1989):

El proceso de planificación y organización de los eventos debe tomar en cuenta, por lo tanto, las motivaciones de los asistentes y el comportamiento de la demanda, de modo de conocer mejor al turista, sus necesidades y hábitos, a fin crear productos adecuados a éstos y así llevar a cabo una pertinente estrategia de marketing. (Kay, 2003). Entre las principales motivaciones que llevan a un individuo a participar de un evento se encuentran la búsqueda de nuevas experiencias, el deseo de conocer gente con sus mismos intereses, mejorar su imagen, descansar y obtener nuevos conocimientos. (Crompton, McKay, 1997).

Al momento de medir el efecto de los eventos en la localidad anfitriona, no solo deben tomarse en cuenta el rendimiento del multiplicador sobre la economía y su aporte a la economía local, sino también el impacto social, cultural y medioambiental de los mismos, de modo de poder obtener un análisis completo. Estos factores suelen ser intangibles, por lo que resulta de importancia tomar en cuenta las percepciones de los residentes sobre los mismos. (Burgan y Mules, 2000).

Es por estos motivos que los eventos no deben ser considerados solo como producto turístico, ya que también pueden caracterizarse como un fenómeno social, debido a que reflejan a una determinada sociedad o cultura. De esta manera, son un canal de

comunicación y de encuentro de personas de diferentes culturas y costumbres, unidas a través de un mismo acontecimiento. (Silvers, 2006).

Por lo tanto, los eventos son una herramienta útil en el desarrollo regional, siempre y cuando se incluya a la comunidad receptora en la planificación y organización, para que la experiencia se desarrolle en su máxima expresión. El sector público debe entonces plantear políticas sociales que permitan, a través de la educación, obtener sustentabilidad para así cumplir con los objetivos previamente planteados, posibilitando que el evento sea lo más exitoso posible. (Moscarda, 2008).

Turismo de eventos deportivos

El turismo de eventos deportivos es definido como “aquellos desplazamientos realizados por razones recreativas, para participar u observar actividades deportivas fuera del lugar de residencia habitual. (Hall, 1992). Por lo tanto, el turismo de eventos deportivos, se relaciona con las competiciones deportivas que atraen a un número importante de personas a un determinado lugar con el fin de presenciar o participar de un espectáculo. (Delpy, 2003).

Es así que desde los tiempos de la antigua Grecia, el deporte es una herramienta muy importante para mover personas en torno a un determinado evento, vislumbrándose un paralelo muy evidente entre lo que es el deporte, los eventos y la actividad turística. Esto provoca que una gran cantidad de regiones se nutran de los eventos deportivos para su desarrollo turístico, aprovechando la llegada de visitantes a partir de un evento determinado. (Santanna Bahia y Ávila, 2010).

Esta tipología viene cobrando importancia en los últimos años, a partir de un acuerdo de cooperación entre el Comité Olímpico Internacional (COI) y la Organización Mundial del Turismo (OMT), celebrado a fines de 1999. En dicho acuerdo se deja plasmada de manera explícita la innegable relación que liga al turismo con el deporte. (Latiesa y Paniza 2006). La Organización Mundial del Turismo (OMT), por lo tanto, le asigna una gran importancia a los eventos deportivos como herramienta para el desarrollo turístico, afirmando que “los grandes acontecimientos deportivos han de ser concebidos y

planificados como grandes acontecimientos turísticos”. Estos acontecimientos, a la vez, sirven para formar y consolidar la imagen de un destino, para su posterior desarrollo turístico.

A lo largo del tiempo se llevaron adelante diferentes acciones relacionadas con esta temática como el primer Congreso Mundial de Turismo Deportivo (Israel 1886), la aparición del Journal of Tourism Sports (1993) y la 1º Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo, realizada en Barcelona en el mes de febrero del año 2001. Allí, el COI y la OMT, dejan plasmada una vía de cooperación mutua, que en los últimos años se ha incrementado de forma notoria a nivel nacional e internacional. (Standeven & De Knop, 1999; Higham & Hich, 1999) y (Latiesa y otros, 2001). Entre las conclusiones de esta conferencia, se pueden mencionar las siguientes, el deporte comienza a ser un factor importante en la oferta de diferentes regiones, los deportistas profesionales representan un nuevo segmento turístico en crecimiento, los eventos deportivos de envergadura pueden ser utilizados como una forma de promoción de un determinado destino, los jóvenes continuamente buscan nuevas formas de turismo que al ser asociadas con el deporte pueden llegar a popularizar determinada plaza, el mercado cambia continuamente, las actividades de turismo-deporte se realizarán tanto en escenarios naturales como artificiales, surgen nuevas empresas especializadas en turismo deportivo con una amplia propuesta de servicios y experiencias, todo esto será posible siempre y cuando los sectores públicos y privados trabajen conjuntamente por un mismo objetivo en armonía con las comunidades locales. (Latiesa y Paniza 2006)

Asimismo, los eventos deportivos ofrecen la oportunidad para crear, promover y estructurar un lugar como destino turístico, volviéndose más competitivo al diversificar su oferta y atraer un flujo de turistas mucho más significativo. De este modo, lo que se busca es transformar al evento deportivo en una experiencia turística en el corto plazo, y a la vez, transformar a la región anfitriona en un destino turístico en el largo plazo. (Guía Planeación Turismo Deportivo México, 2004).

Esto se debe a que los eventos son capaces de convocar a varios segmentos de turistas, que incluyen a los espectadores, participantes, dirigentes deportivos y representantes de los medios de comunicación, lo que lleva a que el sitio anfitrión pueda ampliar o consolidar su imagen como destino turístico. (Getz, 2003). Por lo tanto debe ser lo suficientemente atractivo para todos los turistas que concurren al destino, de modo

que sea elegido por sobre otros. (Latiesa y Paniza 2006). Debido a que la cantidad de espectadores es ampliamente superior al número de deportistas. (Getz, 1998).

Estos objetivos se consiguen por medio de la planificación, donde las partes organizadoras tanto públicas como privadas, municipales, provinciales y nacionales, llevan a cabo medidas que sustenten los eventos deportivos para que la región y la comunidad se beneficien considerablemente a partir de mejoras en la infraestructura, en los servicios brindados, en equipamientos deportivos, y por qué no en cuanto al sentimiento de pertenencia de sus habitantes. A la vez que se obtienen beneficios económicos y sociales dentro de la población. (Guía Planeación Turismo Deportivo) (Getz, 2003).

Uno de los ejemplos más relevantes de este fenómeno es el de los Juegos Olímpicos de Barcelona 1992, en donde dicho evento terminó catalogando a la ciudad catalana como uno de los destinos urbanos más importantes de toda Europa. Fue entonces, gracias a los Juegos Olímpicos, que ésta ciudad pudo ser conocida masivamente por personas de todo el mundo. (Incidencia Económica de los Eventos Deportivos, Antioquia, 2004).

Capítulo 3:

Metodología de la Investigación:

Como ya se ha mencionado, el método utilizado para medir los impactos socioeconómicos derivados de la celebración de la Copa América en la Ciudad de La Plata será el ACB. (Ramírez Hurtado 2007).

El estudio se centrará en el cálculo del ratio costo-beneficio, base esencial del ACB.

Las categorías de costos a identificar serán por lo tanto:

- a) Inversiones en infraestructuras deportivas: construcción de nuevas instalaciones deportivas y/o adaptación y ampliación de las ya existentes.
- b) Costes de organización: gastos en sueldos y salarios, seguridad, publicidad, actos culturales y promocionales, etc.
- c) Gastos de mantenimiento de las infraestructuras deportivas: conservación, limpieza, etc.
- d) Inversiones en otras infraestructuras: construcción y modernización de las redes de comunicación y transporte, instalaciones hoteleras, sanitarias, etc.

Las categorías de beneficios son:

- a) Ingresos directos: ingresos de mercado obtenidos de la organización del evento en cuestión.
- b) Efectos económicos inducidos: impactos positivos generados principalmente por las inversiones en nuevas infraestructuras e ingresos por turismo. Para estos se utilizará el método AIO. Este método cuantifica los efectos económicos inducidos sobre la producción y el empleo, a partir de un incremento unitario en la demanda final de bienes y servicios, además de los generados por éstos en toda la economía. Se trata entonces, de una herramienta útil al momento de evaluar los impactos económicos a nivel local de la organización de eventos deportivos, aunque en la mayoría de los casos esta información no esté disponible.

c) Efectos externos: beneficios no canalizados a través del mercado, que revierten generalmente en los residentes de la localidad organizadora del evento, sin existir la posibilidad de determinación de un precio por su disfrute ni tampoco la de exclusión del disfrute de los mismos.

Para la obtención de los datos planteados anteriormente, se utilizarán encuestas dirigidas a diferentes representantes de la oferta turística de la ciudad de La Plata como hoteles, restaurantes, agencias de viajes, entre otros. Estas contarán con preguntas cerradas y abiertas.

Las encuestas serán de tipo aleatorias y se tomarán dos muestras, una para Restaurantes y otra para Hoteles y Hostels.

Para el relevamiento de los Restaurantes, se selecciono una población compuesta por La Modelo, Frawens, La Trattoria, Wilkenny, Eva, Bolivar, Runnies, Nativo, Carlitos, Fosters 54, Me Piace y Thionis, ya que se encuentran en la zona del Eje Fundacional de la Ciudad y están cercanos a los principales atractivos turísticos de la ciudad, tales como el Teatro Argentino, la Catedral, el Teatro Coliseo, la Plaza Moreno y el paseo del Bosque, entre otros. A la vez que fueron promocionados en los folletos de la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires y la Municipalidad de La Plata, los que se entregaron a los asistentes al evento en las inmediaciones del Estadio Único y en la carpa de la Plaza Moreno. Por lo tanto se determinó una muestra de 6 por ser la media de la población seleccionada.

Para el caso de los hoteles, se tomó una población de 14 establecimientos, 11 hoteles de tres estrellas o más y 3 Hostels. Estos se encontraban publicados en la página de la Municipalidad de La Plata al momento del evento. Dicha población está compuesta por Hotel Corregidor, Hotel Argentino, Hotel del Rey, Hotel del Sol, San Marco Hotel, Benevento, Hotel Catedral, Hotel La Plata, Cristal, Acuaris y Vía 51 Apart Hotel, Hostel del Bosque, Hostel Frankville y Hostel La Plata. Por lo que se determinó una muestra de 7 por ser la media de Hoteles y Hostels seleccionados.

Por otra parte se llevarán a cabo entrevistas dirigidas a los diferentes actores del sector público involucrados en la cuestión, tanto del ámbito provincial como municipal.

Se tratará a la vez de indagar en los principales atractivos del casco urbano y en el bus turístico de nuestra ciudad, si hubo mayor concurrencia de visitantes durante el evento.

Así como también consultar, de existir, las estadísticas de la Dirección de Turismo de La Plata y/o de la Secretaria de Turismo de la Provincia de Buenos Aires sobre el número de visitantes que asistieron al evento, a la vez que se buscará obtener datos sobre el gasto turístico que puedan haber recopilado los prestadores de servicios turísticos.

Los resultados de la investigación serán expuestos a través de tablas y datos empíricos.

Capítulo 4:

Ciudad de La Plata:

En el presente capítulo, se detallarán las características de la Ciudad de La Plata como organizadora de eventos, y se hará un recorrido por la historia del Estadio Único Ciudad de La Plata, ya que se presenta como el escenario de grandes eventos multitudinarios celebrados en la capital provincial.

Turismo de eventos en la Ciudad de La Plata:

Desde hace algunos años, la ciudad de La Plata busca posicionarse como uno de los destinos urbanos más importantes de la Provincia de Buenos Aires en materia turística. Todas las acciones que tienen como objetivo dicho deseo, son planificadas a través de los organismos locales encargados de la difusión, promoción y planificación turística en la Ciudad, tanto del ámbito del sector público como privado, siendo estos, la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, la Dirección de Turismo Municipal, dependiente de la Secretaría de Modernización y desarrollo Económico, el Ente Municipal para la Actividad Turística (EMATUR), la Cámara de Turismo Regional de La Plata, la Asociación de Agencias de Viajes y Turismo y la Asociación Empresaria, Hotelera y Gastronómica de La Plata (Sitio Municipalidad de La Plata www.laplata.gov.ar – Sitio Secretaria de Turismo de la Provincia de Buenos Aires www.turismo.gba.gov.ar) (Diario El Día, 27 de Marzo 2007).

A partir de la reinauguración del Estadio Único Ciudad de La Plata, se comenzó a perfilar a la ciudad como centro sede de eventos, congresos y espectáculos, por lo que se la incluyó en el Programa Provincial de Turismo de Reuniones, que busca posicionar a distintos centros urbanos de la provincia de Buenos Aires dentro de esta categoría. Por su parte el presidente de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, aseguró durante una visita a la ciudad, que la misma tiene un gran potencial como centro de turismo de reuniones, ya que posee bellezas naturales y una gran riqueza cultural, junto con una infraestructura en constante crecimiento. Además, en el año 2011, La Plata ingresó por primera vez al ranking de ciudades sedes de eventos, ubicándose en el puesto 51 en Latinoamérica. (Diario El Día, 4 de Noviembre de 2011).

En relación a este hecho las autoridades municipales han mostrado un gran interés en aumentar la oferta de plazas hoteleras, para cubrir la capacidad de alojamiento que demandan los espectáculos y eventos masivos que se han llevado adelante, sobre todo en el Estadio Único. Para esto, se está llevando a cabo la construcción de varios hoteles de alta gama, a través de convenios con cadenas de gran prestigio y trayectoria internacional. (Diario El Día, 24 de febrero 2011).

Estos emprendimientos son:

- El Hotel "**Howard Johnson cuatro estrellas superior**" que se situará en la zona de Olmos. Con unas 100 habitaciones, un centro de convenciones con capacidad para 320 personas, con los requerimientos internacionales en cuanto a equipamiento y seguridad, un moderno spa, un importante restaurante, una cancha de tenis y considerables espacios verdes, con un total 7.000 metros cuadrados, desarrollados en tres plantas. Inversión estimada 33 millones de pesos.
- El Hotel situado en la calle 51 entre 9 y 10, sobre una superficie de 10.000 metros cuadrados, que albergarán a 96 habitaciones y 150 cocheras subterráneas. Además, el complejo estará equipado con salones multipropósito, restaurantes, sauna y piscina, estimándose una inversión de 50 millones de pesos.
- El complejo "**Sheraton – Building Square**", que se ubicará en la esquina de 14 y 44, con una calificación de 5 estrellas. Este hotel contará con 230 habitaciones que estarán distribuidas en dos torres de 14 pisos cada una, y la inversión estimada para llevar adelante este proyecto es mayor a los 33 millones de dólares, demandando alrededor de cuatro años de trabajo.
- El Hotel de 5 estrellas "**Abes Argoth**", en la calle 56 entre 1 y 2, que contará en sus 14.163 metros cuadrados con 4 niveles de subsuelos con 81 cocheras, y 13 niveles de alto con 133 habitaciones, 3 espacios gastronómicos, auditorios, suites presidenciales, spa y pileta climatizada, entre otras comodidades. La inversión está estimada en unos 100 millones de pesos.
- El Hotel "**Dazzler Tower La Plata Hotel**". Emprendimiento proyectado como de 4 estrellas en la calle 6 entre 43 y 44. Destinado casi exclusivamente a turistas de negocios, la inversión estimada es de 50 millones de pesos, y la obra, se-

gún sus responsables, estaría terminada en el mes de agosto del año 2015. (Diario El Día, 15 de Septiembre de 2012).

Mientras se construyen estos hoteles, la Municipalidad posee un registro de casas particulares, para que las personas que quisieran alojar visitantes se anoten, de modo de hospedar a aquellos que no hubieran encontrado lugar en las plazas hoteleras tradicionales. Este registro se llevó adelante para el recital de U2 en el año 2011 y otro tipo de eventos como la Copa América o los recitales que se llevaron a cabo en la segunda mitad del año 2011. (Diario El Día, 24 de febrero de 2011)

Resulta importante destacar que en el en el año 2011, dentro del marco de las políticas turísticas para la ciudad de La Plata, se planteó la posibilidad que la ciudad sea sede para albergar a los Juegos Panamericanos del año 2019. Esta idea había sido impulsada desde el gobierno de la Provincia de Buenos Aires, en un trabajo en conjunto con la Municipalidad de La Plata, como proyecto para jerarquizar a la Capital de la Provincia como uno de los centros de atracción más importantes de la región. De hecho, ambos gobiernos dieron a conocer el comienzo de obras proyectadas que iban a ayudar a que la ciudad pueda ser anfitriona de un evento de tanta importancia dentro del continente americano. Para llevar a cabo este evento, desde el Concejo Deliberante se pensó en la opción de crear un órgano que se encargue específicamente de la cuestión en cuanto a equipamiento, infraestructura, transporte y la administración de subsidios y donaciones para el proyecto, integrado por miembros del Ejecutivo Municipal, la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Colegios Profesionales y Entidades Deportivas. (Diario El Día 30 de Diciembre de 2011). Sin embargo, el día 30 de mayo de 2012, el Comité Olímpico Argentino dio a conocer de manera oficial, que La Plata no estará entre las ciudades argentinas candidatas a organizar los Juegos Panamericanos 2019. Esto se debió a que la ciudad no realizó en tiempo y forma la presentación del manual de postulación, informe que detalla en forma exhaustiva los recursos que va a utilizar la ciudad en cuanto a servicios, equipamiento e infraestructura y los medios con los que va a contar para llevar adelante la viabilidad del proyecto. (Diario El Día, 30 de Mayo de.2012).

Estadio Ciudad de La Plata:

La construcción del Estadio Ciudad de La Plata, se presentó a los habitantes de la ciudad como una verdadera oportunidad para mejorar el patrimonio arquitectónico y cultural, expandir el potencial económico de la región, y también, para tratar de sanear la degradación que sufrió a lo largo de los años el Paseo del Bosque.

La proyección del estadio comenzó a surgir en el año 1947, cuando el entonces Gobernador de la Provincia de Buenos Aires, Domingo Mercante, expropió el predio de 25 y 32 para la creación de un complejo deportivo denominado “Complejo Deportivo La Plata”. De ese modo, se avanzó en la idea de la creación de un estadio de fútbol que pueda ser compartido por los principales equipos de fútbol de la Ciudad. Sin embargo, el proyecto nunca llegó a concretarse, y el sitio pasó a conocerse como el “Estadio Provincial”, y un tiempo después como el “Centro de Educación Física N° 2”.

Luego, en el año 1972, se llevó adelante el Concurso Nacional de Anteproyectos “Estadio Único de La Plata”, lo que derivó en la chance de que la ciudad de La Plata pueda ser una de las subsedes de la Copa del Mundo de 1978 realizada en la República Argentina. Ésta iniciativa tuvo un gran avance, ya que se llamó a concurso de planos, entregándose el premio al proyecto presentado por el equipo de arquitectos de Antoni-ni, Schon, Zemborain y Asociados. También se escogió el terreno, pero sin embargo la rivalidad entre los clubes de la Ciudad pudo más, por lo que las autoridades nacionales decidieron declarar la inviabilidad del proyecto, decretando su posterior suspensión en el año 1974.

Más tarde, el proyecto fue retomado durante la gobernación de Ibérico Saint Jean con algunas modificaciones. Pero nuevamente la idea no tomó fuerza y los planos terminaron siendo utilizados para la remodelación del estadio de la ciudad de Mar del Plata, el cual fue una de las subsedes de la Copa del Mundo de 1978 realizada en la Argentina.

Una nueva iniciativa cobró fuerza en el año 1979, pensándose en el Centenario de la Ciudad de la Plata a celebrarse en el año 1982, al crearse por parte del Estado una sociedad llamada “Centenario Platense”. Ésta fundación, promovía entre sus objetivos la creación de un estadio deportivo que pueda ser utilizado por las instituciones loca-

les. En aquel año, el diario local "El Día", en un artículo del miércoles 25 de abril de 1979 titulado "Una idea reflatada. El estadio único de La Plata", retrataba el entusiasmo de las autoridades locales y provinciales por reactivar la idea frustrada hace unos años atrás. Pero, sin embargo, la década del ochenta transcurrió sin grandes novedades acerca de la realización del anunciado proyecto hasta principios de la década siguiente.

En el mes de diciembre de 1990, según palabras del por entonces presidente del Club Gimnasia y Esgrima de La Plata, Roberto Vicente, el Gobernador de la Provincia de Buenos Aires, Antonio Cafiero, convoca al titular de la institución albiazul, y a su par del club Estudiantes de La Plata, el contador Ignacio Ercoli, a una reunión para plantearles el deseo de que la capital de la provincia tuviera un estadio acorde a las dos instituciones que jugaban en la primera división del fútbol argentino.

Es así, que se impulsó una carta intención, firmada por el Gobernador de la Provincia de Buenos Aires, y por el entonces intendente de la ciudad de La Plata, Pablo Pinto, en la que la Provincia transfiere a la Comuna los terrenos del ex Estadio Provincial (Centro de Educación Física Nº 2, ubicado en la calle 31 entre 21 y 25). Por otra parte, el Ejecutivo enviaría un proyecto de ley, en donde se apruebe la construcción del estadio. De este modo, se anuncia la formación de "una persona civil a crear con la participación de los dos clubes" (luego denominada Fundación Estadio Ciudad de La Plata), y se indica que el estadio será financiado con "los recursos económicos generados a través de la venta anticipada de palcos, plateas, publicidad y otras concesiones".

De esta manera, se fue avanzando en la organización, detallando que la futura Fundación encargada de administrar y explotar los beneficios del Estadio, no iba a estar formada por dirigentes de las dos instituciones platenses, sino por "conspicuos allegados, preferentemente hombres de empresa". El diario "El Día" en su edición del 7 de abril del año 1991, en una nota titulada "Cafiero, con Ercoli y Vicente dan impulso al Estadio Único", ilustró algunos detalles de la obra, manifestando que los representantes de los clubes y el por entonces Presidente de la Cámara de Comercio e Industria de La Plata, Norberto "Coco" Sánchez, propusieron que la financiación y el impulso del proyecto se llevarían adelante a través de la recaudación de un juego de Bingo de la ciudad de La Plata, obteniendo el visto bueno por parte del Gobernador de la provincia de Buenos Aires sobre ésta cuestión. En el mismo artículo, se menciona que los involucrados

coincidieron en que el costo de un estadio de esa naturaleza, se estimaría entre unos 5 o 6 millones de dólares.

El día 12 de noviembre de 1991, el Poder Ejecutivo provincial envió a la Legislatura un proyecto de ley referido a la cesión de las tierras del predio del Centro de Educación Física Nº 2, para la construcción del Estadio Único. Un mes y medio más tarde (el 19 de diciembre del año 1991), la Ley 11.188 fue aprobada y promulgada el 10 de enero de 1992. Además, se daba a conocer que, de llegar a concretarse la obra, el estadio tendría una capacidad de espectadores cercana a las 40.000 personas.

A partir de dicha Ley, los clubes platenses forman el día 21 de abril de 1992 la “Fundación Estadio Ciudad de La Plata”, que tenía como fin la construcción y administración del estadio. El ente contaría con un Consejo de Administración de diez miembros integrado por representantes de ambos clubes, quienes llevarían a cabo su tarea ad-honorem, alternando sus miembros anualmente. Por otra parte, la Dirección Provincial de Lotería, le otorgó a la fundación una participación en las ganancias dejadas por el juego denominado “Lotería Familiar” o “Bingo” de la ciudad de La Plata. (Revista Gimnasia, 3 de junio de 1997).

Con el impulso de la promulgación de la Ley y el apoyo de los Colegios Profesionales de Ingeniería y Arquitectos de la región, la Fundación decide llamar a un Concurso Nacional de Anteproyectos para la construcción del estadio, respetando las normas reglamentarias instrumentadas por la Federación Internacional de Asociaciones de Fútbol (FIFA) y la Asociación del Fútbol Argentino (AFA).

En el mes de agosto del año 1992, la Fundación Estadio Ciudad de La Plata, instala su sede en la calle 12 Nº 636, y comienza las tratativas para diagramar un proyecto de construcción para el Estadio. Es así, que el día 15 de diciembre de ese mismo año, se produjo la apertura del Concurso Nacional de Anteproyectos en el Salón de Acuerdos de la Casa de Gobiernos, con la presencia del por entonces Gobernador de la provincia de Buenos Aires, Eduardo Duhalde y del Intendente de la ciudad de La Plata, Julio Alak, entre otras autoridades destacadas.

Según el arquitecto Hugo Fontana, por entonces presidente del Colegio de Arquitectos del Distrito 1 de La Plata, el concurso “superó holgadamente las expectativas”, y lo

definió como “el más importante concurso nacional realizado en la ciudad de La Plata desde que se convocara para la construcción del Teatro Argentino”, ya que al cierre del certamen, el día 31 de marzo de 1993, se vendieron 162 bases y se presentaron 79 anteproyectos.

Finalmente, el 26 de abril de 1993, en la sede de la Caja de Profesionales de Ingeniería, un jurado integrado por 5 miembros decidió nombrar como ganador al anteproyecto presentado por el arquitecto platense Roberto Ramón Ferreira, egresado de la Facultad de Arquitectura de la UNLP en 1969, e hijo de un exfutbolista de Estudiantes de La Plata y de la Selección Nacional, Manuel “Nolo” Ferreira.

El proyecto del ganador no sólo contemplaba la idea de un estadio de fútbol para 32.000 espectadores, sino también la creación de un verdadero complejo deportivo que tuviera en cuenta diferentes disciplinas como basquet, handbol, voleyball, natación, y diferentes eventos artísticos y culturales. Por otra parte el proyecto en su conformación y diseño ilustra la “dualidad de ambos clubes, surgiendo la forma del Estadio de la intersección o choque de dos círculos que simbolizan un 0 a 0”, según palabras del propio Roberto Ferreira.

El proyecto se terminó en octubre de 1994, destacando que la financiación de la obra llevaría adelante mediante la explotación del Bingo y de la venta anticipada de plateas, palcos, publicidad y concesiones, lo cual no comprometería el patrimonio ni la economía de ambos clubes platenses. Por otra parte, la provincia entregaría un subsidio de \$ 10.500.000 para el inicio de la obra.

Un tiempo más tarde, el gobernador Eduardo Duhalde anunciaría que el estadio comenzaría sus obras en el año 1995, pero la llamada “crisis tequila” hizo que la provincia de Buenos Aires tuviera que recortar gastos y postergar algunas obras, entre las que se incluía al Estadio Único de La Plata. Sin embargo, las posibilidades volvieron a reflotarse en el mes de septiembre del mismo año, a partir de una reunión solicitada por los presidentes Daniel de La Fuente (Estudiantes), y Héctor Delmar (Gimnasia), en la que participaron el intendente de La Plata, Julio Alak, el asesor de la Fundación, Raúl Kraiselburd, el creador del proyecto, Roberto Ferreira, y legisladores bonaerenses. En dicho encuentro, se acordó la fecha de inicio de las obras en el mes de enero de 1996, y se empezó a analizar la inclusión de un techo “fijo y translúcido”, lo que lo

convertiría en uno de los pocos estadios techados del mundo, según detallaba el diario “El Día”, en un artículo del miércoles 4 de octubre de 1995.

El gobierno de la provincia de Buenos Aires decidió hacerse cargo de la inversión del proyecto, agregándolo al “Programa de Rejerarquización de la Región Capital”, el cual reunía una gran cantidad de obras como la Autopista La Plata – Buenos Aires, el Teatro Argentino y la remodelación de la Catedral, entre otras. Es así, que iniciado el año 1996, se presentó en la Legislatura bonaerense un proyecto para la creación de una unidad especial para la ejecución de las obras del Estadio. Su tratamiento se postergó un tiempo por la resistencia de algunos bloques que se oponían a ciertos puntos, pero finalmente, el día 5 de agosto de 1996, el proyecto fue aprobado en ambas cámaras y se publicó en el Boletín Oficial la Ley 11.815, creándose la Unidad Ejecutora del Estadio Ciudad de La Plata, encargada de llevar adelante el proyecto que la Fundación cedió gratuitamente a la provincia de Buenos Aires, coordinando y supervisando las obras de construcción, designándose por Decreto 7292/96, al ingeniero Conrado Bauer como presidente de la entidad.

El ingeniero Bauer anunció el llamado a licitación para principios de 1997, para darle inicio a las obras unos meses más tarde. Por ese tiempo, también se debatían las fechas estimadas para la inauguración del estadio, donde el tema del techado era primordial para este cálculo, ya que si se llevaba adelante un techado parcial del estadio, las obras estarían finalizadas a fines de 1998. Pero si se decidía a techar completamente el estadio, la finalización de la obra se estimaba para mediados de 1999. La idea primordial, tanto del gobernador bonaerense, como de los clubes platenses, era que el estadio se techara de forma completa para ampliar la funcionalidad del mismo, llevando a cabo diferentes eventos y espectáculos, sin tener que preocuparse por cuestiones meteorológicas.

El inicio de la construcción del estadio se materializó en el mes de febrero del año 1998, luego de que a través de una licitación pública, se adjudicaran las obras a la Unión Transitoria de Empresas (UTE) integrada por SADE, del grupo Pérez Companc, y Ecodyma, una reconocida constructora platense. El contrato de conformación de la UTE detallaba que Ecodyma se haría cargo de las obras de los primeros seis meses, y SADE los restantes.

En los primeros 4 meses la obra se desarrolló sin ningún inconveniente, hasta que cumplido ese plazo, los trabajadores de la UOCRA comenzaron un reclamo por condiciones laborales, que derivó en la total paralización de las obras por un lapso de más de 4 meses. Luego de varias idas y venidas, se firmó un acuerdo entre las empresas constructoras y la UOCRA, donde se formalizó el reinicio de las tareas.

De esta manera, en los primeros días del año 1999, se fue retomando el ritmo habitual de las obras, planteando que, de no presentarse algún otro inconveniente, el proyecto se finalizaría en el mes de noviembre del año 2000. Pero, un nuevo conflicto iniciado por trabajadores de la UOCRA, que reclamaban que no se redujera el personal que estaba trabajando en la obra, hizo que el 15 de noviembre de 1999 las obras volvieran a paralizarse, lo que echó por la borda la idea de que la ciudad de La Plata sea sede del Mundial Juvenil Sub 20, disputado en el año 2001 en la Argentina.

A partir de estos hechos, el entonces gobernador de la provincia, Carlos Ruckauf, en mayo de 2000 firmó un decreto de rescisión contractual con las constructoras SADE y Ecodyma, lo que derivó en que se vuelvan a estimar nuevamente los plazos de finalización del estadio, esta vez previstos para fines de 2001. Se llamaría nuevamente a licitación, y para el día 10 de julio se preveía el comienzo de la primera parte del montaje del domo.

En el mes de diciembre de 2000, Astilleros Río Santiago terminó con la colocación del anillo metálico perimetral que cubre el estadio, y en marzo de 2001, el titular de la Unidad Ejecutora, Conrado Bauer, anuncia a la prensa que se ha construido poco más del 50% del proyecto, argumentando que “está concluida la mayor parte del Centro de Educación Física, la pista de atletismo, casi todas las tribunas del estadio principal y el anillo que rodea su perímetro y sostendrá el techo.” (Diario El Día, 18 de marzo de 2001).

Como consecuencia de una reforma administrativa anunciada por el gobierno provincial, el 9 de agosto de 2001, Conrado Bauer presentó la renuncia a su cargo en la Unidad Ejecutora, la cual sería disuelta y absorbida por la dirección provincial de Obras de Gran Buenos Aires, dependiente del Ministerio de Obras y Servicios Públicos, a cargo de Julián Domínguez. (Diario El Día, 10 de agosto de 2001).

De todas formas, los serios problemas presupuestarios que encaraba la provincia por esos tiempos, hacían peligrar la continuidad del proyecto. El entonces secretario general de la Fundación Estadio Ciudad de La Plata, Mario Rodríguez Sala, explicaba que “en virtud de la crisis económica, se hace difícil conseguir financiación oficial para la continuidad de las obras, por lo que desde la Fundación estamos estudiando algunas alternativas para la reactivación de la obra, pero de todos modos se necesita apoyo oficial”. (Revista Magazine, 30 de diciembre de 2001).

Comenzado el año 2002, ante la crisis económica que acarrea el país, la finalización del estadio se hacía cada vez más complicada. Pero, un pedido de amparo de 3 socios del club Estudiantes para que se autorizara la remodelación de su estadio situado en el Bosque, hizo que las autoridades municipales intensificaran sus gestiones para que las obras del estadio dejen de estar paralizadas, y así acercarse a su definitiva finalización. De esta manera, en el mes de noviembre de dicho año, se anunció la terminación de la primera etapa del proyecto, dejándolo en condiciones para la práctica deportiva en horarios diurnos. Se llevó adelante un convenio tripartito, en donde la Nación se comprometía a aportar unos 4 millones de pesos, la Provincia otros 4 millones y la comuna unos 2 millones para reactivar los trabajos.

El monto fue calculado previamente en una reunión llevada a cabo en el predio del estadio entre los integrantes de la ex Unidad Ejecutora y funcionarios y técnicos de la Municipalidad de La Plata.

Tras recibir este impulso, las obras pudieron reanudarse el día 2 de enero de 2003, con un plazo de cinco meses para la inauguración y la presentación al público del megaproyecto. Avanzados los trabajos, en el mes de abril del mismo año, se procedió a la colocación de los panes de césped, con lo que una semana después, el campo de juego ya estaba totalmente cubierto. A partir de estos hechos, el exministro de Obras y Servicios Públicos, Raúl Rivara, en una columna de opinión publicada en el diario El Día el 21 de mayo, argumentó que “de esta forma concluye una de las instancias decisivas en la ejecución del complejo deportivo que tendrá una capacidad para 40 mil espectadores sentados o 50 mil parados”.

Finalmente, se procedió a la tan ansiada inauguración del Estadio, con un amistoso internacional disputado por las selecciones nacionales de Argentina y Uruguay. Tam-

bién, se probaron las luminarias, que cumplieron altamente las expectativas, al comprobarse que duplicaban la intensidad lumínica con respecto a la mejor del país por ese entonces, que era la de del estadio del Club Boca Juniors en la Capital Federal. Pero, por cuestiones meteorológicas, se decidió postergar el amistoso internacional, y la inauguración formal de la obra se dio el día sábado 7 de julio de 2003, en donde unas 40.000 personas disfrutaron de un show musical brindado por el grupo folclórico Los Nocheros. Además, se llevó adelante el tradicional corte de cintas, que contó con las presencias del gobernador de la provincia de Buenos Aires, Felipe Solá, el intendente de La Plata, Julio Alak, el ministro de Infraestructura, Vivienda y Servicios Públicos bonaerense, Raúl Rivara, el presidente de la Asociación del Fútbol Argentino (AFA), Julio Grondona, legisladores nacionales y provinciales y los directivos de la Fundación Estadio Ciudad de La Plata.

La obra inaugurada, se dotaba de un campo de juego de 105 metros de largo por 68 de ancho, la totalidad de las tribunas de hormigón, la iluminación del estadio y el palco presidencial, algunas cabinas para radio y televisión, el 95% de uno de los núcleos sanitarios, de una superficie de 5.500 metros cubiertos. A partir de estas cualidades, el Estadio Ciudad de La Plata se convertía en el escenario deportivo tecnológicamente más moderno de toda Sudamérica.

En un principio, ambos clubes platenses se resistieron a utilizar el Estadio Ciudad de La Plata como escenario para disputar sus respectivos encuentros. Hasta que, por una suspensión otorgada al estadio de Gimnasia y Esgrima de La Plata por parte del Co-ProSede, la dirigencia del club del bosque accedió a hacer las veces de local en el estadio de 25 y 32, en un encuentro disputado el 8 de febrero de 2006 ante Arsenal de Sarandí, a pesar de que varias filiales de la institución se oponían a esta cuestión. De esta manera, el complejo deportivo abrió por primera vez sus puertas a un partido oficial de primera división. (Diario Clarín, 8 de Febrero de 2006).

Por su parte, el club Estudiantes tardó unos meses más en hacer las veces de local en el Estadio Ciudad de La Plata, ya que mantenía un acérrimo enfrentamiento con el entonces intendente de la ciudad de La Plata Julio Alak, quien se negaba a modificar las leyes y ordenanzas que permitieran llevar adelante la remodelación de su estadio situado en 1 y 57. Luego, el 19 de septiembre de 2006, Estudiantes llegó a un acuerdo con la Municipalidad y la gobernación para que, tras un posterior aval de la asamblea,

podiera realizar la remodelación de su estadio ubicado en 1 y 57, y tras este hecho, la institución accedió a jugar de local en el estadio por primera vez el día 10 de octubre en un encuentro frente a su clásico rival, Gimnasia y Esgrima. (Diario El Día, 19 de Septiembre de 2006).

Luego de varias idas y venidas, en el año 2008 el gobierno provincial encabezado por Daniel Scioli, tomó la iniciativa de darle punto final a la obra con la colocación del techo. También, se proyectó la colocación de un cubo central de pantalla LED en el centro de la cancha, la construcción de palcos y plateas VIP, la disposición de nuevos estacionamientos dentro del predio, la iluminación compatible con la televisión de alta definición y un campo de juego móvil que permite ser desmontado en 48 horas para la realización de otros eventos y espectáculos artísticos, culturales y deportivos. (Página Oficial Estadio Único Ciudad de La Plata, Consultada 2 de Febrero de 2012).

A partir de una reunión entre el secretario general de la Gobernación, José Scioli, y el vicepresidente de la empresa norteamericana encargada junto al Astillero Río Santiago del techado del estadio, Tom Wuerch, se dio inicio el 17 de julio del año 2009, a la etapa de remodelación del complejo deportivo, por lo que a partir de aquel día, el estadio permaneció cerrado al público por la realización de las nuevas obras. Asimismo, el vicepresidente de la firma extranjera le informó a José Scioli que a partir de un relevamiento de los materiales que permanecieron en la aduana, pertenecientes a lo que sería el techo del estadio, se pudo comprobar que los cables, membranas y tensores hallados se encontraron casi en su totalidad en buenas condiciones, calificando al estudio como "altamente positivo". También, en dicha reunión, el secretario general de gobernación le planteó a la firma los requerimientos de los organismos de control para llevar adelante la obra. (Subsecretaría de Medios de la Provincia de Buenos Aires, 2009) <http://www.prensa.gba.gov.ar/nota.php?idnoticia=4184&i=true>

Las reformas constaban en una primera instancia de la excavación del campo de juego, para descubrir las bases de apoyo de las torres de montaje, situadas a unos 24 metros del centro de la cancha, sobre el eje mayor. Luego, se erigieron dos torres de montaje 8 metros por 48 de altura, que contendrían en su parte superior una plataforma metálica de 12 metros de diámetro, y dos caños perimetrales que forman un doble anillo de acero para que puedan engancharse los cables y los equipos hidráulicos que permitirían subir las estructuras. Cabe destacar que la empresa extranjera designada

para llevar adelante las obras, estuvo encargada de la construcción de 3 estadios en Sudáfrica, para ser utilizados en el Mundial de Fútbol del año 2010. (Subsecretaría de Medios de la Provincia de Buenos Aires, 2009) <http://www.prensa.gba.gov.ar/nota.php?idnoticia=4184&i=true>

La ceremonia de reinauguración del Estadio, se llevo adelante el día 17 de febrero de 2011, la cual contó con las presencias destacadas de la Presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, el Gobernador de la Provincia de Buenos Aires, Daniel Scioli, y el titular de la Asociación del Fútbol Argentino (AFA), Julio Grondona, entre otros. El espectáculo contó con un gran despliegue sobre el campo de juego, en donde participaron más 1200 personas en escena. (Página Oficial Estadio Único Ciudad de La Plata, Consultada 2 de Febrero de 2012).

De esta forma, el 23 de febrero del mismo año, el Estadio abrió sus puertas al primer partido oficial tras su remodelación, en un encuentro perteneciente a la primera fase de la Copa Libertadores de América, en la que Estudiantes de La Plata se enfrentó al Deportes Tolima de Colombia. (Diario La Razón, 24 de Febrero de 2011).

Capítulo 5:

Copa América:

En el siguiente capítulo se procederá a realizar un recorrido por la historia del torneo sudamericano más importante del continente, para luego hacer hincapié en la organización del evento en la ciudad de la Plata, Concluyendo con una breve reseña de lo acontecido en las demás ciudades que se presentaron como subsedes del certamen.

Antecedentes:

La Copa América se disputó por primera vez entre el 2 y el 17 de julio del 1916, siendo el torneo internacional de selecciones de fútbol más antiguo de todo el mundo, ya que, la Copa Europea de Naciones, luego conocida como Eurocopa, recién comenzó a disputarse a partir del año 1960, tras ser organizada por la Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol (UEFA). (Blog de Futbol Ecuatoriano, Historia Copa América, Consultado el 3 de Marzo de 2012).

Este torneo se llevó adelante por primera vez en la ciudad de Buenos Aires, debido a que a partir del Centenario de la Independencia de la República Argentina, el Ministerio de Relaciones Exteriores del país invitó a las Federaciones de Brasil, Chile y Uruguay para disputar un Campeonato de fútbol como parte de los festejos. Concurrieron y participaron todas las delegaciones invitadas, dando lugar al primer torneo sudamericano oficial de la historia, el cual fue un verdadero suceso, y permitió la creación de la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL), un viejo anhelo del dirigente uruguayo Héctor Rivadavia Gómez. De esta manera, durante el transcurso del torneo sudamericano, se reunieron en Buenos Aires dirigentes de Argentina, Uruguay, Brasil y Chile para analizar la propuesta de Rivadavia Gómez, la cual fue posteriormente aprobada por las asociaciones nacionales presentes. (Pagina Oficial de la Conmebol, consultada 3 de Marzo de 2012).

En un principio, el torneo se denominó como “Campeonato Sudamericano de Fútbol Copa América”, y la idea era que se llegara a disputar anualmente, cuestión que con el tiempo no pudo sostenerse y se fue llevando adelante con indistinta frecuencia. (Pagina Oficial de la Conmebol, consultada 3 de Marzo de 2012).

El seleccionado uruguayo fue quien se adueñó de la primera edición del certamen, aunque el trofeo recién se puso en disputa al año siguiente, por lo que, al no estar en juego la copa, se considera a éste campeonato como de carácter “extraordinario”.

Luego en 1917, ya con un trofeo en juego adquirido en una joyería de Buenos Aires por 3.000 francos suizos, el torneo vuelve a disputarse, esta vez con Uruguay como sede, participando las mismas selecciones que lo habían hecho el año anterior. Por segunda vez consecutiva, la selección uruguaya vuelve a ser la vencedora, dejándole a la Argentina el segundo puesto. (Pagina Hoy On Line, Consultada el 3 de Marzo de 2012).

En 1918, el país indicado para ser sede del torneo era Brasil, pero debido a una fuerte epidemia de gripe que se presentó en Río de Janeiro, el campeonato decidió postergarse para el año siguiente respetando la sede anteriormente designada. Allí, vuelven a participar las mismas cuatro selecciones, y el conjunto local termina por consagrarse campeón por primera vez en su historia. (http://www.fmf.com.mx/copa_america_1916_1926.htm Consultada el 4 de Marzo de 2012).

En el año 1921, el torneo vuelve a tierras argentinas tras cinco años, y cuenta con la primera participación de la selección paraguaya de fútbol, afiliada recientemente a la FIFA. El conjunto guaraní sorprende al derrotar en su primer encuentro a Uruguay, el último campeón del torneo. La selección Argentina se consagra por primera vez en el campeonato continental, jugando su último partido en el viejo estadio de Sportivo Barracas. (http://www.fmf.com.mx/copa_america_1916_1926.htm Consultada el 4 de Marzo de 2012).

El torneo sigue desarrollándose en forma anual, y en el año 1924 la delegación paraguaya cuenta con la intención de ser la nueva sede de la competición. Pero, la liga paraguaya no contaba con un estadio adecuado para recibir los encuentros, y su capital Asunción no disponía de una oferta hotelera a la altura de las circunstancias para alojar tanto a los espectadores como las delegaciones y conjuntos participantes. Por este motivo, la sede se trasladó a Montevideo, y de todos modos, la selección paraguaya participó del torneo acompañando a las demás delegaciones.

(<http://www.hoy.com.ec/especial/futbol/futbol06.htm> Consultada el 8 de Marzo de 2012).

Al siguiente año, la Argentina vuelve ser sede de la competición, pero sólo concurren las selecciones de Brasil y Paraguay para disputar el torneo, ya que Uruguay no forma parte por conflictos políticos internos, y Chile por los malos resultados en ediciones anteriores, siendo hasta el día de hoy, la competencia continental en la que menos equipos participaron. Finalmente, el trofeo quedó en manos del conjunto local, tras definir en el partido final frente a la selección brasileña. (http://www.fmf.com.mx/copa_america_1916_1926.htm Consultada el 8 de Marzo de 2012).

En el año 1926, con Chile como país anfitrión, Bolivia se incorpora por primera vez al torneo, siendo el sexto país en formar parte de la competencia, pero el conjunto brasileño, por problemas en su confederación, no formó parte de esta edición. La selección uruguaya terminó por consagrarse nuevamente en el certamen. (http://www.fmf.com.mx/copa_america_1916_1926.htm Consultada el 8 de Marzo de 2012).

En el año 1927, Perú decide organizar el torneo en su país, llevando adelante también su debut en el torneo, al que sólo concurren cuatro selecciones nacionales. Argentina termina por consagrarse campeón, participando con gran cantidad de jugadores provenientes de clubes muy diversos como Independiente, San Lorenzo, Estudiantes y Gimnasia y Esgrima La Plata, lo cual le dio un gran poderío a su conjunto. (<http://www.hoy.com.ec/especial/futbol/futbol06.htm> Consultada el 8 de Marzo de 2012).

Por otra parte, se decide que las selecciones campeona y subcampeona representen respectivamente a Sudamérica en los próximos Juegos Olímpicos, a disputarse el año siguiente en la ciudad de Amsterdam en Holanda. (http://www.fmf.com.mx/copa_america_1916_1926.htm Consultada el 8 de Marzo de 2012).

En el año 1928, se decide que el torneo no llegue a disputarse, ya que las selecciones de Argentina y Uruguay viajaron para participar de los Juegos Olímpicos de Amster-

dam, por lo que la CONMEBOL determinó que era inviable llevar adelante la competencia con la ausencia de estas dos delegaciones. Luego, se retoma el torneo al año siguiente con la Argentina como sede, quien presenta tres nuevos estadios, el del Club Independiente en Avellaneda, el de River Plate en el barrio de Belgrano en la Capital Federal, y el del Club San Lorenzo de Almagro. (<http://www.hoy.com.ec/especial/futbol/futbol06.htm>).

Luego de la Copa de 1929, el torneo tuvo un pequeño receso y volvió a retomarse recién en el año 1935, haciendo Perú las veces de anfitrión por segunda vez, y consagrándose Uruguay nuevamente como el campeón del torneo. (<http://www.hoy.com.ec/especial/futbol/futbol06.htm>).

El siguiente "Campeonato Sudamericano", se levo a cabo entre el 27 de diciembre de 1936, y el 1 de febrero de 1937, nuevamente en la República Argentina. Fueron utilizados los estadios de River Plate, San Lorenzo y Boca Juniors como escenarios para los encuentros, y por primera vez se disputaron partidos por la noche y se autorizaron los cambios de jugadores durante los 90 minutos de juego. El elenco local es quien se adueña nuevamente del torneo. (http://www.fmf.com.mx/copa_america_1916_1926.htm).

En 1939, Perú fue sede de la nueva edición del torneo, que no contó con la presencia de las selecciones de Argentina y Uruguay, pero que tuvo como novedad la presencia de un nuevo combinado por primera vez en su historia, el de la selección de Ecuador. El conjunto anfitrión logró coronarse, debutando así en la obtención del tan ansiado trofeo. (http://www.fmf.com.mx/copa_america_1916_1926.htm).

En el año 1942, mientras la guerra sacudía de lleno a los países europeos, la copa vive su mayor momento de crecimiento y expansión al celebrarse en tierras uruguayas, con el mayor número de delegaciones participantes hasta el momento, siendo siete en total. (<http://www.hoy.com.ec/especial/futbol/futbol06.htm>).

La copa se lleva adelante por primera vez en Ecuador en el año 1947, donde la ciudad de Guayaquil se presenta como el escenario principal. En esta edición, se da la ausencia de la delegación de Brasil, y la Argentina es la selección que terminaría llevándose el trofeo. (<http://www.hoy.com.ec/especial/futbol/futbol06.htm>).

En el año 1949, el torneo volvió a disputarse en Brasil tras 27 años, pero la selección Argentina decidió no participar por algunas diferencias con la dirigencia del fútbol brasileño. Las sedes elegidas para el desarrollo del campeonato fueron Río de Janeiro, Santos y Belo Horizonte, y el equipo local terminó consagrándose tras vencer a Paraguay en el partido desempate. (<http://www.hoy.com.ec/especial/futbol/futbol06.htm>). (http://www.fmf.com.mx/copa_america_1949_1975.htm).

En 1953, Paraguay iba a ser el anfitrión de la competencia, pero por cuestiones de infraestructura, se decidió que la copa se realice en Perú. Nuevamente, la Argentina no participó de esta edición, al igual que su par de Colombia, y, a pesar de perder la condición de local, el seleccionado paraguayo obtenía por primera vez el tan ansiado trofeo. (<http://www.hoy.com.ec/especial/futbol/futbol06.htm>).

En el año 1955, Chile fue el anfitrión de un torneo que contó con las ausencias de las selecciones de Brasil, Colombia y Bolivia, consagró a la selección Argentina como el elenco campeón. Al año siguiente, se llevó a cabo una edición de carácter “extraordinaria” del torneo en el Uruguay, en donde no se puso en disputa la copa. La selección local terminó adueñándose del torneo, como siempre lo hizo bajo esta condición. (<http://www.hoy.com.ec/especial/futbol/futbol06.htm>).

En el año 1959, Argentina vuelve a organizar el torneo, consagrándose campeón al igual que el año anterior en Perú. Así es que la selección albiceleste se consagra por segunda vez consecutiva de este campeonato, y de forma invicta. También, en el mismo año pero ocho meses después, la CONMEBOL autorizó la organización de una edición “extraordinaria” del certamen en Ecuador, en la que no estuvo en disputa la copa. El torneo no obtuvo mayor relevancia, ya que sólo participaron cinco selecciones, y el combinado uruguayo terminó liderando. (http://www.fmf.com.mx/copa_america_1949_1975.htm).

La ciudad de La Paz en Bolivia fue el nuevo destino que albergó a este campeonato en el año 1963. Este lugar fue denominado como “el techo de las Américas”, ya que se encuentra situado a 3000 metros por sobre el nivel del mar. Esta cuestión terminó favoreciendo al conjunto local, ya que se quedó con el campeonato, marcando un suceso novedoso que no se había vivido nunca antes en la historia de la Copa. (<http://www.hoy.com.ec/especial/futbol/futbol06.htm>).

El torneo de 1967 disputado en Uruguay, cuenta con el debut de la Selección de Venezuela, pero también sufre la ausencia de dos delegaciones de peso como el caso de Brasil y Perú. También, este campeonato sería el último en disputarse con la modalidad de todos contra todos.

Ya en el año en 1975, se dan varios cambios en cuanto al formato del torneo. Por un lado, deja de llamarse Campeonato Sudamericano de Selecciones, para pasar a denominarse oficialmente con el nombre de Copa América. También, deja de haber una sede fija, por lo que todos los partidos se disputaron de ida y vuelta, y las selecciones se dividieron en tres grupos de tres equipos, de los cuales los tres primeros de cada grupo participaron de las semifinales acompañados del último campeón. El vencedor en esta nueva modalidad fue el elenco peruano. (<http://www.hoy.com.ec/especial/futbol/futbol06.htm>). (<http://mifutbolecuador.wordpress.com/2011/06/22/historia-de-la-copa-america-1916-2011/>).

El campeonato siguió desarrollándose del mismo modo hasta el año 1987, donde vuelve a tener una sede fija, en este caso la Argentina, y, tras una decisión de la CONMEBOL, la copa pasa a disputarse cada dos años. La final entre Uruguay y Chile se llevó a cabo en el estadio Monumental de River Plate, y el equipo celeste se quedó con la conquista tras vencer al equipo trasandino por 1 a 0. (<http://mifutbolecuador.wordpress.com/2011/06/22/historia-de-la-copa-america-1916-2011/>). La siguiente edición se llevó a cabo en Brasil, en conmemoración de los 75 años de la Confederación Brasileña de Fútbol. Allí participaron las 10 delegaciones sudamericanas y el torneo quedó en manos del elenco local. (http://www.fmf.com.mx/copa_america_1949_1975.htm).

En el año 1991, La Argentina se consagró nuevamente después de varios años. Sería en Chile, tras vencer en el último partido al seleccionado colombiano por 2 a 1. En la siguiente edición disputada en Ecuador, se decidió ampliar el número de participantes, invitando a las delegaciones de México y Estados Unidos, integrantes de la Confederación de Asociaciones Nacionales de Fútbol de América del Norte, América Central y las islas del Caribe (CONCACAF). Este suceso iba a marcar una tendencia, ya que en ediciones posteriores también participarían selecciones ajenas a la CONMEBOL, como el caso de Honduras y Costa Rica, entre otras.

[\(http://mifutbolecuador.wordpress.com/2011/06/22/historia-de-la-copa-america-1916-2011/\)](http://mifutbolecuador.wordpress.com/2011/06/22/historia-de-la-copa-america-1916-2011/).

La Copa se volvería a disputar en Bolivia después de 34 años, en 1997. Esta vez, se invitó a las selecciones de México y Costa Rica, y el torneo, como en las últimas dos ediciones, contó con 12 equipos participantes, divididos en 3 grupos de cuatro integrantes cada uno. La selección brasilera terminó quedándose con el título, aprovechando que la gran mayoría de los demás combinados decidieron presentar equipos alternativos, pensando en el mundial del año siguiente a disputarse en Francia. (<http://www.hoy.com.ec/especial/futbol/futbol06.htm>).

El torneo disputado en 1999 en Paraguay, cuenta con la novedad de Japón como delegación invitada, que junto con Corea del Sur, era la encargada de organizar la próxima Copa del Mundo a jugarse en el año 2002. En esta edición, Brasil es nuevamente el vencedor, y la selección local termina decepcionando tras quedar eliminada en los cuartos de final, luego de crear una gran expectativa entre sus aficionados. (http://www.fmf.com.mx/copa_america_1949_1975.htm).

En la Copa del año 2001, el evento se realiza por primera vez en Colombia. Esta edición tuvo algunos inconvenientes, ya que tras recibir amenazas de muerte, las selecciones de Argentina y Canadá desistieron de participar en el torneo, por lo que se convocó a las delegaciones de Costa Rica y Honduras en sus respectivos reemplazos. El conjunto local se quedaría por primera vez con el trofeo, al derrotar a México en la final por la mínima diferencia de 1 a 0. (<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-428256>).

Venezuela debutaría como anfitrión del torneo en el año 2007, con México y Estados Unidos como las selecciones invitadas. El certamen juntaría en la final a las selecciones de Argentina y Brasil en el estadio José Encarnación Romero de Maracaibo, donde el conjunto carioca se impuso en forma contundente, consiguiendo la victoria por 3 tantos contra 0. (http://www.fmf.com.mx/copa_america_1949_1975.htm)

Copa América 2011 en Argentina:

La Copa América 2011 se disputó en la República Argentina entre los días 1 y 24 de julio. (Caribbean news digital 6 de Junio de 2011). El cronograma de la misma incluía 26 partidos, de los cuales 25 se disputaron en el interior del país, a modo de impulsar las economías regionales en sus diversas escalas, permitiendo a la vez la generación de empleos en las diferentes provincias, según la apreciación del Ministro de Turismo de la Nación. (Daily Travelling News 30 de Junio de 2011).

A través de la Resolución N° 92 del Ministerio de Turismo de la Nación, se declaró de Interés Turístico a la Copa América 2011. (Resolución MINTUR N°92 16 de Mayo de 2011).

Las razones de esta declaración se relacionan con el hecho de que el evento era uno de los torneos de selecciones de fútbol más importante del mundo y el más antiguo, del que participaron 12 selecciones nacionales, repartidas en 8 sedes en todo el país. (Resolución MINTUR N°92 16 de Mayo de 2011).

Las Ciudades seleccionadas para disputarse los diferentes encuentros fueron, San Salvador de Jujuy, Santa Fe de la Vera Cruz, Salta, La Plata, Córdoba, Mendoza, San Juan y la ciudad de Buenos Aires. (Resolución MINTUR N°92 16 de Mayo de 2011).

A modo de promocionar el evento, el IMPROTUR realizó un video donde se observaban imágenes de los distintos destinos turísticos sede de la Copa América. La primer proyección del mismo tuvo lugar en la sede de Cancillería, donde estuvieron presentes el secretario de Turismo de la Nación, la subsecretaria de Promoción del MINTUR, el secretario ejecutivo del Instituto Nacional de Promoción Turística, el presidente de la Cámara Argentina de Turismo, el director general de promoción de exportaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, el director de apoyo al turismo y promoción de Inversiones, distintas autoridades provinciales y directivos de las cámaras de turismo de cada región. También se realizaron campañas publicitarias en la vía pública a través de la instalación de stands en los puntos referenciales de las distintas sedes. (Daily Travelling News 30 de Junio de 2011).

Según palabras del Ministro de Turismo, la Copa América fue vista como una oportunidad excepcional de mostrarse al mundo a través del deporte. (Daily Travelling News 30 de Junio de 2011).

La misma permitió la llegada de turistas de diferentes países tales como Colombia, Perú, Chile, Paraguay, Uruguay y Brasil. (Caribbean news digital 6 de Junio de 2011).

El ingreso total aproximado del evento se estimó en un principio en más de 100 millones de dólares, según estimaciones de las distintas cámaras turísticas. Con un arribo total de 50.000 turistas extranjeros y un gran movimiento de turismo interno. (Caribbean news digital 6 de Junio de 2011).

a) La Plata como sede de la Copa América 2011:

La Ciudad de La Plata buscó a través de la Copa América y de la remodelación del Estadio Único, posicionarse como ciudad turística y sacar provecho de la afluencia turística que llegaría al país en el año 2011. (Impulso Baires, 29 de Junio 2011).

El primer evento tuvo lugar la noche del 1 de Julio de 2011, cuando se llevo a cabo el encuentro inaugural de la Copa América. (Impulso Baires, 29 de Junio de 2011).

Preparación del Evento en la Ciudad:

Para llevar adelante la organización del evento, desde la Municipalidad de La Plata se procedió a concientizar a los diferentes sectores que abarcan la actividad turística de la ciudad. Esto se hizo a través de charlas personales que distintos representantes del sector público local tuvieron con gastronómicos, taxistas y hoteleros. Sobre esta cuestión, se obtuvo una buena predisposición de ciertas partes intervinientes, ya que el evento despertó un gran interés en los sectores privados, que hasta ese momento no veían en la actividad turística una posible fuente de beneficios económicos, mientras que otros se resistieron un poco más, ya que no se vieron motivados a participar de la iniciativa. (Entrevista a Alejandra Sturzenegger 23 de agosto de 2011)

Durante los encuentros se delinearón los puntos a seguir en cuanto al trato con el turista y a cuestiones más particulares de cada sector. En el caso de los restaurantes, se acordó una mayor amplitud en cuanto al horario de atención de los locales, y también una oferta gastronómica más variada y acorde a la cantidad de visitantes oriundos de diferentes puntos del continente. (Entrevista a Alejandra Sturzenegger 23 de agosto de 2011)

En cuanto a los taxis, se aumentó su frecuencia hacia los alrededores del Estadio Único, y se incorporó a las unidades un tarifario de precios de los viajes hacia los distintos atractivos de la ciudad. (Entrevista a Alejandra Sturzenegger 23 de agosto de 2011).

Por su parte, la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires ante la llegada a la ciudad de un evento de tanta trascendencia, realizó a partir del mes de Junio del

año 2011 en el salón de Actos Múltiples de la ciudad de La Plata diferentes charlas y reuniones gratuitas sobre Sensibilización Turística, destinadas a referentes del sector hotelero y el sector gastronómico en las que participaron especialistas en Calidad de Atención y Servicio al Cliente, así como también diferentes autoridades del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, como el Secretario de Turismo, Ignacio Crotto, acompañado de su subsecretario, Roberto Diego Díaz, y el titular de la Asociación Hotelera y Gastronómica de la ciudad de la Plata, Mario Aguilar, entre otras personalidades destacadas. En estos encuentros se buscó que las personas asistentes tomaran conciencia de la importancia que tiene el trato cortés y personalizado hacia el turista. (Prensa Secretaria de Turismo Provincia de Buenos Aires 01 de Junio de 2011). También se efectuaron capacitaciones a 250 policías (Prensa Secretaria de Turismo 28 de Junio de 2011).

Ejemplo de estos encuentros es el que contó con la presencia de representantes de la Asociación de Taxistas Independientes (ATI), la Asociación Propietarios de Taxis (APT), la Unión Propietarios de Autos Taxis (UPAT), la Asociación de Taxistas Peones y Choferes y del Sindicato de Remiseros. Allí, se delinearón diferentes cuestiones, como fijar una tarifa igualitaria o tentativa hacia diferentes atractivos de la ciudad, en diferentes tipos de cambio como pesos, dólares y euros, para evitar malentendidos y desconfianza por parte de los visitantes. También, se manifestó la intención de programar un mapa de distribución gratuita que presente los puntos de referencia de las paradas de taxis. (Prensa Secretaria de Turismo Provincia de Buenos Aires 01 de Junio de 2011). Los más de 1200 vehículos adheridos al compromiso de llevar adelante un buen servicio y atención, contaron con una calcomanía alusiva a la competencia. (Prensa Secretaria de Turismo 28 de Junio de 2011).

A la vez, dentro de estas iniciativas también se buscó capacitar a los comerciantes bajo el lema "Rey por un día, el cliente como centro del negocio", en las cuales participó como disertante Claudio Destéfano, un reconocido escritor y periodista, especializado en Marketing Deportivo. Allí, se dieron a conocer experiencias exitosas de sitios que vivieron situaciones similares a la de la ciudad de La Plata. Estos encuentros contaron con el apoyo de la Federación Empresaria Bonaerense, la Cámara de Turismo regional de La Plata, la Federación Empresaria de La Plata y la Municipalidad de La Plata, y contaron con la presencia de los presidentes de la Cámara de Turismo regio-

nal La Plata, la Asociación de Agencias de Viajes local, y diversos representantes de la Cámara de Bares y Restaurantes de la ciudad, entre otros asistentes. (Prensa Secretaría de Turismo Provincia de Buenos Aires 15 de Junio de 2011).

Acciones durante el evento:

La Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, junto con la Municipalidad de La Plata instaló, durante la duración del evento, una carpa de más de 600 metros cuadrados en la Plaza Moreno, donde se desarrollaron diversas actividades, entre las que se destacaron una pantalla gigante frente a la Catedral, para que puedan disfrutarse todos los encuentros de la Copa. Sobre esta cuestión, la Secretaria de Modernización y Desarrollo Económico, Alejandra Sturzenegger, mencionó que el sistema de imagen y sonido tendría una pantalla de última generación de siete por tres metros y un equipo de sonido que transmitiría los 24 días que duró la Copa América. También, dentro de la carpa, se desarrolló una cancha de fútbol 5, y se repartieron folletos sobre la ciudad, sus atractivos y la competencia en cuestión. (Impulso Baires, 29 de Junio 2011).

En cuanto a la ocupación hotelera, se debió abrir nuevamente el registro de alojamiento en casas particulares ya que, según palabras de la Directora de Turismo de la ciudad, los hoteles no podían cumplir con la demanda existente. (Impulso Baires, 29 de Junio 2011). Por otra parte, a partir de la capacitación brindada por el sector público, los diferentes restaurantes de la ciudad ampliaron sus cartas, preparando platos típicos de los países que disputaban los diferentes encuentros y se obsequió al turista una tarjeta de descuentos para ser utilizada en diferentes locales de la ciudad. (Impulso Baires, 29 de Junio de 2011).

La Secretaria de Turismo de la Provincia de Buenos Aires por su parte, durante los días de la Copa América, entregó a quienes concurrían a su tráiler en la Plaza Moreno una tarjeta de beneficios para diferentes bares, restaurantes y comercios de la ciudad de La Plata. La misma podía ser descargada también vía web en www.buenosaires.tur.ar/copaamerica. Los descuentos fueron de hasta un 20% en algunos casos, o una copa de champagne o de vino en algunos puntos gastronómicos de la ciudad, entre otros beneficios. (Entrevista al Secretario de Turismo Lic. Ignacio

Crotto, Radio Provincia, 30 de Junio de 2011). Los comercios contaban con un logo identificatorio en su ingreso. (Prensa Secretaria de Turismo 28 de Junio de 2011).

Por otra parte, durante los días del certamen continental, se puso en vigencia de jueves a domingos un Bus Turístico gratuito que, partiendo desde la Catedral, recorría los atractivos más emblemáticos de la ciudad de La Plata, como el museo de Ciencias Naturales, la Casa de Gobierno, el Paseo del Bosque, el Observatorio, la Casa Curuchet y el Zoológico, entre otros sitios de interés, con cuatro salidas guiadas por día. (Prensa Secretaria de Turismo Provincia de Buenos Aires 30 de Junio de 2011).

En cuanto a la señalética del evento, se colocaron más de 3000 banners y afiches en distintos puntos de la ciudad, que brindaban información acerca del torneo, y también detallaban los atractivos turísticos más importantes de la ciudad de La Plata. (Entrevista al Secretario de Turismo Lic. Ignacio Crotto en Radio Provincia, 30 de Junio de 2011).

También, se diseñó un software especial para los teléfonos celulares, en donde mandando un mensaje de texto con la palabra GUIALP, se podía descargar en forma gratuita un programa con información pertinente sobre la ciudad de La Plata en cuanto a accesos, atractivos, puntos gastronómicos, y el fixture del torneo, entre otros servicios. (Prensa Secretaria de Turismo Provincia de Buenos Aires 30 de Junio de 2011).

Conclusiones del Evento:

Entre los visitantes a la Ciudad de La Plata hubo oriundos de España, México, Perú, Colombia, Venezuela y Brasil, así como también de diversos puntos del país. (Prensa Secretaria de Turismo 2 de Julio de 2011). Los mismos destacaron la calidez de la gente y la posibilidad de recorrer los distintos sitios turísticos del centro caminando, a partir de los mapas que les fueron dados. Los lugares más visitados por los turistas fueron la Catedral, el Museo de Ciencias Naturales, el Teatro Argentino y diferentes espacios del Paseo del Bosque, como el Observatorio y el Zoológico (Diario El Día 20 de Julio de 2011).

Desde el Estado, se destaca que la Copa América logró cumplir con uno de los objetivos del gobernador, consistente en posicionar internacionalmente a la capital de la

Provincia dentro del mapa turístico de la Argentina, a partir de los seis encuentros deportivos disputados en el Estadio Único. (Prensa Secretaria de Turismo 27 de Julio de 2011).

Por otro lado se acrecentaron los números de ventas y consumo en bares y restaurantes, beneficiando al comercio local. Esto se tradujo en un incremento de la facturación de entre un 40 y 50%, durante los días de partido. (Prensa Secretaria de Turismo 27 de Julio de 2011).

La Cámara de Turismo regional La Plata, destacó que la experiencia además de positiva, generó un movimiento atípico en la ciudad y logró que más de 200 países que transmitieron la Copa conocieran a la región capital con todo su potencial. (Prensa Secretaria de Turismo 27 de Julio de .2011).

A partir de este evento internacional, la ciudad se prepara para continuar generando espectáculos, congresos, convenciones y acontecimientos deportivos y culturales. (Prensa Secretaria de Turismo 27 de Julio de .2011).

b) La Copa América en otras Sedes:

Santa Fe:

Para la realización del evento en la Ciudad de Santa Fe, se llevó adelante una gran remodelación del Estadio Brigadier López, en donde habitualmente hace las veces de local el club Colón de Santa Fe. También se creó un Comité Organizador de la Copa, encabezado por el presidente del club Colón de Santa Fe y la Subsecretaria de Turismo, con el objetivo de llevar adelante lo referido a relaciones institucionales, logística, marketing, prensa, seguridad y sanidad, dentro de la Copa América. El organismo contó con varias oficinas y alrededor de 11 Centros de Información Turística repartidos en toda la ciudad. (Diario Uno, 09 de abril de 2011). En la sede Santa Fe disputaron sus encuentros las selecciones de Argentina, Colombia, Paraguay, Ecuador y Bolivia, entre otras. (Diario Uno, 09 de abril de 2011).

En la Estación Belgrano de la Ciudad de Santa Fe se colocó, al igual que en la ciudad de La Plata, una pantalla gigante para disfrutar de los partidos. Además, en este sitio, existió una gran cantidad de iniciativas culturales y educativas, además de stands del gobierno de la ciudad con folletería institucional y de la Copa, diferentes paseos, excursiones y circuitos turísticos, delineados especialmente hacia diferentes localidades de la provincia, y la instalación de la Sede Santa Fe en la embajada argentina en Asunción del Paraguay. (Pagina oficial de la Copa América en Santa Fe consultada el 18 de Julio de 2011).

A las actividades especiales desarrolladas en la Estación Belgrano concurrieron más de 20.000 personas, con picos máximos durante los partidos de Argentina, y participaron de las excursiones 1.500 turistas, entre las que se destacaron el Camino de la Constitución, el Paseo del Bulevar y el Tren Urbano. También, se pusieron a disposición de los turistas bicicletas gratuitas, que fueron utilizadas por más de 100 extranjeros. (Pagina oficial de la Copa América en Santa Fe 18 de Julio de 2011).

De modo de poder cumplir con la demanda de los turistas, la Secretaría de Turismo de la ciudad hizo hincapié en la planificación y organización de los servicios turísticos receptivos, como el alojamiento hotelero y extrahotelero. (Pagina oficial de la Copa América en Santa Fe consultada el 14 de Julio de 2011).

Los estudios posteriores al evento, realizados por la Comisión Organizadora Local de la Copa América, determinaron que la ciudad de Santa Fe recibió alrededor de 85 mil visitantes y 120 periodistas nacionales e internacionales, durante los días del evento, siendo los sectores hotelero, gastronómico, comercial y de transporte, los más beneficiados por la llegada de este flujo de visitantes. (Página oficial de la Copa América en Santa Fe 18 de Julio de 2011).

También, se informó que de estos visitantes la mayoría de ellos no pernoctaron en la capital santafesina, y que efectuaron un gasto estimado en comida, combustible y traslado de \$ 20.500.000. En tanto la ocupación hotelera, compuesta principalmente por periodistas, delegaciones deportivas y oficiales con sus acompañantes, fue del 85%, de las 3.150 plazas hoteleras estimadas en todas las categorías. El gasto diario por persona osciló entre los 400 y los 800 pesos, representando un ingreso para la ciudad de unos \$ 9.500.000, determinando que el gasto total de los visitantes en hotelería, restaurantes, transportes y otros comercios, representó un flujo aproximado de \$ 30.000.000. (Página oficial de la Copa América en Santa Fe 18 de Julio de 2011).

Al momento de presentar estos datos en la Sala de Reuniones de Intendencia del Palacio Municipal, con la presencia del intendente, el secretario de la Producción, la subsecretaria de Turismo, el presidente del Club Atlético Colón, el presidente de la Cámara de Empresarios Turísticos Región Santa Fe, el presidente de la Asociación Hotelera y Gastronómica de Santa Fe, el vocal del Bureau de Eventos de Santa Fe, el presidente Liga Santafesina de Fútbol, el secretario del Centro Comercial y un representante del Foro para el Desarrollo de la Ciudad y la Región, se determinó que la ciudad de Santa Fe, puede convertirse en un gran escenario de acontecimientos deportivos, culturales, comerciales e industriales. Debido a que cuenta con condiciones naturales y de infraestructura para posibilitar el desarrollo de cualquier actividad. (Página oficial de la Copa América en Santa Fe 18 de Julio de 2011).

Córdoba:

La capital cordobesa fue anfitriona de cuatro encuentros de la Copa América, disputados en el remodelado estadio Mario Alberto Kempes, de los cuales participaron las selecciones nacionales de Argentina, Brasil, Ecuador, Paraguay y Costa Rica. Para ello, se llevaron adelante diversas acciones como la colocación una carpa ubicada en

la Plaza San Martín con capacidad para 400 personas, y otra en el Paseo del Buen Pastor, para 200 personas. Allí, se dispuso de pantallas gigantes para todos los que deseen observar todos los partidos de la Copa, con entrada libre y gratuita y atendidas por promotoras. (Agencia Córdoba Turismo, 2 de Julio de 2011).

Por otra parte, durante toda la duración del evento, La Agencia Córdoba Turismo junto con la Municipalidad local, procedieron a reforzar el servicio turístico, incrementando el número de oficinas de información al turista, compuestas por personal especializado. Así es como a los puestos permanentes ubicados en el Aeropuerto Taravella, la Terminal de Ómnibus, el Cabildo de Córdoba y el Camino del Buen Pastor, se agregaron varios más, con el propósito de brindar información acerca del torneo y de los atractivos de la ciudad, a los más de 60.000 visitantes esperados para ese momento. (Agencia Córdoba Turismo, 2 de Julio de 2011).

Además, se dispuso de un equipo móvil de la Agencia Córdoba Turismo, que recorrió sitios frecuentados habitualmente por los turistas, como el caso de shoppings y paseos de compra, hoteles, restaurantes y también las inmediaciones del Estadio de fútbol Mario Alberto Kempes. Estas unidades estaban compuestas por personal bilingüe, con manejo del idioma portugués, y se encargaron de facilitar folletería y brindar información pertinente a las personas que arribaron a la ciudad con motivo de disfrutar del certamen continental. (Agencia Córdoba Turismo, 2 de Julio de 2011).

Por su parte, la Municipalidad de Córdoba, también dispuso de varias actividades para dinamizar el evento. Entre ellas se destaca un programa denominado con el nombre "Jugá tu propio partido", en donde tanto las personas oriundas de la ciudad como los visitantes podían disputar un partido de fútbol en un campo de juego instalado en la Plaza San Martín. También, en dicho sitio, la gente pudo participar de concursos de danzas y degustar diferentes platos típicos de los países participantes del torneo. (02.07.2011 Agencia Córdoba Turismo).

Durante la primera semana del evento, el titular de la Agencia Córdoba Turismo, Gustavo Santos, afirmó que la capacidad hotelera se vio colmada en la capital cordobesa, asegurando que la mayor cantidad de visitantes extranjeros provenían de Brasil. (Diario La Voz, 1 de Julio de 2011).

Por otra parte, al coincidir el receso vacacional de invierno con la Copa América, las plazas hoteleras y las cabañas ubicadas en las sierras de Córdoba y en la capital provincial, llegaron a más del 80% de ocupación, siendo la localidad de Carlos Paz uno de los destinos predilectos. (Diario La Voz, 11 de Julio de 2011).

Desde la Asociación Hotelera y Gastronómica, se dieron a conocer los datos que durante uno de los fines de semana de la Copa América, los hoteles cinco estrellas tuvieron una ocupación del 93% de sus plazas, los de cuatro estrellas un 94%, los de tres un 97%, los de dos un 76% y los de una estrella un 84%, mientras que los apart hotel tuvieron una ocupación total del cien por ciento. Debido esta gran demanda por el cambio de temporada y la Copa América, los diferentes hoteles de la ciudad, en general, aumentaron en un 15% sus tarifas habituales. (Diario La Voz, 14 de julio de 2011).

Por el lado del sector gastronómico, el trabajo se intensificó de manera considerable, ya que los restaurantes ampliaron notablemente su horario de atención durante los fines de semana y los días de partido, debido a la fuerte demanda que se produjo a partir del evento, aunque, según la Asociación Hotelera y Gastronómica, los valores en los platos y menús no han sido modificados. (Diario La Voz, 14 de julio de 2011).

También, desde la Cámara de Comercio de Córdoba, se llegó a un análisis altamente positivo sobre el evento, aseverando que varios rubros como combustibles, indumentaria, regalería y calzado, entre otros, obtuvieron un 20% más de demanda agregada durante los días del evento, con respecto a meses anteriores. (Diario La Voz, 14 de julio 2011).

Mendoza:

La ciudad de Mendoza también fue sede de 4 encuentros pertenecientes al certamen sudamericano. Allí, según estadísticas oficiales, el saldo fue más que positivo, ya que se estima que hubo un ingreso de 190 millones de pesos durante los días del torneo, superando ampliamente a los arrojados por la Vendimia, la fiesta popular más trascendente de la región. (Agencia Telam 23 de Julio de 2011).

Por la capital cuyana pasaron alrededor de 65.000 turistas, de los cuales el 71% eran oriundos de Chile, el 8% fueron uruguayos, el 6% peruanos y el 3% mexicanos. Tam-

bién, entre los paraguayos y los venezolanos conformaron un 4%, y el restante 8% estuvo integrado por visitantes procedentes de Brasil, Estados Unidos y Europa. (Agencia Telam 23 de Julio de 2011).

El mayor número de visitas extranjeras se dio el día 12 de julio, en el encuentro que disputaron las selecciones de Chile y Perú, conformando un total de 46.000 asistentes, de los cuales 37.500 eran de procedencia chilena. (Agencia Telam 23 de Julio de 2011). Cabe destacar que los turistas argentinos que se acercaron a Mendoza por el evento, provenían en su mayoría de Córdoba, Buenos Aires y Santa Fe. (Pagina Mendoza, Cuyo 1 de Agosto de 2011).

Según palabras del titular de Planificación Turística de la Secretaría de Turismo de Mendoza, Raúl Sánchez, el gasto per cápita de los turistas fue de alrededor de 500 pesos por día. Además, destacó que el 49% de los visitantes arribó acompañado de su núcleo familiar y el 41% lo hizo mediante su grupo de amigos, determinando que los visitantes chilenos permanecieron alrededor de seis días en la capital mendocina. (Agencia Telam 23 de Julio de 2011).

En cuanto al sector hotelero, el Secretario de Turismo de la provincia aseguró que fueron cubiertas en su totalidad las 17 camas disponibles en el Gran Mendoza, mientras que muchas otras personas buscaron alojamiento en lugares alternativos. De este modo, el 60% de los turistas decidió hospedarse en hotelería convencional, mientras que los restantes lo hicieron en casas de familiares y amigos. (Agencia Telam 23 de Julio de 2011). En este sentido, se tuvieron que habilitar casas particulares y clubes, para aquellas personas que no pudieron encontrar sitios donde poder alojarse. (Pagina Mendoza Cuyo, 1 de Agosto de 2011).

La responsable de La Casa del Visitante, el área turística de Bodegas, Julia Zuccardi, también realizó un balance positivo en cuanto a los beneficios del evento en la región, ya que, según sus palabras, hubo un 25% más de visitas en comparación con el mes de Julio del año 2010. (Agencia Telam 23 de Julio de 2011). De esta manera, se produjo un cambio cualitativo muy marcado en el tipo de visitante, debido a que en el mes de julio Mendoza es visitada por gran cantidad de argentinos, y en este caso la ciudad contó con la presencia de turistas provenientes de países que no frecuentan habitualmente la región, como el caso de los uruguayos y los peruanos. Además, se trató de

un segmento de visitantes que efectuó un gasto un tanto más elevado que el habitual. (Agencia Telam 23 de Julio de 2011).

A partir de estos datos, la ciudad de Mendoza fue la sede que más ingresos económicos directos obtuvo a partir de la Copa América. Esto se dio principalmente a la gran cantidad de residentes chilenos que se acercaron a ver a su selección. (Agencia Telam 23 de Julio de 2011).

Pero más allá de los beneficios económicos, se estima un gran crecimiento a mediano y largo plazo, ya que, según encuestas realizadas por la Secretaría de Turismo de la provincia, el 88% de los visitantes estaría dispuesto a regresar en algún momento. Esto debe agregarse al efecto multiplicador que producen las recomendaciones directas de los turistas a familiares y amigos, y a los más de 500 periodistas acreditados de todo el mundo que se acercaron a la ciudad para cubrir el evento. (Agencia Telam 23 de Julio de 2011).

Jujuy:

Jujuy fue otra de las sedes del evento continental, recibiendo un gran apoyo a nivel nacional para su organización. San Salvador contó con la remodelación y ampliación del estadio 23 de agosto para recibir allí dos partidos pertenecientes a la primera fase del torneo. (Secretaría de Turismo de Jujuy, pagina consultada 18 de Agosto de 2011).

Según datos de la Secretaría de Turismo y Cultura de la Provincia, arribaron 18.750 personas en calidad de turistas con motivo de la Copa América. El promedio de estadía de estos visitantes fue de 3 días.

Además, se estimó que el gasto diario per cápita fue de \$ 280, generando un ingreso total de \$ 15.750.000, distribuidos en alojamiento, gastronomía, entradas a espectáculos, regalos y excursiones, entre otros.

San Juan:

Otra de las subsedes de la Copa América fue San Juan, que sirvió de anfitriona para dos partidos de la primera fase del certamen. Para ello, la ciudad dispuso la construcción del denominado Estadio del Bicentenario.

Según datos y estadísticas del Ministerio de Turismo y Cultura local, durante el primer fin de semana en el que se disputó el torneo, entre las personas que se alojaron y arribaron a ver los partidos, conformaron un total de 15.000 visitantes, generando un ingreso aproximado de \$ 15.180.000, dando un gasto diario per cápita de U\$S 160. (Página Ministerio de Turismo y Cultura de San Juan 5 de Julio de.2011).

Al igual que la provincia de Mendoza, San Juan se vio beneficiada en mayor parte por la llegada de visitantes de nacionalidad chilena, conformando este segmento el 65% del total de las visitas. El resto mostró a un 20% de uruguayos, un 10% de mexicanos y un 5% de visitantes oriundos de Perú. También, se dio a conocer que El Parque Provincial Ichigualasto, uno de los atractivos más importantes de la región, recibió un total de 665 visitas. (Página Ministerio de Turismo y Cultura de San Juan 5 de Julio de.2011).

Con respecto al segundo fin de semana, las autoridades de la región indicaron que la ocupación hotelera conformó un 72%, entre los días sábado y domingo, número equivalente a 12.000 turistas, de los cuales el 80% fueron de nacionalidad chilena. En este caso, el gasto turístico fue también de U\$S 160 diarios por persona, siendo el ingreso total de unos \$ 11.600.000. (Página Ministerio de Turismo y Cultura de San Juan 18 de Julio de.2011).

Salta:

Los organizadores del evento en la Provincia de Salta, estuvieron desde un principio muy entusiasmados con el movimiento turístico que generaría la Copa América en el lugar, permitiendo una promoción que conllevaría un aumento en el turismo receptivo. (Página Ministerio de Turismo y Cultura de Salta 24 de Mayo de 2011).

El slogan utilizado por el Ministerio de Turismo y Cultura para promocionar a Salta como sede de la Copa fue "Salta tan linda que enamora". Para esto, se realizó una caravana promocional en Córdoba, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, distintos puntos de la Provincia de Buenos Aires y provincias vecinas. En la ciudad de Salta se disputaron, en el estadio Padre Ernesto Martearena, dos partidos los días 9 y 13 de julio. (Pagina Ministerio de Turismo y Cultura de Salta 24 de Mayo de 2011).

En los encuentros, se entregaron folletos sobre los diversos atractivos de la provincia y objetos típicos de la región a modo de souvenirs en los diferentes accesos al estadio. A la vez que se instaló en el acceso principal al estadio, un stand institucional de la provincia, donde se encontraban las mascotas características del Ministerio de Turismo y Cultura. (Nuevo Diario de Salta, 10 de Agosto de 2011).

La ocupación hotelera en promedio en Salta capital fue de un 90 %, y de un 75% en los destinos del interior de la provincia, a modo de garantizar el hospedaje, se abrió un registro de casas de familia, ya que los partidos coincidieron con la fecha de las vacaciones de invierno en casi todo el país. (Nuevo Diario de Salta, 10 de agosto de 2011)

Las actividades para los turistas se realizaron en la Plaza 9 de Julio, siendo éstas shows, muestras, eventos y cursos de invierno. (Nuevo Diario de Salta, 10 de agosto de 2011). También, se llevó adelante un City Tour, que recorrió el casco histórico, el Complejo Teleférico y San Lorenzo. (Nuevo Diario de Salta).

Para presenciar los encuentros, arribaron a Salta alrededor de 7.000 extranjeros, efectuando un gasto aproximado de U\$S 300 cada uno, con un promedio de 3 días de estadía. (Nuevo Diario de Salta, 10 de agosto de 2011).

Los datos arrojados por el Ministerio de Turismo y Cultura local, indicaron que el ingreso por la Copa América en la ciudad fue de U\$S 2.000.000. La gran mayoría de los visitantes fueron oriundos del Paraguay. (Agencia Télam, 18 de Julio de 2011).

Capítulo 6:

Resultados de la Investigación:

En este capítulo se presentará el estudio realizado para medir el impacto turístico que provocó el evento Copa América 2011 en la ciudad de La Plata.

Para ello se tomaron como objeto de estudio cuatro encuestas:

Encuesta 1: Comportamiento Turístico. Copa América La Plata 2011. Fuente: Dirección Provincial de Desarrollo de Calidad y Servicios Turísticos. Secretaria de Turismo de la Provincia de Buenos Aires. Julio 2011.

Encuesta 2: Encuesta de elaboración propia.

Encuesta 3: Copa América 2011. Informe de Ocupación Hotelera y Bus Turístico. Fuente: Dirección Provincial de Desarrollo de Calidad y Servicios Turísticos. Dirección de Planeamiento Estratégico. Departamento de Estadísticas. Agosto 2011.

Encuesta 4: Encuesta sobre lugar de residencia de turistas extranjeros que asistieron al evento, alojamiento utilizado y calificación de los servicios turísticos existentes en la Ciudad. Fuente: Observatorio de Turismo de Reuniones (MICE). Secretaria de Turismo de la Provincia de Buenos Aires. Diciembre de 2011.

Con los diferentes datos aportados en las distintas encuestas se procederá a determinar el gasto de los turistas en el evento, el gasto en la organización del mismo, aplicando, de ser posible, el método ABC y el método AIO.

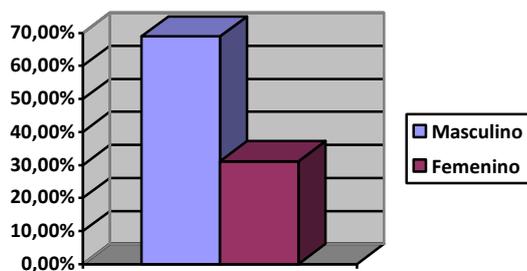
Encuesta 1:**Comportamiento turístico durante la Copa América 2011 en la ciudad de La Plata**

(Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires).

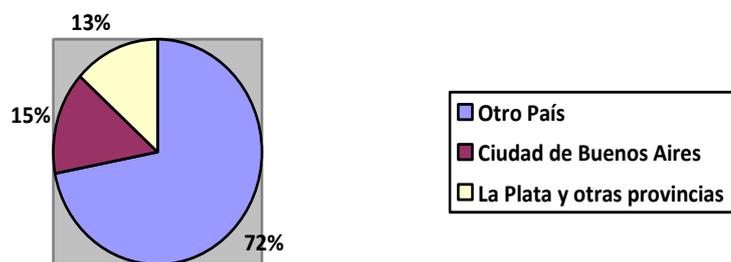
La encuesta se realizó a 196 personas que concurrieron a la ciudad de La Plata con motivo de la Copa América 2011 durante los días en los que se disputaron los partidos. Se realizaron en las inmediaciones del Estadio Único, en forma personal, mediante preguntas semiestructuradas, con opciones de respuestas cerradas. De este modo, se obtuvieron los siguientes resultados.

a) Composición del grupo turístico total:**1) Sexo:**

Sexo	Porcentaje	Total	
Masculino	68,9%	196	100 %
Femenino	31,1%		

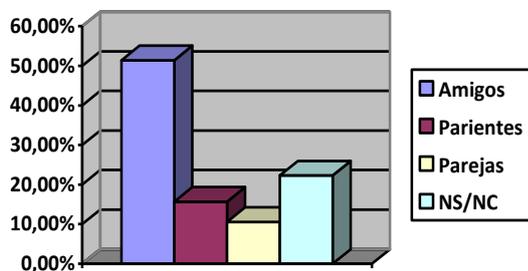
**Procedencia**

Lugar de Procedencia	Porcentaje
Otro País	72%
Ciudad de Buenos Aires	14,6%
La Plata y otras provincias	13,4%



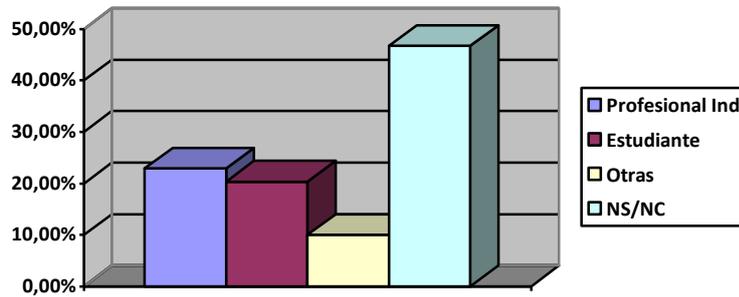
2) Composición de los grupos:

Grupos	Porcentaje
Amigos	51,4%
Parientes	15,7%
Parejas	10,6%
NS/NC	22,3%



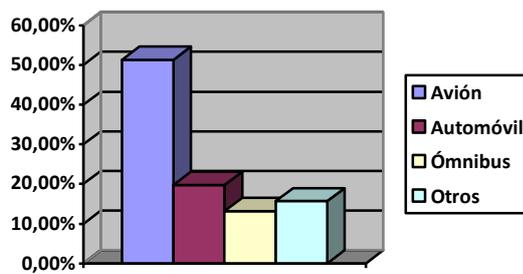
3) Profesiones de los encuestados:

Profesiones	Porcentaje
Profesional Ind	22,9%
Estudiante	20,4%
Otras	10%
NS/NC	46,7%
Total	100%



4) **Medio de Transporte Utilizado:** Se considera el medio de transporte utilizado para llegar a la Argentina.

Transporte Utilizado	Porcentaje
Avión	51,3%
Automóvil	19,8%
Ómnibus	13,2%
Otros	15,7%

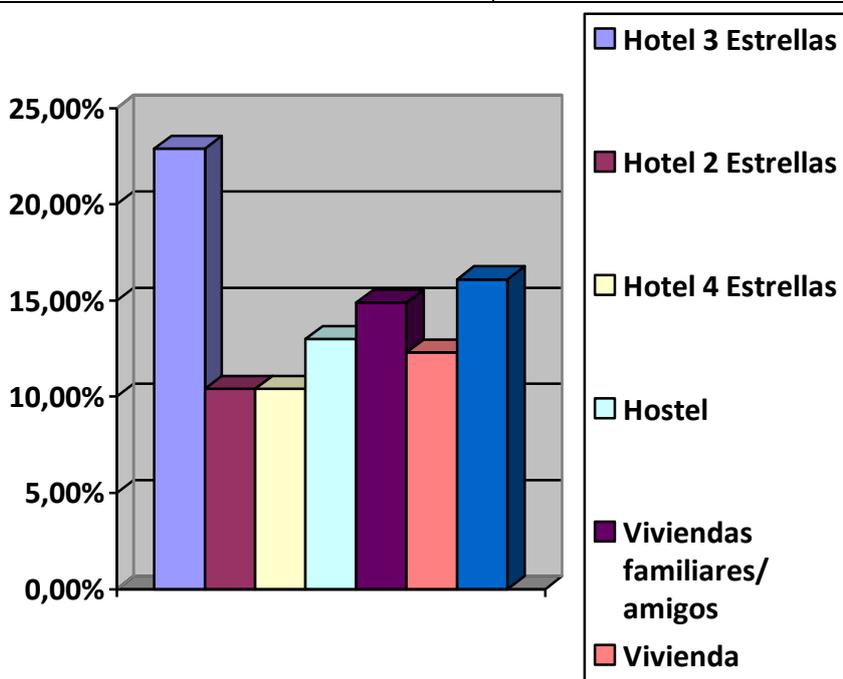


5) **Alojamiento:** Pregunta relacionada al porcentaje de personas que debió pernoctar para asistir al evento.

El 74,6% de los encuestados pernoctó en algún tipo de alojamiento, de estos el 52,1% se hospedó en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, mientras que el 22,5% se hospedó en otras ciudades.

6) Hospedajes elegidos:

Tipo de Hospedaje	Porcentaje
Hotel 3 Estrellas	22,9%
Hotel 2 Estrellas	10,4%
Hotel 4 Estrellas	10,4%
Hostel	13%
Viviendas familiares/ amigos	14,9%
Vivienda Alquilada	12,3%
Otros	16,1%



Resulta importante resaltar que la media de pernocte fue de 8,54 noches por persona.

7) Gasto:

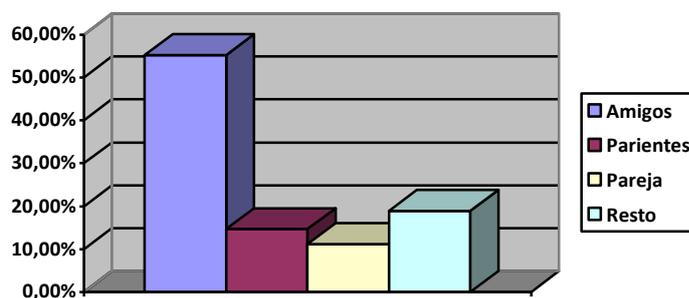
El gasto por persona por día total aproximado fue de \$ 1.042, 52

b) Comportamiento de los turistas extranjeros:

Los turistas extranjeros representan como ya se ha mencionado el 72% de la muestra.

Composición de los grupos:

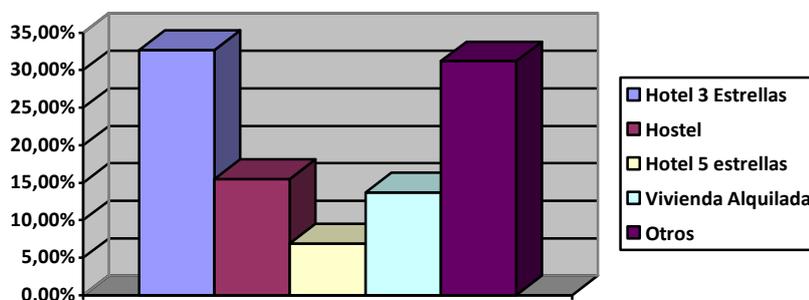
Grupo	Porcentaje
Amigos	55,2%
Parientes	14,7%
Pareja	11,2%
Resto	18,9%



- 1) De los turistas extranjeros encuestados, el 88,6 % pernoctó en algún tipo de alojamiento para asistir a la Copa.
- 2) El 65,2 % de los turistas extranjeros encuestados se alojó en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, mientras que el 29 % se alojó en la ciudad de La Plata.

Hospedajes elegidos:

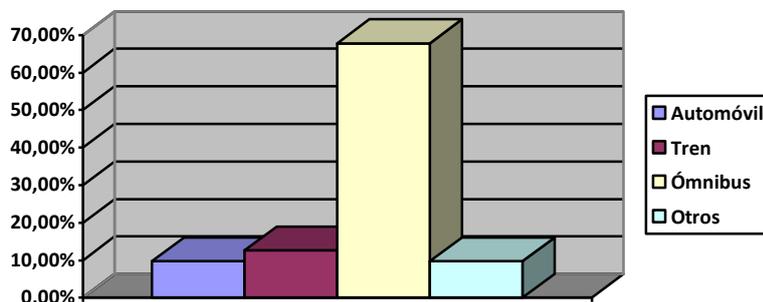
Tipo de Hospedaje	Porcentaje
Hotel 3 Estrellas	32,7%
Hostel	15,5%
Hotel 5 estrellas	6,9%
Vivienda Alquilada	13,7%
Otros	31,2%



3) El número promedio de pernocte de los turistas extranjeros encuestados fue de 9,59 día.

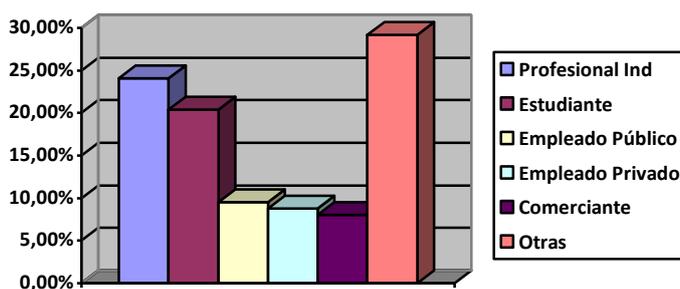
4) **Medio de Transporte Utilizado:** Se considera el medio de transporte utilizado para llegar a la ciudad de La Plata.

Transporte	Porcentaje
Automóvil	9,8%
Tren	12,6%
Ómnibus	67,8%
Otros	9,8%



5) Profesiones:

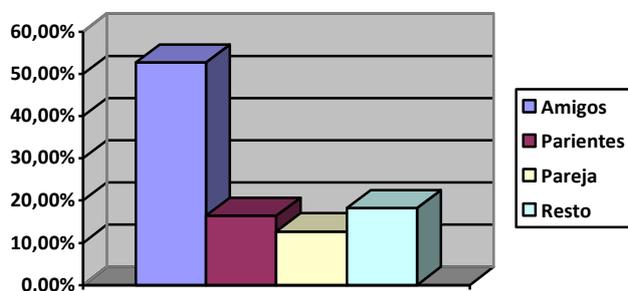
Profesiones	Porcentaje
Profesional Ind	24,1%
Estudiante	20,4%
Empleado Público	9,5%
Empleado Privado	8,8%
Comerciante	8%
Otras	29,2%



c) Turistas que pernoctaron en la ciudad de La Plata: Se corresponden con el 29% del total de encuestados extranjeros que asistieron a la Copa América.

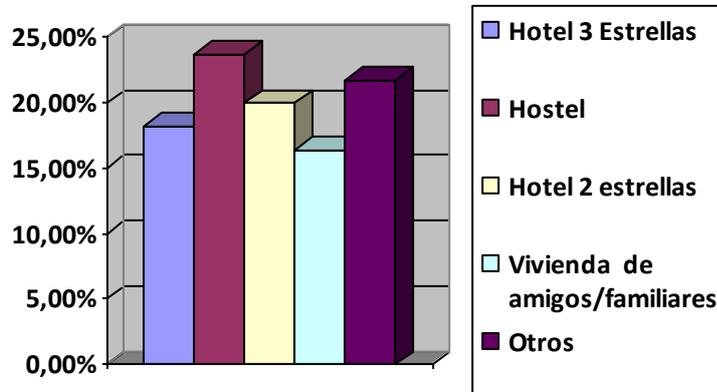
1) Composición de los grupos:

Grupo	Porcentaje
Amigos	52,7%
Parientes	16,4%
Pareja	12,7%
Resto	18,2%



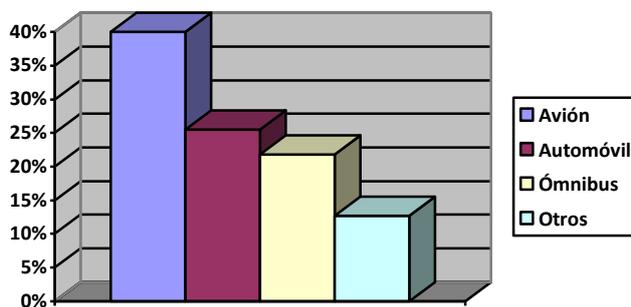
2) Hospedajes elegidos en La Plata:

Tipo de Hospedaje	Porcentaje
Hotel 3 Estrellas	18,2%
Hostel	23,7%
Hotel 2 estrellas	20%
Vivienda de amigos/familiares	16,4%
Otros	21,7%



3) **Medio de Transporte Utilizado:** Se considera el medio de transporte utilizado para llegar a la Argentina de los turistas que se hospedaron en la Ciudad de La Plata.

Transporte	Porcentaje
Avión	40%
Automóvil	25,5%
Ómnibus	21,8%
Otros	12,7%



4) El gasto diario por persona de los turistas extranjeros en la Ciudad de La Plata ascendió a \$352,52.

Cálculo de efectos económicos del Evento:

a) Total incluye turistas extranjeros y nacionales que se hospedaron en La Plata y Ciudad Autónoma de Buenos Aires:

	Asistentes a los encuentros aproximados	Estadía Media	Gasto Diario por persona	Total
Turistas	90000	8,54 días	\$1042,52	\$801.280.872

b) Turistas extranjeros que se hospedaron en La Plata (Aproximadamente 29%):

	Asistentes a los encuentros que pernoctaron en La Plata aproximados	Estadía Media	Gasto Diario por persona	Total
Turistas	26100	9,59 días	\$352,52	\$88.235.403,48

La cantidad de asistentes se estimó a partir de la capacidad del estadio y la cantidad de asistentes que hubo en las demás sedes del evento, debido a que no se encontraron datos fehacientes sobre esto en la Provincia de Buenos Aires.

El gasto total de los turistas extranjeros que se hospedaron en la ciudad de La Plata fue de \$ 88.235.403, 48.

En tanto, el Producto Bruto Geográfico (PBG) total de la ciudad de La Plata durante el año de la Copa América fue de \$ 7.129.815.621. Además, el PBG del sector de Hotelería y Restaurantes fue de \$ 111.858.869 y por otro lado, en el caso de Servicio de Transporte, de almacenamiento y de comunicaciones, el mismo se calculó en \$ 484.977.456,3, también para el año 2011.

A partir de estos datos se puede determinar que el gasto efectuado por los turistas durante el evento representó el 1,24% del total del PBG del año 2011 para la Ciudad de La Plata. En tanto para el caso de Hotelería y Restaurantes el gasto de los turistas

durante el evento representó el 78,8% del total del mismo y para el caso del sector Servicio de Transporte, de almacenamiento y de comunicaciones correspondió a un 18,2% del mismo.

Los datos del PBG de la Ciudad de la Plata a precios del año 2011 surgen de los siguientes cálculos:

- Producto Bruto Geográfico (PBG) total de la ciudad de La Plata 2004 expresado en pesos de 1993: \$ 3.555.583.340 (Dirección Provincial de Estadística, 2005) X \$ 481,72 (SIPM mes de la Copa Julio 2011) / \$ 240, 23 (SIPM Diciembre de 2004)= \$ 7.129.815.621.
- Producto Bruto Geográfico (PBG) del sector Hotelería y Restaurantes de la ciudad de La Plata 2004 expresado en pesos de 1993: \$ 55.783.144 (Dirección Provincial de Estadística, 2005) X \$ 481,72 (SIPM mes de la Copa Julio 2011) / \$ 240, 23 (SIPM Diciembre de 2004)=\$ 111.858.869,1.
- Producto Bruto Geográfico (PBG) del área de Servicio de Transporte, de almacenamiento y comunicaciones de la ciudad de La Plata 2004 expresado en pesos de 1993: \$ 241.854.468 (Dirección Provincial de Estadística, 2005) X \$ 481,72 (SIPM mes de la Copa Julio 2011) / \$ 240, 23 (SIPM Diciembre de 2004)= \$ 484.977.456,3.

Encuesta 2:

Análisis de encuestas de elaboración propia:

La siguiente encuesta fue realizada a diferentes hoteles, hostels y restaurantes de la ciudad de La Plata, para medir el impacto que produjo la Copa América 2011 en sus locales.

Para este relevamiento, se realizó una primera encuesta a un total de 7 hostels y hoteles, y una segunda encuesta dirigida a 6 restaurantes de la ciudad.

Por otra parte, se intentó realizar una encuesta dirigida a las agencias de turismo receptivo de la ciudad, pero según palabras de Karina Zyromski, integrante de la Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo de la Ciudad de La Plata, no hay agencias de turismo receptivo ni que hayan trabajado en el evento.

El método utilizado fue el de encuesta personal, concurriendo a los lugares mediante preguntas de opción múltiple, dicotómicas y abiertas.

a)

Encuesta realizada a Hoteles y Hostels de la ciudad de La Plata:

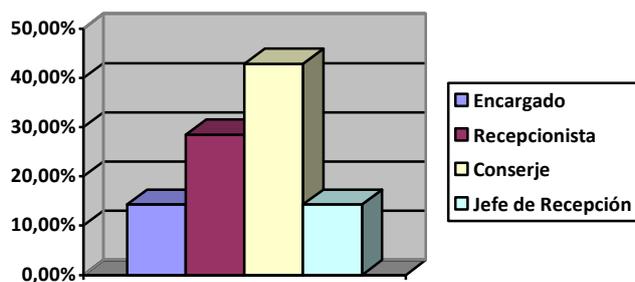
Los sitios elegidos fueron los siguientes:

- Hostel del Bosque.
- Hotel Corregidor.
- San Marco Hotel.
- La Plata Hotel.
- Hotel Argentino.
- Hotel del Rey.
- Hotel del Sol.

A continuación se detallan características de los encuestados:

1) Cargo de los encuestados:

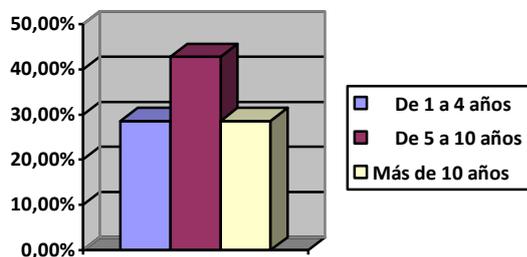
Cargo	Porcentaje
Encargado	14,3%
Recepcionista	28,5%
Conserje	42,9%
Jefe de Recepción	14,3%



2) Antigüedad en el cargo de los encuestados:

Por Rangos:

Rango	Porcentaje
De 1 a 4 años	28,6%
De 5 a 10 años	42,8%
Más de 10 años	28,6%



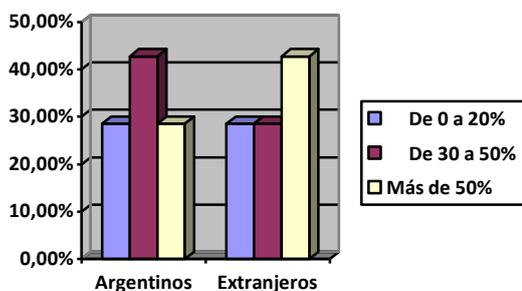
Análisis de cada pregunta:

1. Incremento de la ocupación durante el evento:

El 100% de los encuestados expresó que el incremento de la ocupación hotelera fue muy elevado con motivo del evento, incluyendo gran cantidad de reservas anticipadas dentro de los 2 a 3 meses anteriores a dicho acontecimiento.

2. Porcentaje de ocupación de extranjeros y argentinos:

Rango	Argentinos	Extranjeros
De 0 a 20%	28,6%	28,6%
De 30 a 50%	42,8%	28,6%
Más de 50%	28,6%	42,8%



La mayoría de los extranjeros eran de las siguientes nacionalidades:

- Uruguayos.
- Mejicanos.
- Brasileños.

3. Beneficio Económico:

El 71,4% de los encuestados obtuvo un beneficio económico alto con motivo del evento, en tanto que el 28,6% expreso haber obtenido un beneficio económico muy alto.

4. Contratación de Personal:

Solo el Hotel del Rey expreso que debió contratar personal para el evento, mientras que los otros 6 encuestados no debieron recurrir a ello.

5. Paquetes especiales:

Solo el Hostel del Bosque ofreció descuentos en sus tarifas durante los días de partido, mientras que el resto no ofreció ningún tipo de promoción.

6. Convenios:

Ninguno de los encuestados firmo convenios con los organismos públicos tanto provinciales como municipales.

7. Promoción del evento Copa América:

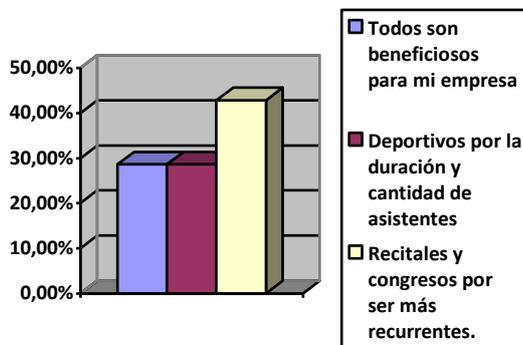
El 71,4% de los encuestados consideró muy buena la promoción del evento, resaltando la publicidad y difusión impulsada desde el Estado. Aunque por otro lado, resaltaron que existió cierta falta de planificación en cuanto a la capacidad hotelera, lo que impidió hospedar mayor cantidad de visitantes en la ciudad.

8. Opinión sobre la realización de eventos en la Ciudad:

El 71,4 % de los encuestados consideró excelente la realización de este tipo de eventos. Debido a los beneficios que conllevan tanto para las empresas hoteleras como para la ciudad. Se destaca por otro lado la necesidad de participación estatal en la búsqueda de inversiones hoteleras. Concluyendo que los eventos posicionan internacionalmente a los productos platenses y su hotelería.

9. Eventos más beneficiosos para su empresa:

Evento	Porcentaje de opinión
Todos son beneficiosos para mi empresa	28,6%
Deportivos por la duración y cantidad de asistentes	28,6%
Recitales y congresos por ser más recurrentes.	42,8%



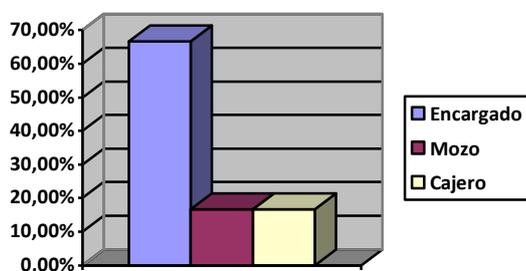
Encuesta realizada a restaurantes de la ciudad de La Plata:

Los sitios elegidos para fueron los siguientes:

- La Trattoria.
- Me Piace.
- Carlitos.
- Nativo.
- Bolivar.
- Runnies.

A continuación se detallan características de los encuestados:**1) Cargo de los encuestados:**

Cargo	Porcentaje
Encargado	66,67%
Mozo	16,67%
Cajero	16,67%

**2) Antigüedad en el Cargo:**

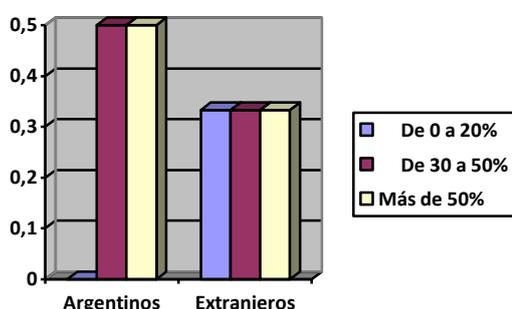
Los encuestados tenían una antigüedad en el cargo de entre 2 y 6 años.

Análisis de cada pregunta:**1. Incremento de los comensales durante el evento:**

El 66,67% de los encuestados expresó que el incremento de los comensales fue considerable con motivo del evento.

2. Porcentaje de ocupación de extranjeros y argentinos:

Rango	Argentinos	Extranjeros
De 0 a 20%	0	33,3%
De 30 a 50%	50%	33,3%
Más de 50%	50%	33,3%



La mayoría de los extranjeros eran de las siguientes nacionalidades:

- Uruguayos.
- Mejicanos.
- Brasileños.

3. Beneficio Económico:

El 66,67% de los encuestados obtuvo un beneficio económico alto con motivo del evento, en tanto que el 33,3% expresó haber obtenido un beneficio económico medio.

4. Contratación de Personal:

Solo el restaurante Runnies expresó que debió contratar personal, en gran medida, para el evento, mientras que los otros 5 encuestados no debieron recurrir a ello.

5. Menus especiales:

Ningún restaurante ofreció menús especiales o algún tipo de promoción especial durante los días de partido.

6. Convenios:

De los encuestados, solo el restaurante La Trattoria firmó un convenio de colaboración con la Municipalidad de La Plata, en tanto que el resto no firmó ningún tipo de convenio con los organismos públicos provinciales o municipales.

7. Tarjeta de descuentos provincial:

La tarjeta de descuentos provincial fue utilizada en baja medida por aquellos que tuvieron acceso a la misma.

8. Promoción del evento Copa América:

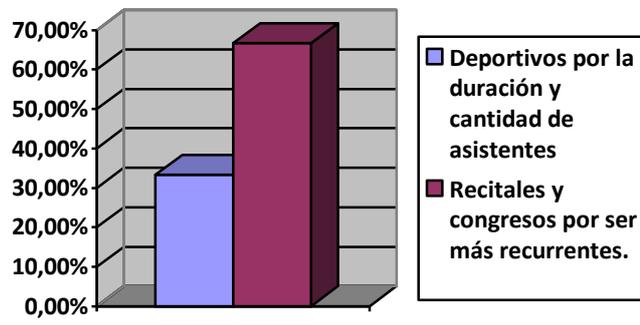
El 66,67% de los encuestados consideró que la promoción del evento fue buena, resaltando algunos la falta de publicidad y difusión impulsada desde el Estado.

9. Opinión sobre la realización de eventos en la Ciudad:

El 66,67% de los encuestados consideró excelente la realización de este tipo de eventos. Debido a que desarrollan el turismo en la ciudad conllevando un aumento en sus comensales.

10. Eventos más beneficiosos para su empresa:

Evento	Porcentaje de opinión
Deportivos por la duración y cantidad de asistentes	33,33%
Recitales y congresos por ser más recurrentes.	66,67%



Encuesta 3:

Ocupación Hotelera y Bus Turístico durante la Copa América 2011.

La encuesta que se detallará a continuación, se realizó durante las fechas de partidos para determinar las características de algunos grupos de turistas que concurrieron a la ciudad de La Plata con motivo de la Copa América 2011.

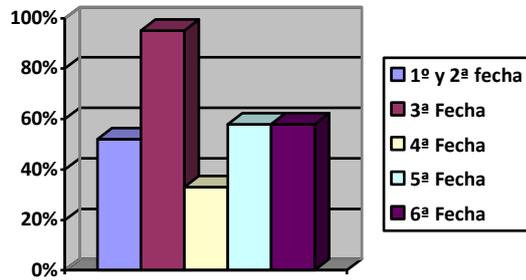
Fechas de La Copa América en La Plata:

- 1° Fecha: Argentina- Bolivia.
- 2° Fecha: Brasil- Venezuela.
- 3° Fecha: Uruguay- México.
- 4° Fecha: Brasil- Paraguay.
- 5° Fecha: Uruguay- Perú.
- 6° Fecha: Venezuela-Perú.

1) Ocupación hotelera:

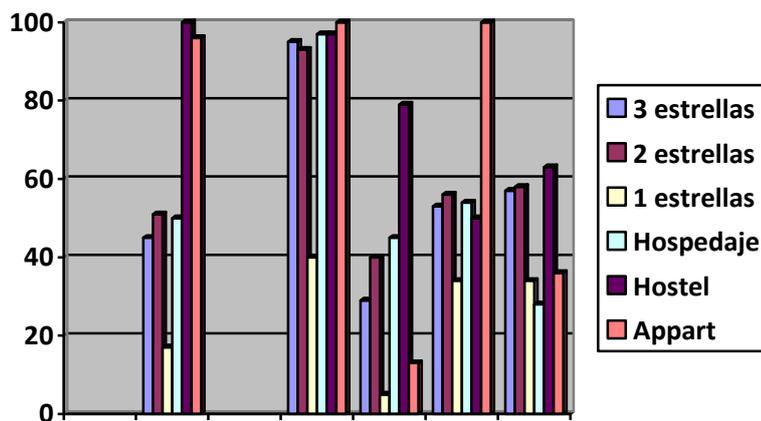
Se refiere a la ocupación hotelera en las fechas de partidos.

Fecha	Porcentaje de Ocupación
1° y 2ª fecha	52%
3ª Fecha	95%
4ª Fecha	33%
5ª Fecha	58%
6ª Fecha	58%



2) Ocupación hotelera en La Plata por categoría:

Categoría	1° y 2° Fecha	3° Fecha	4° Fecha	5° Fecha	6° Fecha
	%	%	%	%	%
3 estrellas	45	95	29	53	57
2 estrellas	51	93	40	56	58
1 estrellas	17	40	5	34	34
Hospedaje	50	97	45	54	28
Hostel	100	97	79	50	63
Appart	96	100	13	100	36



3) Pasajeros en el Bus turístico durante La Copa América:

Del total de los pasajeros durante el mes de Julio del año 2011 (1705), el 17,9% de los mismos se encontraba en la Ciudad, con motivo de participar de alguno de los partidos que se disputarían.

4) Procedencia de los pasajeros cuyo motivo de la visita fue la Copa América:

Procedencia por Países:	%
Uruguay	29,7
Colombia	12,4
Venezuela	9,5
Brasil	6,5
Perú	5,2
Ecuador	2,9
México	2,3
Francia	1,0
Bolivia	0,7
España	0,7
Total por países:	70,9%
Procedencia por Provincias	
Pcia. Bs As	18,3
Chubut	2,3
Río negro	1,6

Santa Fe	1,3
La Pampa	1,3
Tucumán	1,0
San Juan	0,7
Córdoba	0,3
Italia	0,3
Chile	0,3
Misiones	0,3
Total por Pcia:	27,7%

El 1,3% de los encuestados no reveló su procedencia.

Encuesta 4:

Encuesta realizada por el área de Turismo de Reuniones, perteneciente a la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires.

- **Lugar de procedencia de los visitantes extranjeros fue:**

- Brasil 32%
- Uruguay 24%
- México 12%
- Venezuela 8%
- Otros 24%

Calificación de los servicios:

- **Gastronomía:**

Excelente	31%
Muy bueno	40%
Bueno	22%
Regular	7 %
Malo	0%
- **Alojamiento:**

Excelente	35%
Muy bueno	40%
Bueno	25%
Regular	0%
Malo	0%
- **Lugar del Evento:**

Excelente	44%
Muy bueno	44%
Bueno	12%
Regular	0%
Malo	0%
- **Excursiones:**

Excelente	28%
Muy bueno	50%
Bueno	17%
Regular	5%
Malo	0%

Resulta importante destacar, a partir de los datos relevados el impacto que generó la llegada de los turistas extranjeros a la ciudad. De esta forma, podemos concluir que la mayor concurrencia se observó en la fecha número 3, en la que se disputó el partido entre Uruguay y México, ya que, junto con los brasileros, fueron las personas oriundas de estas nacionalidades las que más impacto generaron en la ciudad de La Plata durante la realización del evento. En tanto que el gasto de turistas extranjeros por día se calculó en \$ 352,52 por persona.

Por otra parte, la gran mayoría de los turistas extranjeros tuvo una visión positiva en cuanto a la gastronomía, el alojamiento, el Estadio Único y las excursiones que pudieron realizar en la ciudad, en las que se incluyó el recorrido del bus turístico. Esto se corresponde con la opinión de los encuestados pertenecientes a diferentes empresas prestadoras de servicios turísticos, que vieron como positiva la realización de la Copa América.

Los resultados demostrados en el presente capítulo son producto de los datos aportados por la Secretaria de Turismo, la Dirección de Estadísticas de la Provincia de Buenos Aires y de una encuesta de elaboración propia, como se ha explicitado al momento de la presentación de cada uno de ellos.

Los primeros datos presentados son acerca del Comportamiento Turístico durante la Copa América 2011 en la ciudad de La Plata, los cuales detallan el lugar de procedencia de los turistas, la composición de los grupos, las profesiones de los encuestados, el medio de transporte utilizado para llegar tanto al país como a la Ciudad, los Alojamientos/Hospedajes elegidos y el gasto diario total por persona, tanto de los turistas extranjeros que se hospedaron en la ciudad de La Plata y Capital Federal, así como también de aquellos que pernoctaron en la Ciudad de La Plata. A partir de estos datos se calculó el gasto total de los turistas que se hospedaron en La Plata y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y el de los turistas que se hospedaron exclusivamente en la ciudad anfitriona del evento. Luego, se relacionó el gasto total para la Ciudad de La Plata, a partir del Producto Bruto Geográfico (PBG) del año 2011 para esta ciudad, teniendo en cuenta tanto el total, como el de los sectores relacionados al turismo, ya que el PBG representa el valor de los bienes y servicios finales producidos en una región durante un período de tiempo determinado. De esta manera, se logró obtener el porcentaje que representó el evento con respecto al PBG total y los sectores relacionados al turismo.

Los datos expuestos fueron relacionados a la opinión de los prestadores de servicios turísticos del rubro hotelero y gastronómico de la ciudad. A partir de esta cuestión, se pudo obtener el incremento de la ocupación hotelera o en la cantidad de comensales, para el caso de los restaurantes, el porcentaje aproximado de extranjeros que concurren a los establecimientos y sus nacionalidades, el beneficio económico aproximado que obtubieron los comerciante durante el evento, la necesidad de contratar personal, la existencia de Paquetes, menus especiales o convenios con entidades públicas y por ultimo las opiniones personales sobre la Promoción del evento Copa América y la realización de eventos en la Ciudad, resaltando los más beneficiosos para cada empresa

Por último, se presentó la ocupación Hotelera total y por categorías, así como la cantidad y la procedencia de los pasajeros del Bus Turístico durante las fechas de partidos de la Copa América 2011.

En cuanto a la aplicación puntual de la metodología planteada en la introducción de la presente tesis, se obtuvo información sobre el costo de remodelación del Estadio Ciudad de La Plata, no teniendo detalles sobre otros gastos en el evento, para poder realizar un análisis más completo. Por otra parte, lo que sí se pudo obtener fue el gasto efectuado por los turistas. Debido a la falta de algunos datos, se optó por establecer la relación entre el gasto de los visitantes y el PBG anual de la Ciudad de La Plata.

En cuanto a los efectos económicos inducidos sobre la producción y el empleo, generados por un incremento unitario en la demanda final de bienes y servicios, así como los generados por éstos en toda la economía, evaluados por medio del método AIO, debido a la inexistencias de tablas IMPUT-OUPUT en la Provincia de Buenos, no se llevó adelante.

Conclusiones:

A partir del presente trabajo de tesis se puede determinar que el evento Copa América 2011 sirvió a la ciudad como base para la planificación y organización de grandes eventos, tomando en cuenta los factores positivos y negativos que surgieron de la realización del mismo, siempre apuntando a mejorar la calidad de los servicios y la diversificación de la oferta turística.

Esta conclusión surge de los estudios realizados sobre diferentes aspectos, en primer lugar, en la organización del evento existió participación desde el Gobierno Municipal y la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, en la realización de diversas charlas y reuniones, tendientes a capacitar en turismo a diferentes integrantes de la oferta comercial de la ciudad. En ese sentido, se destacó la buena predisposición de las partes intervinientes, ya que el evento generó un gran interés en el sector privado. También, se llevaron adelante políticas que buscaron motivar y beneficiar a los turistas, como el caso de las tarifas especiales en los taxis. A la vez que, se llevaron adelante diferentes acciones conjuntas, como la instalación de una carpa de más de 600 metros en el centro de la Plaza Moreno, con una pantalla gigante encargada de transmitir los partidos del la Copa. Como parte de la señalética se colocaron más de 3000 banners en distintos puntos, que hacían alusión al evento y a los atractivos más singulares de la Ciudad. Además, se diseñó un software especial dirigido a los teléfonos celulares, donde se podía descargar información útil acerca de La Plata, como sus accesos, atractivos, gastronomía y el fixture del torneo, entre otros servicios.

Sin embargo, cabe destacar que de las encuestas realizadas surgió, que no se llevaron adelante convenios entre los agentes privados y públicos, hecho que no permitió una oferta turística, donde los restaurantes, por ejemplo, realizaran menús y platos alusivos al evento, y los hoteles, ofrecieran tarifas y servicios especiales a los turistas extranjeros que visitaron la ciudad con motivo del evento deportivo.

La provincia de Buenos Aires realizó para el evento una inversión en la remodelación y techado del Estadio Único Ciudad de La Plata, cuyo costó rondó los 81 millones de pesos. (Cronista.com, 18 de Febrero de 2011).

Para presentar los recursos patrimoniales de la Ciudad a los Turistas, la Secretaría de Turismo, implementó la circulación de un Bus Turístico, encargado de recorrer los atractivos más singulares de la ciudad. A la vez que, durante los días del evento, tanto en las inmediaciones del Estadio como en los diferentes espacios públicos y atractivos, pudo observarse personal municipal encargado de cuidar el orden y la limpieza de dichos sitios.

La opinión del evento fue positiva, tanto por parte del sector público como del privado. El Sector público destaca que la Copa América logró cumplir con el objetivo de posicionar internacionalmente a la capital de la Provincia dentro del mapa turístico de la Argentina, a partir de los encuentros deportivos disputados en el Estadio Único. Preparando de este modo a La Plata, para continuar generando espectáculos, congresos, convenciones y acontecimientos deportivos y culturales. En tanto que desde el sector privado se destacó a la transmisión de evento como modo de promoción de la Ciudad y la cantidad de turistas que llegaron a ella generando un movimiento atípico.

Dicha afluencia de turistas se vio reflejada en el aumento de los números de ventas y consumo en bares y restaurantes, incrementando la facturación entre un 40 y 50%, durante los días de partido. Por lo que a partir, de las encuestas realizadas a diferentes prestadores de servicios gastronómicos y de alojamiento de la ciudad, se puede concluir, que este tipo de eventos traen un beneficio económico considerable en sus respectivas empresas.

Como ya se ha mencionado los costos totales que se han informado ascienden a \$81 millones. Por otra parte, los beneficios totales calculados en el análisis ascienden a \$801.280.872 incluyendo a los turistas que se alojaron en la Ciudad de Buenos Aires y La Plata y a \$88.235.403,48, tomando solo los turistas que se alojaron en la Ciudad de La Plata. Con estos datos el evento arroja un ratio Beneficios/Costos de 9,89 para el primer caso y 1,89 para el segundo.

En las demás subsedes donde se disputaron menor cantidad de partidos, también el saldo fue positivo según los números difundidos. En la ciudad de Santa Fe se estimó un total de 85.000 visitantes, el gasto per cápita fue entre \$400 y \$800, dando un gasto total en hotelería, restaurantes y transportes de unos \$30.000.000. Por otra parte, la ciudad de Mendoza albergó a un total de 60.000 turistas, estimando un ingreso total de

\$190.000.000. Por su parte, Jujuy, en los dos partidos que llevó adelante, recibió la llegada de unos 18.750 visitantes, con un ingreso de \$15.750.000 y la ciudad de San Juan, a partir de los 15.000 turistas que visitaron la región, obtuvo un ingreso total de 15.180.000.

Recomendaciones:

Resulta importante destacar la limitada oferta de alojamiento que presenta, la Ciudad en la actualidad para albergar un evento de tal significancia. Ante dicha cuestión los organismos públicos han incentivado la construcción, por parte de inversores privados de cinco hoteles de alta gama, cuyas características fueron detalladas anteriormente en el presente trabajo de tesis. Esto será un salto de calidad en cuanto a la oferta de hospedaje, y el aumento de los salones útiles para el desarrollo del turismo de reuniones, que a la vez motivaría a que muchos más eventos puedan realizarse en la ciudad, permitiendo el desarrollo del turismo en ella.

Como pudo observarse a través, de las encuestas realizadas, la Tarjeta de Descuentos promovida por la Secretaría de Turismo de la Provincia no produjo un gran impacto en los locales adheridos. Esto se debió a que el beneficio no tuvo una gran difusión, por lo que en el futuro se debe hacer hincapié en la creación de este tipo de descuentos y facilidades relacionados a un determinado evento, ya que generan motivación y entusiasmo, tanto en los turistas como en los residentes de la ciudad.

En cuanto al empleo, desde los organismos públicos se destaca a este tipo de eventos como generadores del mismo. Sin embargo, según el estudio realizado, casi la totalidad de las empresas encuestadas no contrató personal durante dicho período.

Otro punto a trabajar es la creación de circuitos turísticos y formas de recorrer la ciudad, de manera que los turistas puedan conocer su riqueza patrimonial. Un ejemplo de esto son los nuevos recorridos a pie por el eje fundacional, impulsados desde el municipio que permiten apreciar de manera más detallada los diferentes sitios de interés de la ciudad.

Bibliografía:

Libros y Artículos PDF:

BOTERO JARAMILLO, Julie; LUIS RAMON Miriam; CAMAÑO BERENGUER, Tamará; MURCIA TERCERO Marcos. "Definición Turismo Urbano y Turismo Cultural" Universidad de Valencia, 2006.

COMISION EUROPEA. "Por un Turismo Urbano de Calidad. Gestión Integrada de la Calidad de los Destinos Turísticos Urbanos". Dirección General de Empresa, Unidad de Turismo, Bruselas, 2000.

CROUCH, G.C.; RITCHIE, J.R.B. y HUDSON, S. "Developing operational measures for the components of a destination competitiveness/sustainability model: consumer versus managerial perspectives". 2000. No publicado.

DE ELIZAGARATE, Victoria. "Marketing de Ciudades". Ediciones Pirámide, Madrid, 2003.

DELPY, L. "An Introduction to Sport and Adventure Tourism. In Sport and Adventure Tourism. New York. Haworth Hospitality Press. 2003.

DIRECCIÓN PROVINCIAL DE ESTADÍSTICAS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES. "Medición de la economía provincial. Provincia de Buenos Aires y sus Municipios (1993 – 2004)". La Plata, Septiembre de 2005.

GETZ, D."Special Events: Defining the Product". Tourism Management 10. 1989.

GETZ, D. "Trend-analysis; strategy; sport; tourism; marketing". Sport Marketing Quarterly [SMQ], 7(2), 8 - 13. 1998.

GETZ, D . "Why festivals fall" Event Management 7. 2003.

GOLDBLATT, Joe Jeff. "Special Events: Best Practices in Modern Event Management" Cornell University, John Wiley & Sons, 1997.

GONZALEZ REVERTE, F y MORALES PEREZ, S. "Ciudades Efímeras: Transformando el Turismo Urbano a través de la producción de Eventos". Barcelona Septiembre de 2009.

Guía de Desarrollo del Turismo Deportivo. Secretaria de Turismo de México. 2004.

.HALL, C." Hallmark Tourist Events: Impacts, Management, and Planning". Belhaven, 1992

KNAFOU, R."Introduction. L`Urbain et Le Tourisme une Construction Labouriese" Berlin, 2007.

LATIESA RODRÍGUEZ M., M. VELA y J.L. PANIZA "Diversificación de productos turísticos: el turismo deportivo", en IV Congreso Universidad Empresa, Ed. Tirant lo Blanch.2001.

LATIESA,M Y PANIZA,JL. "Turistas Deportivos, Una perspectiva de análisis Universidad de Granada. Revista internacional de Sociología. Mayo-agosto 2006.

LAW, Christopher. "Urban Tourism. Attracting Visitors to Large Cities". Tourism, leisure and Recreation Series, Mansell Publishing Limited, London, 1993.

MARCHENA, Manuel. "El Turismo Metropolitano: Una Aproximación Conceptual", en Estudios Turísticos, Nº 126. 1995.

MARTINEZ, Carlos A. "Estadio Ciudad de La Plata. Miles de voluntades para despertar un emblema", 2006.

NOVA CASTILLO, Guillermo. "Análisis y precisiones entorno al concepto de Turismo Urbano y determinación del tamaño muestral e instrumento de investigación para la prueba del modelo propuesto". Trabajo de Investigación para el doctorado en Dirección de Empresas, Valencia, España, Septiembre de 2006.

PEARCE David. "Turismo en París. Estudios en Microescala", en Annals of Tourism Research en Español, Vol. 1, Nº 1, 1995.

RAMIREZ HURTADO, José Manuel. "Evaluación del impacto económico y social de la celebración de grandes eventos deportivos a nivel local: el caso del Campeonato de Tenis femenino de la ITF en Sevilla en 2006". Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa. Junio de 2007.

SANTANNA BAHIA. C y AVILA. M. "Los eventos deportivos y el desarrollo turístico en Ilhéus-Bahia-Brasil". Universidad Estadual de Santa Cruz. Ilhéus - Bahia – Brasil. 2010.

SILVERS, J. "Towards and International events Management Body of Knowledge". Event Management 9, 2006.

STANDEVEN, J & DE KNOP, P." Sport Tourism" Human Kinetics. 1999

STOKES, R y JAGO, L."Australia`s Public Sector environment for shaping event tourism strategy" International Journal of event management, 2007.

Artículos de Diarios:

Diario El Día De La Plata. Artículo del 18 de marzo de 2001.

Diario El Día De La Plata. Artículo del 10 de agosto de 2001.

Diario El Día De La Plata. Artículo del 19 de Septiembre de 2006.

Diario El Día De La Plata. Artículo del 27 de Marzo 2007.

Diario El Día De La Plata. Artículo del 24 de febrero 2011.

Diario El Día De La Plata. Artículo del 20 de Julio de 2011.

Diario El Día De La Plata. Artículo del 4 de Noviembre de 2011.

.Diario El Día De La Plata. Artículo del 30 de Diciembre de 2011.

Diario El Día De La Plata. Artículo del 30 de Mayo de.2012.

Diario El Día De La Plata. Artículo del 15 de Septiembre de 2012.

Revista Magazine, “¿Se puede perder una obra así?”, Artículo del 30 de diciembre de 2001.

Diario Clarín. Artículo del 8 de Febrero de 2006.

Diario La Razón, “La casa está en orden”, Artículo del 24 de Febrero de 2011.

Diario La Voz De Córdoba. Artículo del 1 de Julio de 2011.

Diario La Voz De Córdoba. Artículo del 11 de Julio de 2011.

Diario La Voz De Córdoba. Artículo del 14 de julio 2011.

Diario Uno. Artículo del 09 de abril de 2011.

Resolución MINTUR N°92 16 del Mayo de 2011.

Nuevo Diario de Salta. Artículo del 10 de Agosto de 2011.

Páginas Web:

Sitio Secretaria de Turismo de la Provincia de Buenos Aires www.turismo.gba.gov.ar

Sitio Municipalidad de La Plata www.laplata.gov.ar

Sitio Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC). www.indec.gov.ar.

Sitio de la Conmebol. www.conmebol.com/pages/Quienes_Somos2.html.

Sitio de Futbol Ecuatoriano www.hoy.com.ec/especial/futbol/futbol06.htm.

Sitio de Futbol Mexicano www.fmf.com.mx/copa_america_1916_1926.htm

Sitio Caribbean news digital. Artículo del 6 de Junio de 2011.

Sitio Daily Travelling News. Artículo del 30 de Junio de 2011.

Sitio Impulso Baires. Artículo del 29 de Junio 2011.

Prensa Secretaría de Turismo Provincia de Buenos Aires. Artículo del 01 de Junio de 2011.

Prensa Secretaría de Turismo Provincia de Buenos Aires. Artículo del 28 de Junio de 2011.

Prensa Secretaría de Turismo Provincia de Buenos Aires. Artículo del 15 de Junio de 2011.

Prensa Secretaría de Turismo Provincia de Buenos Aires. Artículo del 28 de Junio de 2011.

Prensa Secretaría de Turismo Provincia de Buenos Aires. Artículo del 30 de Junio de 2011.

Prensa Secretaría de Turismo Provincia de Buenos Aires. Artículo del 2 de Julio de 2011.

Prensa Secretaría de Turismo Provincia de Buenos Aires. Artículo del 27 de Julio de 2011.

Página oficial de la Copa América en Santa Fe consultada 14 de Julio de 2011.

Agencia Córdoba Turismo. Artículo del 2 de Julio de 2011.

Agencia Télam. Artículo del 23 de Julio de 2011.

Página Mendoza Cuyo. Artículo del 1 de Agosto de 2011.

Página Secretaría de Turismo de Jujuy, consultada 18 de Agosto de 2011

Ministerio de Turismo y Cultura de San Juan. Artículo del 5 de Julio de 2011.

Página Ministerio de Turismo y Cultura de San Juan. Artículo del 18 de Julio de 2011.

Página Ministerio de Turismo y Cultura de Salta. Artículo del 24 de Mayo de 2011.

Agencia Télam. Artículo del 18 de Julio de 2011.

Página Oficial Estadio Único Ciudad de La Plata, Consultada 2 de Febrero de 2012.

Subsecretaría de Medios de la Provincia de Buenos Aires, 2009

<http://www.prensa.gba.gov.ar/nota.php?idnoticia=4184&i=true>)

Entrevistas:

Entrevista radial al Secretario de Turismo Licenciado Ignacio Crotto en Radio Provincia. El día 30 de Junio de 2011.

Entrevista personal en la Municipalidad de La Plata a Alejandra Sturzenegger. El día 23 de agosto de 2011.

Anexos:

Fotos del evento:





Resumen del evento publicado por el diario El Día:

Sector por sector

**Hoteles:**

Tuvieron en general sus plazas completas, aunque si se tiene en cuenta que su ocupación habitual ronda el 70%, el porcentaje cubierto por visitantes de la Copa fue limitado.

**Casas:**

El sistema de hospedaje en casas familiares organizado por la Comuna no funcionó. Aunque había 250 familias inscriptas, casi no hubo demanda de este tipo de alojamiento.

**Restaurantes:**

Los locales y restaurantes del centro de la Ciudad habrían facturado un 40% por encima de lo habitual según calcula la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica de La Plata.

**Taxis:**

Durante los días de partido, la demanda de transporte hizo que algunos taxis llegaran a recaudar hasta \$ 800, el doble de lo normal, aseguran desde la Unión de Conductores de Taxis.

Resolución N°92, MINTUR:

Expediente N° STN: 0000738/2011 del Registro del Ministerio de Turismo de la Nación:

Considerando:

Que a fojas 1 del Expediente Visto, el Doctor José Luis Meiszner, Presidente del Comité Organizador, informa sobre la “Copa América 2011”, a realizarse entre el los días 1 al 24 de julio de 2011, en distintas ciudades de la Argentina.

Que es uno de los torneos de selecciones de fútbol más importante del mundo y de hecho el más antiguo.

Que participarán 12 selecciones nacionales, repartidas en 8 sedes en todo el país, cuyos partidos serán transmitidos a más de 190 países con una audiencia de más de 550 millones de personas en América Latina y de 4 mil millones de personas en el mundo.

Que las ciudades de San Salvador de Jujuy, Santa Fe de la Vera Cruz, Salta, La Plata, Córdoba, Mendoza, San Juan y la ciudad de Buenos Aires serán escenario de los encuentros y a la vez ventanas abiertas al mundo para mostrar los infinitos y bellos paisajes de nuestra Argentina.

Que es propósito de este Organismo brindar su apoyo a aquellos eventos que contribuyan a la difusión y promoción del turismo en nuestro país.

Que la Subsecretaría de Promoción Turística Nacional de esta Secretaría ha prestado su conformidad para la presente actuación.

Que la presente medida se dicta en el marco de las disposiciones contenidas en la Ley N° 25.997 y su Decreto Reglamentario, como así también en función de las facultades conferidas por el artículo 35 del Decreto N° 1344 de fecha 4 de octubre de 2007 y los Decretos Nros. 919 de fecha 28 de junio de 2010 y 921 de fecha 29 de junio de 2010.

Por ello,

El Ministro de Turismo Resuelve:

Artículo 1º.- Declarar de Interés Turístico la “Copa América 2011”, a realizarse entre los días 1 al 24 de julio de 2011, en distintas ciudades de la Argentina.

Artículo 2º.- La medida dispuesta por el artículo 1º de esta resolución no implica costo fiscal alguno para el Estado Nacional.

Artículo 3º.- Regístrese, comuníquese y archívese.

Resolución N° 92

Buenos Aires, 16 de mayo de 2011

Modelo de Encuestas utilizados para la investigación:

Encuesta 1:

La siguiente encuesta es para Hostels y Hoteles:

Nombre de la Empresa:

Rubro:

Cargo en la empresa del encuestado:

Antigüedad en el cargo:

1) ¿En qué medida se incrementó la ocupación de sus plazas durante la Copa América 2011?

Mucho

En forma considerable

Algo

Poco

Nada

2) ¿Aproximadamente qué porcentaje de los alojados en su establecimiento eran argentinos y qué porcentaje extranjeros?

Argentinos Extranjeros

3) ¿En qué medida el Evento representó para usted un Beneficio económico neto?

Muy alto

Alto

Medio

Bajo

Nulo

4) ¿Debió contratar personal para incorporar a su staff durante los días del evento?

En gran medida

En buena medida

En baja medida

No contrató

5) ¿Existió algún tipo de paquete especial o promociones para quienes se hospedarán en el hotel/hostel los días del evento?

Muchos

Algunos

Pocos

Ninguno

6) ¿Llevó adelante algún tipo de convenio o acuerdo de colaboración con el Gobierno Municipal y/o Provincial?

Provincial

Municipal

Con ambos

Con ninguno

En caso de respuesta positiva, explique brevemente en qué consistió.

7) ¿Cuál es su consideración acerca de la promoción del evento Copa América 2011?

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Mala

Muy mala

¿Por qué?

8) ¿Qué opinión tiene sobre la realización de este tipo de eventos para el desarrollo turístico de la Ciudad?

Excelente

Muy Bueno

Bueno

Regular

Malo

Muy Malo

¿Por qué?

9) A partir de su experiencia personal indique en pocas palabras que tipo de eventos considera más beneficiosos para el desarrollo turístico de la ciudad y su actividad (Recitales, Congresos, Eventos deportivos, etc.)

Encuesta 2:

La siguiente encuesta es para Agencias de viajes receptoras de la Ciudad de La Plata:

Nombre de la Empresa:

Rubro:

Cargo en la empresa del encuestado:

Antigüedad en el cargo:

1) ¿En qué medida se incrementó el número de turistas que contrataron sus servicios para visitar la ciudad durante la Copa América 2011?

Mucho

En forma considerable

Algo

Poco

Nada

2) ¿Aproximadamente que porcentaje de los mismos eran argentinos y que porcentaje extranjeros?

Argentinos

Extranjeros

3) ¿En qué medida el Evento representó para usted un Beneficio económico neto?

Muy alto

Alto

Medio

Bajo

Nulo

4) ¿Debió contratar personal para incorporar a su staff durante los días del evento?

- En gran medida
- En buena medida
- En baja medida
- No contrató

5) ¿Existió algún tipo de paquete especial o promociones para quienes contrataran su agencia los días del evento?

- Muchos
- Algunos
- Pocos
- Ninguno

6) ¿Llevo adelante algún tipo de convenio o acuerdo de colaboración con el Gobierno Municipal y/o Provincial?

- Provincial Municipal Con ambos Con ninguno

En caso de respuesta positiva exprese brevemente en qué consistía.

7) ¿Cuál es su consideración acerca de la promoción del evento Copa América 2011?

- Excelente
- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

¿Por qué?

8) ¿Qué opinión tiene sobre la realización de este tipo de eventos para el desarrollo turístico de la Ciudad?

Excelente

Muy Bueno

Bueno

Regular

Malo

Muy Malo

¿Por qué?

9) A partir de su experiencia personal indique en pocas palabras que tipo de eventos considera más beneficiosos para el desarrollo turístico de la ciudad y su actividad (Recitales, Congresos, Eventos deportivos, etc.)

Encuesta 3:

La siguiente encuesta es para Restaurantes y Comercios de la Ciudad de La Plata:

Nombre de la Empresa:

Rubro:

Cargo en la empresa del encuestado:

Antigüedad en el cargo:

1) ¿Se incrementó el número de comensales/ clientes durante la Copa América 2011?

Mucho

En forma considerable

Algo

Poco

Nada

2) ¿Aproximadamente que porcentaje de los mismos eran argentinos y que porcentaje extranjeros?

Argentinos Extranjeros

3) ¿En qué medida el Evento representó para usted un Beneficio económico neto?

Muy alto

Alto

Medio

Bajo

Muy Bajo

4) ¿Debió contratar personal para incorporar a su staff durante los días del evento?

En gran medida

En buena medida

En baja medida

No contrató

5) ¿Existió algún tipo de menú especial o promociones para quienes concurrieran a su comercio/restaurante durante los días del evento?

Muchos

Algunos

Pocos

Ninguno

6) ¿Llevo adelante algún tipo de convenio o acuerdo de colaboración con el Gobierno Municipal y/o Provincial?

Provincial Municipal Con ambos

Con ninguno

En caso de respuesta positiva, explique en qué consistía

7) ¿En su comercio/ restaurante fue utilizada la tarjeta de descuentos que entregaba Secretaria de Turismo Provincial en la Plaza Moreno?

En gran medida

En buena medida

En baja medida

Casi nula

8) ¿Cuál es su consideración acerca de la promoción del evento Copa América 2011?

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Mala

Muy mala

¿Por qué?

9) ¿Qué opinión tiene sobre la realización de este tipo de eventos para el desarrollo turístico de la Ciudad?

Excelente

Muy Bueno

Bueno

Regular

Malo

Muy Malo

¿Por qué?

10) A partir de su experiencia personal indique en pocas palabras que tipo de eventos considera más beneficiosos para el desarrollo turístico de la ciudad y su actividad (Recitales, Congresos, Eventos deportivos, etc.)