

UNIVERSIDAD BLAS PASCAL

LICENCIATURA en TURISMO



TRABAJO FINAL DE INTEGRACION DE CARRERA

TURISMO DEPORTIVO EN LA CIUDAD DE CORDOBA. PROYECTO DE
INVERSIÓN PARA EL DESARROLLO DE UN COMPLEJO DEPORTIVO

Autor:

Matías Daniel Hernandez

Director: Dr. Argüello, Juan Alberto

Asesores: Cordón, María Fernanda

Mauvecin, Maximiliano

Pierre, Javier

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer, en primer lugar al Dr. Juan Alberto Argüello, por ser la persona que dirigió mi proyecto, ayudándome y aconsejándome en todo momento. También quiero agradecer por sus aportes a los asesores Córdón María Fernanda, Mauvecin Maximiliano y Javier Pierre. Además, agradecer de manera especial a los profesionales que me ayudaron en distintas áreas del trabajo como lo son la Lic. Anahi Heinz, Lic. Maria de los Ángeles Heinz, Cr. Antonio Heinz, Prof. Luis Heinz, al Arq. Jorge Salomón y al Cr. Nicolás Stritzke.

DEDICATORIAS

Les dedico este trabajo final de carrera a toda mi familia y a todas las personas que estuvieron a mi lado, por su apoyo incondicional durante los cuatro años de carrera.

Matías

RESUMEN

El objetivo del trabajo final de carrera es analizar el potencial que tiene el Turismo Deportivo en Córdoba y generar un proyecto de inversión para el desarrollo de complejo especializado orientado al Turismo Deportivo. Mediante el análisis, establecimos que existe una gran tendencia a combinar a la industria turística con el deporte y que los acontecimientos deportivos generan una gran aceptación por parte de las personas. Además, se destaca la importancia que tuvo la Primera Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo. Puntualmente en Argentina, los organismos oficiales fomentan, en gran medida, todo lo referido a Turismo y Deporte en forma independiente y en forma conjunta a la vez. En Córdoba, al igual que a nivel nacional, está en auge la vinculación y relación entre ambas actividades. También se realizó un proyecto de inversión para satisfacer las necesidades de actividades deportivas y turísticas de esta envergadura. Para ello, se diseñó un Complejo Especializado orientado al Turismo Deportivo, el cual luego de su análisis económico/financiero arrojó resultados positivos para el inversor.

Palabras claves:

Campos de entrenamiento- complejo especializado- indicadores del proyecto- viabilidad de actores- aficionados al deporte.

ABSTRACT

The aim of the final work of career is to analyze the potential that has the Sports Tourism in Cordoba and to generate a project of investment for the development of specialized complex orientated to the Sports Tourism. By means of the analysis, we established that there exists a great trend to combine to the tourist industry with the sport and that the sports events generate a great acceptance on the part of the persons. In addition, is outlined the importance that had the First World Conference on Sport and Tourism. Punctually in Argentina, the official organisms promote, to a great extent, everything recounted to Tourism and Sport in independent form and in form it combines simultaneously. In Cordoba, as to national level, the entail and relation is in summit between both activities.

Keywords:

Fields of training- Specialized complex- Indicators of the project- actor's viability-fans of the sports.

INDICE

INTRODUCCION.....	1
METODOLOGIAS.....	7
RESULTADOS Y DISCUSION.....	12
1. Estudio exploratorio de carácter bibliográfico sobre turismo deportivo en contexto internacional	12
2. Estudio descriptivo de la oferta y demanda de Turismo Deportivo en la Ciudad de Córdoba.....	17
• Demanda de Turismo deportivo.....	17
• Oferta de Turismo Deportivo.....	20
3. Estudio exploratorio sobre el marco político de Turismo Deportivo en la Ciudad de Córdoba.....	31
• Marco Estratégico – Programático.....	31
• Marco Normativo.....	37
• Marco Institucional.....	42
• Esquema Sistémico.....	45
• Análisis Estratégico.....	50
4. Aspectos éticos de la problemática del Turismo Deportivo en el contexto Mundial.....	53
5. Formulación de un proyecto de inversión para el desarrollo de un complejo especializado dedicado al turismo deportivo en la Ciudad de Córdoba.....	59
A. Presupuesto de Inversión.....	59
B y C Presupuesto Operativo y Flujo de Fondo.....	63
D. Indicadores del Proyecto.....	68
E. Distribución de espacios o áreas del Complejo.....	69

F. Supuestos.....	75
CONCLUSIONES.....	76
BIBLIOGRAFIA.....	78
ANEXO I.....	80

INTRODUCCION

El objeto problema planteado en este trabajo es, la falta de aprovechamiento del turismo deportivo por parte de las agencias de viajes en Córdoba; la escasa innovación y capacitación en el turismo deportivo; la inexistencia de relevamientos para conocer sobre el perfil del turista deportivo y la frecuencia de eventos deportivos.

La interconexión entre turismo y deporte es una evidencia en las sociedades avanzadas. Esta relación se manifiesta en el interés que muestran los organismos públicos y los privados hacia este fenómeno en la preocupación por incrementar las políticas de actuación para poder mejorar la relación entre ambas disciplinas (Latiesa y Paniza, 2006). El turismo y el deporte son elementos claves para la cultura de la actualidad, ya que tienen una importancia relevante en los comportamientos de la sociedad actual. Esta conexión tiene tendencia a acelerar la velocidad en la que los países se acercan unos a otros y por consiguiente, los distintos grupos sociales de cada país, se hacen más próximos (OMT, 2001).

En la Primera Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo realizada en Barcelona (2001), se respondió a la pregunta de ¿Por qué el deporte?. La OMT responde planteando que se trata de un medio esencial para recuperar energías, mientras que las vacaciones son un momento primordial para valorizarse y aprovechar la ruptura con la vida cotidiana de todo el año. El turismo deportivo experimenta un auge importante con relación a la evolución social relativa al esfuerzo de la “preocupación por sí mismo” y el entusiasmo por el “regreso a las fuentes”. Además ha surgido como complemento al desarrollo del turismo y al mismo tiempo como solución al desarrollo local y como oportunidad económica (OMT, 2001).

Es pertinente conceptualizar la terminología más adecuada respecto del turismo deportivo en términos de la OMT (2001).

- Turismo deportivo: aquel constituido por quienes buscan lugares donde practicar su deporte favorito. Se consideran deportes turísticos los invernales, acuáticos, alpinismo, cacería, pesca y en general todos aquellos que para ejercitarlos requieran desplazamiento. También comprende los viajes turísticos para asistir como espectadores a grandes acontecimientos deportivos.

- Visitas deportivas: número total de salidas, excursiones, lugares de interés y actividades ofertadas en un destino en las que se practique algún deporte.

- Circuitos deportivos: número total de circuitos, en los que se practique, como mínimo durante uno de los días del circuito, algún deporte.

Para desarrollar un planteamiento teórico sobre la conceptualización del turismo deportivo, se basará en las distintas perspectivas de los autores en relación a este concepto. Hall (1992) identifica el turismo deportivo como aquellos desplazamientos realizados por razones recreativas (no comerciales) para practicar u observar actividades deportivas fuera del lugar de residencia habitual.

Standeven y De Knop (1999) por otra parte, lo definieron como todas las formas activas o pasivas de la actividad deportiva, participando casualmente o de forma organizada, bien sea por razones comerciales o de negocios o no, pero que necesariamente implique un viaje fuera del lugar habitual de residencia o trabajo.

Al mismo tiempo, Gammon y Robinson (1997) definen el turismo deportivo como individuos o grupos que participan activa o pasivamente en deportes competitivos o recreativos durante los viajes que realizan fuera de su residencia habitual. Esteve Secall (1991) define el turismo deportivo como aquella actividad turística de la que forma parte algún tipo de práctica deportiva, bien como objetivo fundamental, bien como objetivo complementario. Por último Latiesa y Paniza (2006) entienden por turismo

deportivo aquellas actividades que se desarrollan en un lugar distinto de la residencia habitual y que tienen como objetivo principal la recreación turística y como actividad complementaria vacacional la práctica deportiva.

Para el estudio de este segmento de mercado turístico como lo es el turismo deportivo, hay que tener en cuenta la demanda y la oferta. La demanda hace referencia a las motivaciones personales que condicionan el desplazamiento hacia una determinada área geográfica. Por lo tanto cuando se menciona al deporte o a la actividad física, se está determinando la actividad que va a condicionar la elección del lugar turístico de destino. La oferta, por otra parte, hace referencia a la dotación de infraestructuras para la celebración de acontecimientos deportivos o para el desarrollo turístico. De tal modo que, es el sector turístico el que tiene que ver compensado (incrementándose el número de turistas o de ingresos) todo el gasto realizado en instalaciones deportivas o en la promoción de espectáculos deportivos para el desarrollo del turismo deportivo (Latiesa y Paniza, 2006).

El turismo deportivo es un mercado en expansión y a su vez representa grandes beneficios económicos tanto a nivel local, como nacional e internacional. Para esta tipología de turismo la actividad deportiva y recreativa constituye una parte fundamental, ya que la participación de los turistas es cada vez más activa en sus vacaciones con relación a la práctica de actividades deportivas. Además al margen de los impactos y beneficios sociales, culturales, etc., las actividades relacionadas con el turismo deportivo generan grandes impactos económicos (Granero Gallegos, 2007).

La relación entre turismo y deporte está generando un nuevo campo de conocimiento científico, donde las actividades físicas-deportivas- recreativas y turísticas aumentan cada vez más debido a una serie de cuestiones. Transformaciones cuantitativas y cualitativas del tiempo libre; vivencia más activa del ocio; cambios de valores en nuestra

sociedad; preocupación creciente por higiene, salud y estética personal. El turismo pasa a ser una de las fuentes de riquezas primordiales a nivel mundial, mientras el deporte se consolida como principal actividad físico-recreativa de ocio (García Montes y Ruiz Juan, 2004).

Desde el punto de vista de la demanda, ligada a la actividad del turismo deportivo, la OMT (2001) establece una clasificación en la que se pueden distinguir siete grupos. En función de su implicación en la actividad deportiva, y del grado de componente turístico que tiene su actividad, los grupos son:

1. Deportistas de primer nivel.
2. Deportistas de segundo nivel.
3. Grupos de deportistas juveniles.
4. Deportistas aficionados y amateurs.
5. Turistas que quieren hacer deporte cuando viajan.
6. Turistas que hacen deporte de forma accidental.
7. Espectadores.

La estructura de la oferta, según la OMT (2001), se puede establecer en dos categorías diferentes. Una en función del tipo de actividad deportiva que se puede ofrecer, y la otra en función de las infraestructuras existentes para la práctica del turismo deportivo. Es previsible que, en función del tipo de actividad deportiva, se elabore una estructura para la aparición de nuevos tipos de empresas especializadas y poder aportar un valor añadido específico a los sectores del turismo y del deporte. Dentro de esta categoría se encuentran las siguientes actividades:

1. Acontecimientos deportivos: incluyen los grandes acontecimientos deportivos, los festivales deportivos, específicos o generales y los programas y actividades deportivas específicas.

2. Centros turísticos: espacios diseñados para atraer al viajero deportivo.

3. Atracciones: en este grupo se incluyen museos, parques nacionales, salones de la fama, instalaciones históricas, parques temáticos, etc.

4. Tours: se pueden distinguir dos tipos de tours, aquellos que se organizan con el objetivo de poder observar acontecimientos deportivos específicos y aquellos cuyo objetivo es el de poder practicar deportes en destinos concretos.

5. Cruceros.

En función del tipo de infraestructuras en las que se puede practicar un deporte ligado a la actividad turística, la titularidad de la instalación es un factor determinante para el tipo de práctica que se puede ejercer en la misma. Se encuentran las instalaciones deportivas de titularidad pública, que pueden ser de uso general (polideportivo o un estadio municipal) o específicamente diseñadas para el turismo deportivo, siendo su uso prioritario. También pueden ser instalaciones deportivas de titularidad privada, como pertenecientes a clubes deportivos (clubes de fútbol) o pertenecientes a centros turísticos (hoteles Club Mediterranee). Por último se encuentran las instalaciones deportivas profesionales que se dividen en centros de alto rendimientos y centros profesionales para deportistas.

Según Pedroza y Salvador (2003), dos escritores sobre el impacto del deporte en la economía, el Turismo Deportivo tiene grandes beneficio. Además de ser una excelente vía para promocionar los atractivos

naturales y culturales de un país, tiene grandes impactos que se expondrán a continuación:

- Contribuye a alcanzar los objetivos estratégicos en destinos turísticos, al desestacionalizar la demanda y diversificar la oferta turística.
- Aporta un enorme valor añadido al destino.
- Impacta de manera favorable en la rentabilidad de la actividad turística en el destino.
- Genera un efecto multiplicador en la economía.
- Mejora la calidad de vida de los habitantes locales al darles opciones de esparcimiento, participación social y sana diversión.
- Acrecienta la educación, los valores humanos, las vivencias, entretenimiento, etc.
- Contribuye a la realización personal y ayuda a mejorar la condición física y espiritual.

El objetivo de este trabajo es analizar el potencial que tiene el Turismo Deportivo en Córdoba y generar un proyecto de inversión para el desarrollo de complejo especializado orientado al Turismo Deportivo.

METODOLOGIAS

1. Estudio exploratorio de carácter bibliográfico sobre turismo deportivo en el contexto internacional.

Este estudio se llevó a cabo en base a:

- Material bibliográfico de los siguientes autores: Gallegos (2007); M. Latiesa y J.L Paniza (2006); OMT (Primera conferencia mundial sobre deporte y turismo); Revistas Científicas (Journal of Sport Tourism); Keller (2000); Glaesser (2000)

- Páginas de Internet:

OMT

2. Estudio descriptivo de la oferta y demanda de Turismo Deportivo en la Ciudad de Córdoba.

- Unidad de Análisis: muestreo al azar realizado en los centros de informes de la municipalidad de Córdoba.

Tamaño total de la muestra: 51

- Variables de la demanda:
 - ✓ Procedencia
 - ✓ Sexo
 - ✓ Edad
 - ✓ Ocupación
 - ✓ Número de personas por grupo
 - ✓ Tipo de vínculo dentro del grupo

- ✓ Medios de transporte
- ✓ Número de pernoctes
- ✓ Tipos de alojamiento
- ✓ Formas en que se informa respecto del alojamiento
- Técnica: Datos de la demanda (secundarios) provenientes de encuesta realizada por el Observatorio Turístico de la Municipalidad.
- Variable de la oferta:
 - ✓ Golf
 - ✓ Pesca Deportiva
 - ✓ Turismo de aventura (trekking, rappel, rafting, mountain bike, entre otros)
 - ✓ Ciclismo
 - ✓ Atletismo
 - ✓ Tenis
 - ✓ Fútbol
 - ✓ Básquet
 - ✓ Deportes acuáticos (esquí náutico, vela, moto acuática, wakeboard, entre otros)
 - ✓ Equitación
 - ✓ Polo
 - ✓ Avistaje de aves

- Técnica: los datos fueron relevados de las páginas Web de: Ministerio de Turismo de la Nación, Ministerio de Deportes de la Nación, Agencia Córdoba Deportes, Agencia Córdoba Turismo.

3. Estudio exploratorio sobre el marco político del turismo deportivo en la ciudad de Córdoba.

- MARCO NORMATIVO: toda la normativa relacionada al trabajo, como leyes (nacionales y provinciales), ordenanzas, decretos, reglamentos, registros, etc.
- MARCO ESTRATÉGICO/PROGRAMÁTICO: todos los planes, programas, campañas, acciones o propuestas en marcha o vigentes que tengan relación con el trabajo, en todos los niveles. Pueden ser estrategias nacionales, provinciales o locales.
- MARCO INSTITUCIONAL: todos los entes colectivos relacionados con el programa son instituciones, públicas, privadas o mixtas de diferentes alcances y niveles (regionales, locales, provinciales, nacionales, etc.).
- ESQUEMA SISTEMICO
 - ✓ Actores (individuales y colectivos relacionados con el trabajo).
- ANALISIS ESTRATEGICO
 - ✓ Test de viabilidad de actores.

4. Aspectos éticos de la problemática del turismo deportivo en el contexto mundial.

- Desarrollo turístico local y comunidad local.
- Impacto ambiental del turismo deportivo en la naturaleza.

- Desarrollo Local y Eventos deportivos.

5. Formulación de un proyecto de inversión para el desarrollo de un complejo especializado dedicado al Turismo Deportivo en la Ciudad de Córdoba.

- A. Presupuesto de inversión: Es un conjunto de pronósticos en términos financieros referentes a un período precisado. Éste previene todas las inversiones necesarias para llevar a cabo el proyecto.
- B. Presupuesto operativo: Es una herramienta elemental que obliga a planear financieramente el proyecto, es la combinación mas óptima entre precios, cantidades a vender y costos.
- C. Flujo de fondos: Son los recursos en efectivo que se generarán por las operaciones y/o por el financiamiento que recibe la empresa. El objetivo fundamental del flujo de fondos es apreciar, por período, el resultado neto de ingresos de dinero menos giros de dinero, es decir, en que período va a sobrar o a faltar dinero.
- D. Indicadores del proyecto:
- VAN (valor actual neto): Este indicador mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar la inversión. La rentabilidad deseada se define con una tasa de descuento que determina la exigencia mínima que el inversor le requiere al proyecto para realizarlo. Si la VAN es igual a 0 significa que el proyecto da exactamente la rentabilidad mínima esperada para su “aprobación”.

- TIR (tasa interna de retorno): Este indicador mide la rentabilidad del proyecto como un porcentaje. Si la TIR es superior a la tasa de descuento (porcentaje mínimo exigido por el inversionista) el proyecto es positivo ya que dicha diferencia refleja la rentabilidad extra generada por el proyecto. Por el contrario, si la TIR da menor a la tasa de descuento, implica que el proyecto no cubre las expectativas del inversor mínimas por lo tanto se debería optar por no concretarlo.
 - PRI (periodo de recupero de inversión): El período de recuperación mide el tiempo en el que se recupera la inversión dentro del horizonte de análisis. Comparando el plazo que el inversor quiere que se recupere la inversión con el que arroja el resultado del flujo, se determinará si el proyecto es o no aprobado.
- E. Distribución de espacios o áreas del Complejo: hace referencia a la optimización detallada de la superficie del complejo.
- F. Supuestos: Variables económicas/financieras establecidas para el análisis, factores externos a la gestión del proyecto. Estos pueden afectar a las actividades, sin tener la certeza de que efectivamente sean así al momento de la ejecución del proyecto.

RESULTADOS Y DISCUSION

1. Estudio exploratorio de carácter bibliográfico sobre turismo deportivo en el contexto internacional.

Deporte y Turismo son dos actividades que hasta hace poco tiempo evolucionaban de forma poco coordinada, a pesar de tener muchos puntos en común. La expectativa es que en la actualidad y en el futuro existan cada vez más lazos y relaciones entre ambos conceptos.

Conscientes de ello, el Comité Olímpico Internacional (COI) y la Organización Mundial del Turismo (OMT) suscribieron un Acuerdo de Cooperación a finales del año 1999. En él, formalmente declaraban que llevarían a cabo los esfuerzos necesarios para fortalecer los lazos entre el Turismo y el Deporte; y por consiguiente hacer que ambas actividades contribuyan al desarrollo sostenible y al conocimiento mutuo entre los pueblos.

Además, Deporte y Turismo tienen objetivos similares: acercarse y entender otras culturas y estilos de vida y fomentar la paz entre los pueblos. Desde ese punto de vista, se han unido los pueblos que buscan potenciar a la persona y lograr mantener relaciones con los demás (OMT, 2001).

La actuación coordinada entre estos dos conceptos, se ve potenciada con los años, así como los grandes acontecimientos deportivos son planificados y concebidos como grandes acontecimientos turísticos. A su vez las actividades deportivas se han incorporado, con un valor añadido específico o como actividad principal, a la oferta de numerosos destinos turísticos.

En consecuencia, con el avance de este fenómeno conocido como Turismo Deportivo, distintos autores reflejan la importancia de la interconexión entre Turismo y Deporte. Latiesa y Paniza (2006) hacen mención al interés que muestran los diferentes organismos públicos y privados hacia este binomio y a la coordinación de esfuerzos que realizan

para incrementar las políticas de actuación y mejorar los lazos de unión entre ambas disciplinas.

Al mismo tiempo, la Organización Mundial del Turismo (2011) señala la importancia de la cooperación público-privado. En este escenario de cooperación, una vez más las poblaciones locales son elementos imprescindibles para la consolidación, planificación y promoción de estas actividades. En lo que se refiere al deporte, las federaciones y asociaciones internacionales, nacionales y locales tienen una gran importancia como diseñadoras de productos con componentes turísticos, y promotores de más profundas relaciones con actividades turísticas. La OMT, las administraciones regionales y nacionales de turismo pueden apoyar y asesorar en el desarrollo de productos con componentes deportivos.

Por otra parte, Granero Gallegos (2007) hace referencia a los impactos y beneficios económicos, sociales y culturales relacionados con esta actividad. Al mismo tiempo, Ibáñez (2011) considera al Turismo Deportivo como uno de los segmentos turísticos con mayores posibilidades de expansión a nivel mundial.

Los viajes de turismo deportivo, se pueden considerar una consecuencia directa de los cambios de hábitos de compra y disfrute del tiempo libre por parte de los consumidores. Aparecen como respuestas a las necesidades más íntimas del ser humano y también como una innovación de las empresas y destinos turísticos, al necesitar posicionarse en el mercado renovando sus gamas de productos y servicios. De esta forma el deporte añade valor al producto turístico, y hace posible convertir en realidad la enorme expectativa de crecimiento de este segmento (OMT, 2001).

Actualmente en lo que respecta al Turismo Deportivo, es difícil tener una estructura clara de la demanda y de la oferta, ya que apenas se está empezando a estructurar en función a las necesidades deportivas. En ese contexto, las pautas de evolución del consumidor, tanto turístico

como deportivo, son las que marcarán las vías de colaboración entre deporte y turismo. Éste es cada vez más sofisticado, y basa sus exigencias en el rendimiento emocional que pueda obtener de sus vivencias y experiencias. Además hay que tener presentes las diferencias entre nacionalidades y entre diferentes tipos de públicos, sobre todo en función de sus características pictográficas y socio demográficas.

Por otro lado, ha de tenerse presente que el consumidor está cambiando rápidamente. El auge del deporte y el turismo se debe en gran parte a cambios en los hábitos de consumo, información y prioridades por parte del consumidor; es de esperar que dichos cambios se acentúen en el futuro. Por otra parte, turismo y deporte eran antes actividades elitistas que han pasado a ser actividades de masas, con la consiguiente ampliación de la base de practicantes de ambas actividades. A su vez, las opciones para el empleo del tiempo libre han crecido de forma importantísima en los últimos años. Todas ellas compiten con turismo y deporte por el tiempo libre de un consumidor más sofisticado, más educado, con ideas más claras acerca de lo que necesita y realmente quiere (OMT, 2001).

En el contexto mundial, el Deporte y el Turismo son actividades de enorme envergadura económica, en las que es posible generar beneficios económicos de innumerables formas. Las limitaciones estadísticas que aún les afectan no permiten, salvo en determinados países, conocer con certeza los efectos que son capaces de generar en las economías nacionales. Sí hay un hecho común: la base económica de ambos sectores está en la pequeña y mediana empresa, aunque sean los grandes consorcios los que lideran las reglas de juego (OMT, 2001).

El acceso a los avances en la mejora de los sistemas de gestión y del saber hacer, es tan importante como las infraestructuras y los servicios. La capacidad de generarlos y de aplicarlos está en la base misma del crecimiento esperado del turismo deportivo y del deporte turístico (OMT, 2011). Por consiguiente, los medios de comunicación

juegan un papel fundamental en ambos sectores, los cuales pueden potenciar o destruir atletas y destinos con gran facilidad. Es importante que los medios de comunicación actúen también con códigos deontológicos bien definidos, que limiten su influencia y potencien la imagen de los destinos turísticos y de las actividades deportivas en función de sus méritos y de su enorme impacto en la sociedad actual.

Según la OMT (2001), todo lo anterior sólo se conseguirá si es posible establecer puentes permanentes de comunicación, información y realización de actividades conjuntas entre ambos sectores, tanto a nivel político, empresarial como académico. Este es el gran reto del futuro.

Por último, para exponer en este estudio bibliográfico, considero útil citar al Prof. Peter Keller. Keller (2000) piensa en dos nuevas tendencias que pueden tener mayor incidencia en el futuro del turismo y el deporte.

Según Keller (2000), la primera tendencia es que en ambos conceptos se encuentran rasgos que apuntan a la misma dirección. El Deporte y los fenómenos afines de ejercicio y rendimiento físico tienen un papel cada vez más importante en el Turismo. El deporte está pasando de una forma considerablemente organizada de ejercicio, a un modelo más adaptable a los diferentes comportamientos que son propias de las actividades del tiempo libre; actividades propias del turismo (Keller, 2000).

Además, Turismo y Deporte tienen ambos una importancia cada vez mayor para la sociedad y la economía, reconociéndose sus beneficios sociales y económicos. Sin embargo, hay al mismo tiempo, algunos fenómenos negativos que acompañan al turismo y al deporte que están acaparando una creciente atención, como lo son los problemas medioambientales.

La segunda tendencia, según Keller (2000), es que hoy en día los grandes acontecimientos turísticos son cada vez más importantes en el contexto de las comunicaciones de mercado y el marketing.

El autor Glaesser (2000) destaca a los Juegos Olímpicos dentro de los grandes acontecimientos turísticos que transfieren una imagen turística positiva. Son además un factor crucial para el turismo, capaz de mejorar significativamente la conciencia internacional de un determinado país o región. Esos grandes acontecimientos, expone el autor, son también una fuente importante de ingresos y un gran factor multiplicador.

Para concluir con este estudio de carácter bibliográfico sobre Turismo Deportivo en el mundo, cabe destacar la importancia de la Primera Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo. Sin duda marcó un hito en la relación entre los sectores, dos sectores que han tenido una clara separación entre sí hasta hace muy poco tiempo.

Además, se puede afirmar que la importancia de la conferencia se basa en que ha sido una ocasión para tratar por primera vez las relaciones entre deporte y turismo desde la perspectiva integral, con expertos de ambos campos, con un objetivo común en mente: entender y potenciar las relaciones entre ambas industrias, a todos los niveles: económico, social, empresarial, académico y formativo.

Es pertinente decir que la Primera Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo, fue organizada por el Comité Olímpico Internacional y la Organización Mundial del Turismo, con la cooperación del Gobierno Español y el Comité Olímpico Español. Se celebró en los días 22 y 23 de febrero de 2001 en la Ciudad de Barcelona, a modo de impulso de este tipo de actividad turística en España. Cabe destacar que en Córdoba, este tipo de actividad aun no está totalmente sistematizada y estimulada.

2. Estudio descriptivo de la oferta y demanda de Turismo Deportivo en la Ciudad de Córdoba.

Demanda de Turismo Deportivo

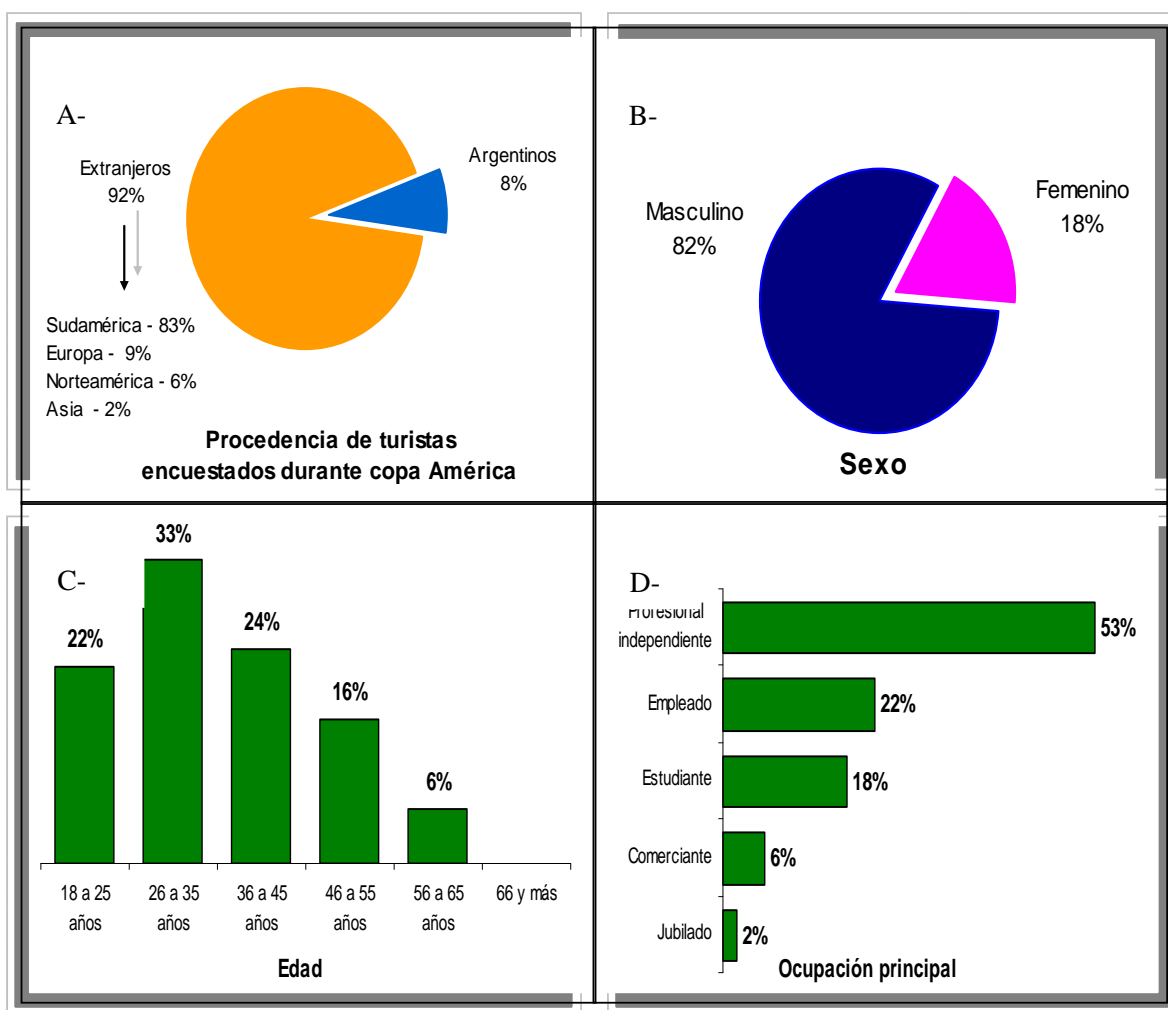


FIG. 1: Gráficos de las variables analizadas en los encuestados durante Copa América 2011. (Fuente: Observatorio Turístico Municipal de la Ciudad de Córdoba)

La Figura 1. A- muestra la procedencia de turistas encuestados durante la Copa América. Del análisis, surge que este acontecimiento deportivo permitió, además de darles la posibilidad a los argentinos de apreciar a las distintas selecciones latinoamericanas de fútbol, lograr una captación importante de turistas provenientes de distintas partes del

mundo. Al ser una competición de países latinoamericanos, la mayoría de los turistas fueron provenientes de Sudamérica.

La figura 1. B- muestra el género sexual de los encuestados. Del análisis surge que la gran mayoría fue masculino, pero cabe aclarar que en los últimos tiempos el Fútbol capta cada vez más mujeres, no sólo en cuanto a asistencia de eventos deportivos, sino también a la práctica del deporte en sí mismo.

La Figura 1. C- muestra el promedio de edad de los encuestados. Del análisis surge que existe una cierta paridad entre los promedios, siendo personas de 26 a 35 años con mayor porcentaje de arribos a la Ciudad.

La Figura 1. D- muestra las ocupaciones principales de los encuestados. Del análisis surge que las personas que son profesionales y trabajan de forma independiente fueron las que se trasladaron en mayor medida, con un claro porcentaje con el resto de las ocupaciones.

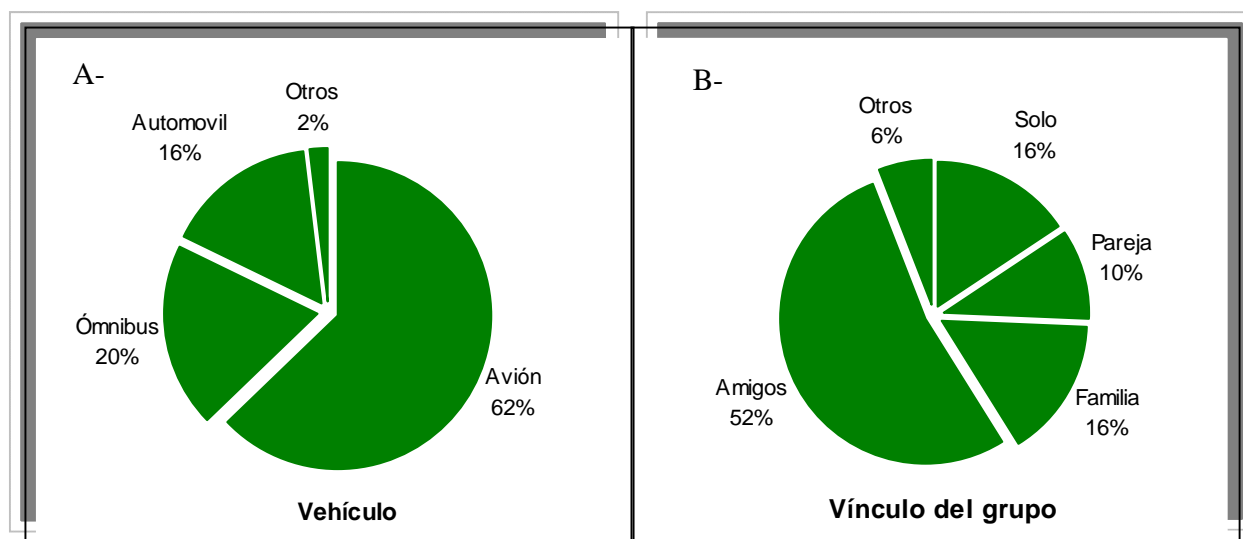


FIG. 2: Gráficos de las variables analizadas en los encuestados durante Copa América 2011. (Fuente: Observatorio Turístico Municipal de la Ciudad de Córdoba)

La Figura 2. A- muestra los medios de transporte utilizados por los encuestados. Del análisis surge que el avión fue el principal medio de

transporte. Esto se debe a todos los paquetes promocionales con los que se manejaron durante la Copa América, en toda la Argentina.

La Figura 2. B- muestra el vínculo del grupo, es decir los acompañantes de las personas encuestadas. Del análisis surge que la gran cantidad de personas arribó al país con amigos.

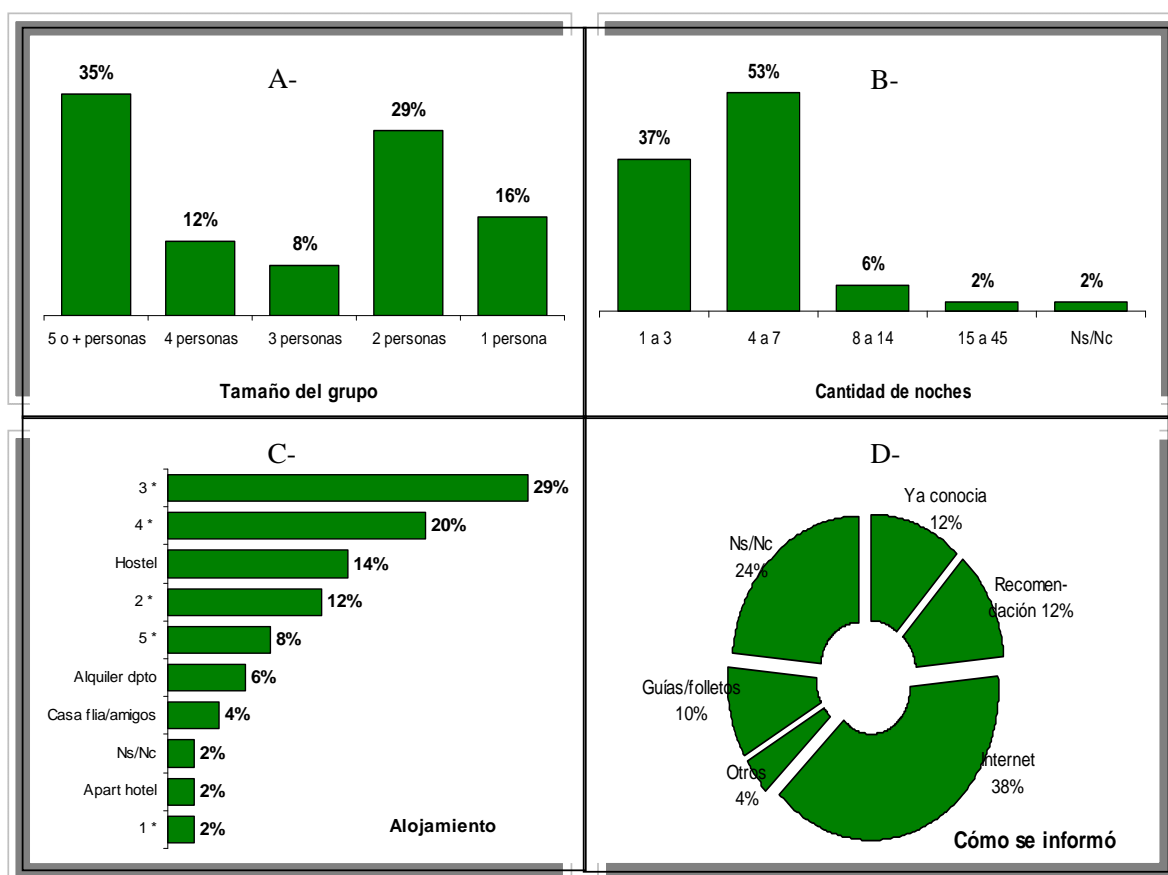


FIG. 3: Gráficos de las variables analizadas en los encuestados durante Copa América 2011. (Fuente: Observatorio Turístico Municipal de la Ciudad de Córdoba)

La Figura 3. A- muestra el tamaño de los grupos que visitaron la Ciudad. Del análisis surge que la gran mayoría eran grupos numerosos de 5 o más personas (35 %), seguido por grupos de 2 personas (29 %).

La Figura 3. B- muestra la cantidad de noches que pernoctaron las personas encuestadas. Del análisis surge que más de la mitad pernoctaron entre 4 a 7 días.

La Figura 3.C- muestra el tipo de alojamiento que optaron por utilizar los encuestados. Del análisis surge que, los más destacados son los hoteles de 3 y 4 estrellas.

La Figura 3. D- muestra la forma en que se informaron los turistas. Del análisis surge que Internet fue el medio de comunicación más potente, tendencia actual como herramienta de comunicación.

A modo de síntesis parcial, la celebración de la Copa América de fútbol tuvo un impacto de primer orden para los destinos turísticos de Argentina. Fue una oportunidad para mostrarse al mundo, a través de su deporte nacional y popular como lo es el Fútbol. La Copa América formó parte de uno de los grandes acontecimientos deportivos, que son una inmejorable vidriera de Argentina hacia el mundo, ya que nos permiten promocionar los atractivos turísticos de nuestro país en el exterior. Cabe aclarar que esto ayudó a todos los sectores/industria, a incrementar su volumen de ventas.

Oferta De Turismo Deportivo

- **Golf**

Hoy en día, el golf ha adquirido un importante auge en nuestro país y también ha llegado a nuestra comunidad autónoma la pasión por este deporte.

El aumento de aficionados y profesionales del golf, ha provocado un incremento en el número de campos y de complejos turísticos en torno a los mismos. Incluso el sector inmobiliario, se ha incorporado a esta tendencia para la ejecución de proyectos atractivos de viviendas entorno al golf.

Argentina cuenta con alrededor de 300 campos de golf en todo el país, lo que permite poder elegir entre diversos paisajes y atractivos turísticos para acompañar o complementar la práctica de este deporte. Lugares que no deben dejar de visitarse y que poseen increíbles canchas son: Buenos Aires y las zonas más bonitas de sus alrededores; las principales

ciudades de la Costa Atlántica; la ciudad de Córdoba y la región patagónica.

Roberto de Vicenzo, José Jurado, Vicente Fernández, Eduardo Romero, Ángel Cabrera, Andrés Romero y José Cóceres, son sólo algunos de los más importantes golfistas argentinos que han estado brillando en el mundo de los deportes por un largo tiempo. De hecho, diseminan la semilla de fantásticos campos de golf, acrecentando el camino para que el deporte en Argentina siga creciendo.

Córdoba cuenta con una oferta de campos de golf muy importante, en las cuales se encuentran el Córdoba Golf Club, El Potrerillo de Larreta Country Club, Alta Gracia Golf Club, la Cumbre Golf Club, San Miguel Golf, Valle del Golf, Golf Club Yacanto, Ascochinga Golf Club, entre otros.

- **Pesca Deportiva**

La pesca deportiva, particularmente la que se practica con mosca en ríos y cursos de agua, constituye una actividad turística destacada por su calidad y diversidad. Es una interesante propuesta para descubrir y gozar de escenarios turísticos diferentes.

Argentina, ofrece un gran abanico de posibilidades para los amantes de la pesca deportiva. Al poseer todos los climas y múltiples escenarios, inmersos en paisajes sin igual, las alternativas son inmensas:

- ✓ Más de 3500 km. de costas sobre el Océano Atlántico.
- ✓ Caudalosos ríos como el Paraná, Uruguay, Salado, De la Plata, Pilcomayo, Bermejo, Colorado, y Negro, entre otros.
- ✓ Innumerables lagos, ríos y arroyos de montaña.
- ✓ Gran cantidad de lagunas y cursos de agua de llanura.
- ✓ Gran cantidad de embalses artificiales en variados escenarios.

Los ríos y arroyos cordobeses, ubicados a alturas que oscilan entre los 1000 y 2000 metros sobre el nivel del mar, se caracterizan por su agua de excelente calidad, bien oxigenada, muy fría y son ideales para la pesca con mosca. En Córdoba este deporte se puede practicar en el Río los Espinillos (pesca de truchas), Embalse de Río III (pesca de truchas y pejerrey), Río del Medio (pesca de truchas), Laguna de Mar Chiquita, Río Quillinzo (pesca de truchas).

- **Turismo de aventura (trekking, rappel, rafting, mountain bike, entre otros)**

Córdoba ofrece bellos paisajes para disfrutar de muchísimas actividades al aire libre, donde la naturaleza brinda el marco ideal para que la aventura sea inolvidable.

Practicar turismo aventura en Córdoba, resultará un experiencia inolvidable. Las sierras y cerros se prestan para que los aficionados al alpinismo y a la caminata dejen atrás todos los temores y se desafíen a escalar. Además posee un majestuoso paisaje desde la altura de la montaña. Siempre cuando se decide explorar sitios que no se conocen, es necesario contar con la ayuda de un guía especializado.

Los lagos y arroyos de agua cristalina también son de gran atractivo para los amantes del turismo aventura.

En Córdoba, se desarrollan actividades para todas las edades y estados físicos. Quien decida encaminar a una arriesgada travesía debe contar con la indumentaria y abrigo acorde. Para mayor seguridad y no tener inconvenientes que amarguen el viaje, si se va dispuesto a realizar turismo aventura, es aconsejable ir al médico para tener la certeza de que se está físicamente apto.

Increíbles lugares donde hacer turismo aventura en las Sierras de Córdoba, son la Quebrada de los Condoritos, la Quebrada del Yatán, la Quebrada del río de los Reartes, las Huertas Malas y el Arroyo los Amarillos y la Quebrada del Anizacate, entre otros.

- **Ciclismo**

El ciclismo es una actividad física en que se usa una bicicleta para recorrer circuitos. Se pueden realizar al aire libre, en pista cubierta, o en diferentes especialidades, como ciclismo en ruta, ciclismo en pista, ciclismo de montaña, trial, ciclismo en sala, bici BMX, ciclo turismo (motivo recreacional) y ciclismo urbano.

Particularmente, en Córdoba está muy desarrollado lo que se denomina ciclismo de montaña. Esta especialidad consiste en recorrer caminos o senderos serranos en bicicleta de montaña, con relación de pedaleo variables (cambios) que permite franquear pendientes sin grandes esfuerzos, desde regiones montañosas hasta la más plana llanura, pudiendo encontrar abruptas trepadas, descensos, saltos, barro, ríos o arroyos.

Los caminos a recorrer pueden ser los mismos usualmente utilizados por los automóviles, como así también las sendas o picadas destinadas al senderismo o trekking. Generalmente duran unas pocas horas, siendo el guía de excursión el que se encarga de abastecer a los turistas, con alimentos, agua y servicio mecánico.

Candongá, La Cumbre, Ascochinga, Agua de Oro, Carlos Paz, entre otros, son los destinos más elegidos por los amantes de este deporte en Córdoba.

- **Tenis**

Es un deporte muy importante para el país, ya que es practicado por 1,5 millones de personas en todo el país. Se ubica inmediatamente después que el fútbol. Además, la cantidad de aficionados que siguen la actividad en los medios se duplica tanto en TV, Internet y la creciente oferta de torneos.

Asimismo, el fenómeno del tenis donde el margen de edad para la práctica es muy amplio, se advierte también que es practicado por un 23

por ciento de mujeres, el cual es el deporte preferido de las mujeres por encima incluso del hockey sobre césped.

La competencia más importante que se disputa en el país es el Torneo de Buenos Aires, denominado Copa Claro a partir de 2011, que integra el grupo de torneos de la ATP World Tour 250. Es uno de los cuatro torneos que conforman la denominada Gira Latinoamericana sobre polvo de ladrillo que tiene lugar a principios de año.

Particularmente en el caso de Córdoba y Desde hace más de 80 años, el CORDOBA LAWN TENIS CLUB, es considerado uno de los mejores y más prestigiosos lugares para la práctica del tenis en la ciudad. Rodeado de un imponente espacio verde y a muy pocos minutos del centro, es el lugar elegido por muchos tenistas de la ciudad.

Además la ciudad cuenta con una oferta muy grande de canchas y clubes de tenis, entre las que se destacan Club Universitario, Las Palmas, General Paz Juniors, Cordoba Athletic, Jockey Club Cordoba, Ines Gorrochategui Tennis Academy, entre otros.

- **Fútbol**

El fútbol, es quizás el deporte más popular a nivel mundial en la actualidad. Es importante no sólo a nivel deportivo, como juego y pasatiempo, sino también a nivel social, ya que une a grupos sociales, a clubes o incluso a naciones. Además, el fútbol es hoy en día uno de los deportes que más dinero genera debido a la popularidad que posee en regiones como Europa, Latinoamérica, Asia y últimamente también en los Estados Unidos.

El fútbol en Argentina es el deporte más popular. Tiene un gran número de jugadores federados (540.000 en 2002, equivalente al 1,4% de la población) y es el más practicado por la población masculina en forma recreativa o no federada.

En el caso de Córdoba, el futbol tiene gran importancia a nivel deportivo, social, cultural y económico. No solo es un deporte que lo practican grandes cantidades de personas, sino que también es una

fuentes de ingresos para la Provincia debido a los espectáculos deportivos, traspaso de jugadores, sponsors relacionados con el fútbol y demás cuestiones.

Hoy en día Córdoba tiene, con su renovado estadio Mario Alberto Kempes, una gran infraestructura deportiva que alberga no solo al fútbol sino también natación, hockey, atletismo, etc.

El Club Atlético Belgrano, Talleres, Instituto, Racing, General Paz Juniors, son los clubes más importantes de la Ciudad de Córdoba y participan en los torneos organizados por la Asociación del Fútbol Argentino. Estos presentan grandes infraestructuras donde están presentes los campos de entrenamientos para todos sus planteles de inferiores y primera.

También existe en Córdoba la Liga Cordobesa de Fútbol, la cual es una de las Ligas regionales de fútbol en Argentina y es la máxima competición futbolística de la Provincia de Córdoba (Argentina), en la que participan clubes de la ciudad de Córdoba y localidades aledañas. Participan 38 equipos entre las dos divisiones que la conforman y al final del campeonato, se otorgan plazas para la participación en el Torneo del Interior.

- **Básquet**

El básquet en la Argentina tiene un considerable desarrollo en todo el país, constituyendo uno de los deportes con mayor cantidad de público y deportistas, luego del fútbol.

Argentina, organiza la competición de clubes de básquet en un torneo anual denominado Liga Nacional de Básquet (LNB), organizada por la Asociación de Clubes en sus tres máximas categorías. Los torneos provinciales que nutren de equipos a estas competencias son organizados por la Confederación Argentina de Básquetbol (CABB), la que a su vez tiene a cargo la organización de la selección nacional.

Entre los basquetbolistas destacados del básquet argentino se encuentran Emanuel "Manu" Ginóbili -considerado el mejor jugador de la historia del básquet argentino-.

En lo que respecta a Córdoba, es la Asociación Cordobesa de Basquetbol la que se encarga de organizar la Liga Cordobesa de Basquetbol y representar a todos los clubes de nuestra ciudad en todo el país. Entre los clubes más destacados de la provincia se encuentran: Asociación Deportiva Atenas, Alianza Jesús María, Empleados Banco de Córdoba, Club Atlético Poeta Lugones, Instituto Atlético Central Córdoba, entre otros.

- **Deportes acuáticos (esquí náutico, vela, moto acuática, wakeboard, entre otros)**

En las diferentes regiones y localidades de Córdoba, hay espacios propicios para realizar actividades acuáticas, algunas extremas y otras no tan riesgosas. Estos espacios hacen referencia a lagos, lagunas y diques como lo son el Lago San Roque en Carlos Paz o el Dique Los Molinos en el Valle de Calamuchita.

Una de las posibilidades es el windsurf, que se realiza sobre una tabla con vela, llevada por el viento y guiada por su ocupante. Como una de sus variantes se encuentra el wakeboard, que también se practica con una tabla, pero llevada por una lancha.

Además, dentro de los deportes náuticos de Córdoba, se pueden realizar paseos en lancha, bote o velero.

La propuesta se extiende al canotaje, durante el cual se navega por el agua con una embarcación angosta que no se diferencia entre proa y popa.

Entre los deportes extremos, dentro del deporte acuático, están el manejo de motos de agua, o balancearse impulsados por una lancha realizando sky acuático.

Practicados en un marco natural imponente y de real belleza, los deportes náuticos en Córdoba poseen un atractivo diferente y superior, haciéndolos verdaderamente tentadores.

- **Equitación**

Para abordar el tema de la Equitación, es necesario conceptualizarla.

La equitación es el arte de mantener un control preciso sobre un caballo, así como los diferentes modos de manejarlo.

El Deporte, tiene una clara y expresa representación en la equitación, traducido en multitud de disciplinas, como puede ser la modalidad de saltos, los rallyes, excursiones, entre otros y debe ser aprendido de manos de profesionales experimentados.

La proyección de la equitación en la Salud, tanto física como psicológica, es también indudable. La misma aporta beneficios reconocidos sobre el stress o la autoestima, favoreciendo el equilibrio, potenciando los reflejos y la coordinación de movimientos.

En el caso de la Argentina, este deporte puede desarrollarse en el Club Hípico Argentino ubicado en la Ciudad de Buenos Aires, brindando escuelas para el aprendizaje.

Córdoba presenta una oferta muy variada de este deporte, entre los que se encuentran el Club Hípico de Córdoba, que a su vez ofrece la posibilidad de aprender desde la iniciación a la equitación hasta las diferentes disciplinas hípcas, como son la doma clásica, salto, raid, enganche, doma vaquera, completo, entre otros.

- **Polo**

La Selección de polo de Argentina es el representativo de polo de Argentina de manera internacional. La selección argentina ostenta actualmente el título de Campeón Mundial de Polo, e históricamente ha sido una de las más fuertes del mundo. Logró obtener dos medallas de oro en los Juegos Olímpicos y es la que más veces ha

ganado el Campeonato Mundial de Polo con cuatro títulos, en los años 1987, 1992, 1998 y 2011.

De todas formas, hoy en día el país no tiene una Selección estable, en la cual pueda alinear a sus mejores jugadores. Esto se debe a que Argentina posee la liga de polo más poderosa del mundo, los jugadores de más alto hándicap del mundo y los mejores equipos del mundo. El nivel argentino en polo no tiene comparación; para mantener la competitividad a nivel internacional, la Federación Internacional de Polo (FIP) tiene reglamentado que en el Campeonato Mundial de Polo el máximo hándicap por equipo sea de 14 goles. Argentina es la única selección que actualmente podría formar más de un equipo nacional de hándicap 40, es decir, que todos sus jugadores tengan 10 goles de categoría, el máximo a nivel mundial.

- **Avistaje de aves**

Una nueva tendencia internacional de Turismo es el Avistaje de Aves.

El avistaje de aves o bird watching es la observación y el estudio de las aves a través del ojo humano, asistido por dispositivos de mejora visual, como los prismáticos. Esta actividad implica a menudo un componente auditivo importante, ya que muchas especies de aves son más fácilmente detectadas e identificadas por el oído que por los ojos. Usualmente el avistaje de aves es un complemento del ecoturismo y es una tendencia que crece día a día, especialmente en Argentina que posee una diversidad de ecosistemas envidiable.

Argentina, conforma uno de los destinos mundiales de avistajes por excelencia, ya que en la ruta de los pájaros, recibe especies de otros continentes que se aproximan a las costas del Mar Argentino. Además tiene excelentes profesionales especialistas en el tema.

Córdoba se puede considerar pionera en esta cuestión durante todo el año. A continuación se mencionaran las distintas opciones que presenta Córdoba para realizar el avistaje de aves.

Las Leñitas (a 10 km de de Agua de Oro, en las Sierras Chicas); Reserva Natural y Cultural Cerro Colorado. Además Los Bañados del Río Dulce y la Laguna de Mar Chiquita han sido declarados Sitios Hemisféricos de Aves.

- **Atletismo**

Es un deporte que contiene un gran conjunto de disciplinas agrupadas en carreras, saltos, lanzamientos, pruebas combinadas y marcha. Es el arte de superar el rendimiento de los adversarios en velocidad o en resistencia, en distancia o en altura.

Los primeros vestigios de las competencias atléticas, se remontan a las civilizaciones antiguas. La disciplina fue desarrollándose a lo largo de los siglos, desde las primeras pruebas hasta su reglamentación.

El calendario está dominado por cuatro tipos de eventos: reuniones, reuniones entre clubes, campeonatos nacionales y los principales eventos internacionales. Los Juegos Olímpicos son el evento internacional más prestigioso. Se celebran cada cuatro años desde 1896 y el atletismo es la disciplina más importante en ellos.

En el atletismo existen modalidades compuestas por diferentes pruebas cada una. Siendo algunas, más exigentes en cuanto a técnica, y otra más exigente en cuanto a estado físico (resistencia y fuerza).

Argentina es un país en el cual varios atletas se entrenan, en diferentes localidades. El centro de alto rendimiento más importante del país está ubicado en Buenos Aires y es conocido como el CeNARD (Centro Nacional de Alto Rendimiento), el cual pertenece a la Ministerio de Deportes de la Nación, cuya sede está situada dentro del mismo. El centro posee diversas instalaciones deportivas, siendo usado como lugar de entrenamiento de la mayoría de los seleccionados argentinos.

El estadio olímpico de Córdoba, ahora llamado Estadio Mario Alberto Kempes, es el lugar donde el atletismo tiene su sede. Contiene una pista de atletismo de solado sintético ubicada alrededor de la cancha principal, que hace que el Estadio sea el único Estadio Olímpico del país. Al mismo

tiempo, lo constituye en un escenario inigualable para la realización de torneos de atletismo y eventos deportivos de nivel nacional e internacional. Está ubicado en la reserva natural Chateau Carreras, sobre la Av. Cárcano, a 10 km. del centro de la ciudad de Córdoba.

A modo de síntesis parcial, el turismo deportivo en la Ciudad de Córdoba contribuye a alcanzar, en cierta medida, los objetivos estratégicos como destino turístico. Además aporta un enorme valor añadido al destino, por su multiplicidad en la oferta de deportes. A su vez, impacta de manera favorable en la rentabilidad de la actividad turística.

Cabe destacar la importancia de las organizaciones, entidades, instituciones y clubes que hacen al desarrollo de la actividad Turística/Deportiva del país. Entre los más destacados, se puede mencionar al Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, Ministerio de Deportes de la Nación, Ministerio de Turismo de la Nación, Agencia Córdoba Deportes, Agencia Córdoba Turismo, entre otros.

3. Estudio exploratorio sobre el marco político del turismo deportivo en la ciudad de Córdoba.

Marco Estratégico- Programático:

- Juegos Nacionales Evita 2012

Los Juegos Evita, forman parte de la estructura de planes y programas de la Agencia Córdoba Deportes.

Los Juegos Nacionales Evita, son competencias deportivas de carácter inclusivo, participativo y formativo para niños, jóvenes y adultos mayores de todo el país. Buscan fomentar la integración y la participación deportiva con igualdad de oportunidades y contribuir al desarrollo deportivo provincial, regional y nacional por medio de la realización de competencias deportivas en todo el país.

Cada año, el certamen cuenta con instancias de competencia municipal, zonal y provincial de las que surgen los participantes de la final nacional. Las disciplinas que integran los juegos son fútbol, voley, handball, básquetbol y atletismo para los más jóvenes; atletismo y natación para personas discapacitadas; tejo, ajedrez, tenis de mesa y sapo para adultos mayores (categoría incluida por primera vez en el año 2008).

Tras un convenio firmado en 2005, entre los Ministerios de Deporte y Cultura de la Nación, los Juegos Nacionales Evita incorporaron actividades culturales dirigidas a niños y niñas de 12 a 16 años y a adultos mayores de 60 años de todo el país.

Además, según la categoría y el deporte correspondiente, los inscriptos pueden representar a establecimientos educativos de gestión pública o privada, escuelas deportivas, gremios, ONG'S, organizaciones comunales, municipales, clubes, etc.

Por otro lado, el certamen ofrece a los participantes distintas herramientas de formación, como talleres y clínicas a cargo de especialistas, espectáculos de música, teatro y danza, y muestras de pintura, historieta, literatura y fotografía.

Este programa, al desarrollarse en el contexto de la ciudad de Córdoba, y debido a la cantidad de disciplinas que abarca y la escasa oferta de campos deportivos de la ciudad, podría optar por la utilización del Complejo Especializado. Esto le brindara un salto de calidad a la competencia y a Córdoba como sede.

- Plan Nacional de Deporte 2008-2012

El Ministerio de Desarrollo Social, por intermedio de la Secretaria Nacional de Deporte, impulsa el “Plan Nacional de Deporte 2008-2012”, diseñado para garantizar el derecho a la actividad física y el deporte en cualquiera de sus manifestaciones.

El Plan Nacional se divide en 3 Planes Operativos de Trabajo:

1. Desarrollo Social: entendido como la práctica de actividades físicas y deportivas, orientada a la población en su conjunto, sin discriminación de edad, sexo, condición física, social, cultural o étnica.

2. Desarrollo Deportivo: concebido como un estado intermedio entre la participación deportiva de base y el alto nivel de competencias un proceso en el que los deportistas pueden incluirse, participar y continuar con posibilidades de éxito el tránsito hacia el camino al rendimiento deportivo.

3. Deporte Federado y de Representación Nacional: consiste en la actividad deportiva organizada, correspondiente al campo del deporte federado y de seleccionados nacional (masculina y femenina) de deportes individuales y de conjunto. Participan atletas, entrenadores, cuerpos técnicos, dirigentes y

colaboradores, en competencias nacionales, sudamericanas, panamericanas, mundiales, olímpicas y paraolímpicas.

El Complejo Especializado, a través de convenios con la Secretaria de Deportes de la Nación, estaría en condiciones, debido a sus instalaciones, de albergar todas cuestiones relacionadas con el alojamiento y el entrenamiento para los distintos niveles de competición.

- Córdoba Alto Rendimiento (C.A.R)

El Gobierno de la Provincia de Córdoba, a través de la Agencia Córdoba Deportes, ha desarrollado el programa Córdoba Alto Rendimiento y, con el apoyo de el Ministerio de Deportes de la Nación, el centro Córdoba Alto Rendimiento. Este programa fue creado con el objetivo principal de brindar apoyo a nuestros especialistas de élite en materia de salud, nutrición, apoyo psicológico, preparación física y alojamiento para deportistas del interior provincial. Además, a partir de un convenio firmado con el Ministerio de Salud del Gobierno de la Provincia de Córdoba, comenzaron a brindarse nuevos servicios. Con este valioso aporte se han incorporado consultorios de atención médica junto a recursos humanos capacitados en diferentes especialidades médicas, quienes realizan distintos estudios y chequeos específicos para otorgar aptos de salud básico, medio y para el alto rendimiento.

El programa, está orientado a brindar apoyo y contención a todos los deportistas del alto rendimiento, que sean calificados como tales por las federaciones a las que pertenecen.

El C.A.R, presenta características similares al Complejo Especializado en materia de salud, nutrición, apoyo psicológico, preparación física y alojamiento para deportistas, razón por la cual se podría realizar “trabajos en conjunto”. El principal objetivo, sería mejorar la calidad de instalaciones y servicios para deportistas en Córdoba, y así

poder mejorar sus condiciones y demás aspectos que hacen a desarrollarse como mejor deportista.

- Becas Deportivas 2012

Es un programa que el Gobierno de la Provincia, a través de la Agencia Córdoba Deportes, otorga becas a los deportistas y entrenadores.

El programa, tiene como principal objetivo el reconocimiento al mérito deportivo de los deportistas federados.

Además, la cantidad de beneficiarios que reciben estas becas deportivas se ha incrementado respecto de años anteriores. Este programa abarca los diferentes niveles del deporte federado amateur: adaptado, convencional, olímpicos y proyección olímpica. Junto al aporte económico, la ayuda a los deportistas se complementa con los programas de transportación deportiva y el uso de las instalaciones del Centro de Alto Rendimiento Deportivo (C.A.R.D.).

Las becas, serán bancarizadas y podrán cobrarlas a través de los cajeros del Banco de la Provincia de Córdoba.

El Complejo Especializado, podrá, a través de convenios con la Agencia Córdoba Deportes, albergar a estos deportistas federados. Se darán charlas con especialistas, clínicas, prácticas profesionales para entrenadores, entrenamientos de alto rendimiento, y otras cuestiones que serán ideadas en conjunto con la Agencia, para mejorar el rendimiento de los deportistas más destacados de la Ciudad.

- Programa Nuestro Club

El Ministerio de Deporte del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, implementa el Programa nacional "Nuestro Club". Tiene por objetivo, colaborar con organismos deportivos de base de todo el país,

posibilitando el cumplimiento de su misión y funciones de promoción, desarrollo y contención del deporte en el marco comunitario.

Además, el apoyo del programa consiste, fundamentalmente, en brindar asesoramiento legal, colaborar en el diagnóstico de necesidades y aportar fondos que les permitan a los clubes mejorar sus instalaciones e incorporar insumos y materiales deportivos. También trabaja en proyectos y leyes de protección de bienes de entidades deportivas y brinda capacitación a dirigentes en áreas relativas a la gestión institucional.

El programa trabaja sobre los siguientes proyectos:

✓ Proyecto "Registro Nacional de Clubes"

Recolección de datos referentes a los Clubes de la República Argentina para un mejor diseño de acciones estratégicas.

✓ Proyecto "Acciones Interinstitucionales"

Gestión ante las instituciones y organismos correspondientes, de beneficios y ascensiones para las entidades deportivas barriales.

✓ Proyecto "Capacitación"

Capacitación y actualización dirigencia y deportiva conforme a las exigencias y dinámicas actuales, orientada a autoridades, profesores e idóneos en la tarea dentro de la organización.

✓ Proyecto "Mejoramiento de instalaciones deportivas y/o material deportivo"

Entrega de apoyos económicos, que garanticen y optimicen la práctica deportiva en los respectivos clubes de barrio.

El salón de usos múltiples con el que contará el Complejo, podría ser usado, gracias a un previo acuerdo con el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, para realizar las correspondientes capacitaciones a

dirigentes deportivos de los distintos organismos e instituciones deportivas. Seguramente, se podrán analizar los distintos proyectos que este programa requiera.

- Programa Argentina Nuestra Cancha

Este programa, está destinado a incluir en actividades deportivas y recreativas a niños, jóvenes, adultos, personas con discapacidad y adultos mayores por medio de la creación y desarrollo de Polos de Actividad Física y Deportiva en todo el país.

Para la implementación de este programa, el Ministerio trabaja de manera conjunta con municipios, centros comunales, clubes, organizaciones sociales, entidades educativas, entre otros, con el Ministerio de Desarrollo Social. Junto a la Universidad de Buenos Aires, dicho Ministerio brinda apoyo financiero destinado a solventar material deportivo, indumentaria, material de difusión, encuentros de capacitación e intercambio de experiencias y honorarios para los equipos técnicos.

En “Argentina, Nuestra Cancha”, las instituciones de formación docente en educación física proponen las localizaciones en las que se desarrollan las actividades como producto del trabajo conjunto con los actores sociales involucrados y desde una perspectiva de diversidad, equidad y respeto por la identidad cultural.

Al igual que para los planes y programas anteriores, el Complejo Especializado pondrá a disposición sus instalaciones para albergar las actividades que el ente organizador requiera, como así también a través de los sponsors con los que cuenta el Complejo, podrán tener todas las comodidades de indumentaria, hidratación y demás cuestiones que hacen al incentivo y comodidad de las personas deportivas.

Marco Normativo

- Ley Nacional De Turismo. Ley 25.997

A comienzos del año 2004, el Poder Ejecutivo, a través del Ministerio de Turismo de la Nación, estableció como prioridad la sanción de una nueva Ley Nacional de Turismo.

La creación de la Ley Nacional de Turismo (Nº 25.997), sancionada el 16 de diciembre de 2004, promulgada el 5 de Enero de 2005, y aparecida en el Boletín Oficial dos días más tarde, blanqueó una situación que se hacía evidente. Consiste en apuntalar desde el Estado y los sectores privados, el desarrollo de la actividad turística como generadora de divisas y puestos de trabajo, en un país donde la incidencia de este sector en el PBI crece a grandes pasos.

La Ley Nacional de Turismo Nº 25.997, declara a esta actividad de carácter "socioeconómico" y de "interés nacional". Además, crea organismos tales como el Consejo Federal de Turismo, el Instituto Nacional de Promoción Turística y recursos trascendentales para aplicar políticas como el Fondo Nacional de Turismo.

Sus principios rectores, son la facilitación (es decir, la coordinación entre estamentos), el desarrollo social y sustentable de la actividad, que implica la inclusión de más sectores para el disfrute del tiempo libre y la generación de políticas en armonía con los recursos naturales y culturales, a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. También, apunta a optimizar la calidad de los destinos y a garantizar la competitividad y accesibilidad.

Además, la Ley creó el Comité Interministerial de Facilitación Turística y un Plan Federal Estratégico, e incluye entre los organismos de consulta permanente al Consejo Federal de Turismo y la Cámara Argentina de Turismo.

Entre las prioridades figuran la investigación, formación y capacitación técnica y profesional de la actividad; promover una conciencia turística en la población; acordar las regiones, zonas, corredores, circuitos y productos turísticos con las provincias y municipios, promover acciones tendientes a instaurar incentivos que favorezcan la radicación de capitales y fomentar la inclusión en los programas de estudio en todos los niveles de la enseñanza pública y privada.

- Ley De Turismo De La Provincia De Córdoba. Ley 9124

La Ley, reconoce a la actividad turística de interés prioritario, al tiempo que tiene por objeto el desarrollo integrado de la Provincia como unidad de desarrollo turístico. Tiene finalidades fundamentales para el desarrollo de la región. Incrementar su incidencia en el producto bruto provincial, así como todo lo referido a la inclusión de todos los sectores sociales, la calidad de los servicios e infraestructura turística y protección del patrimonio turístico natural/cultural, protección al turista, entre otros.

Se declara como interés prioritario actividades como el alojamiento para turistas, planes de desarrollo y mejoramiento de infraestructura turística, eventos de interés turístico y atractivos turísticos, entre otros.

La ley crea el Consejo Provincial de Turismo, el que estará constituido por representantes de las diversas regiones turísticas de la Provincia. Tendrá por función principal brindar asesoramiento a la Autoridad de Aplicación de la presente Ley, y participar en aquellas acciones para las cuales sea convocado por dicha Autoridad.

Por otro lado, se crea el Fondo de Promoción Turística, cuya única finalidad es el cumplimiento de los objetivos específicos tendientes a la difusión y promoción de las actividades turísticas de la Provincia de Córdoba.

- Ley De Alojamientos Turísticos. Ley 6483

La abarcan las clases y categorías del servicio de alojamiento en el ámbito de la provincia de Córdoba. Las clases, se refieren a las modalidades, formas y/o maneras de alojamientos en tanto que las categorías indican los servicios que se prestan dentro de cada clase, y la calidad de los mismos.

Además, la Ley establece parámetros generales utilizados para esta clasificación y categorización, que se describen a continuación y me pareció importantes de destacar:

1. Características de los servicios ofrecidos.
2. Características constructivas del objeto.
3. Características dimensionales de los sectores identificados como componentes del objeto.
4. Equipamiento básico ofrecido.
5. Servicios técnicos ofrecidos.
6. Localización del establecimiento
7. Calidad de servicios ofrecidos.

En el siguiente cuadro, se podrá apreciar claramente lo mencionado anteriormente.

Tabla 1: Clases y categorías de alojamiento

Clases/modalidades	Categorías/calidades
Hotel	Estrellas
Apart-hotel	
Hostería	
Motel	
Hostal	
Apart-cabañas	
Complejos turísticos	
Complejos especializados	Superior, Primera y Estándar
Residencial	A b c
Albergue	
Conjunto de casas y/o dpto.	Sin determinación

Para mi proyecto de inversión, la inscripción de mi establecimiento será como Complejo Especializado. La Ley, lo reconoce como un establecimiento que presta servicio de alojamiento en una o más de una clase reconocida por la presente reglamentación. El mismo está integrado a la prestación de un servicio especializado y ajeno al alojamiento, y/o

que por su localización rural se encuadre en la presente clase. Ej. Turismo Rural, Turismo Salud (SPA), Turismo Deportivo, Turismo Recreativo, etc.

La categorización del establecimiento, (Categoría Superior, Categoría Primera y Categoría Estándar) la otorgará el Organismo de Aplicación de la presente Reglamentación, conforme la evaluación que realice, atendiendo las características propias del establecimiento, factor de ocupación del suelo, sistema constructivo, materiales utilizados, alturas, formas, colores, su localización urbana o rural, (sitio y situación) las características del entorno, equipamiento complementario del establecimiento y del entorno inmediato, accesibilidad, topografía, su clima, vegetación, medio ambiente, características de diseño, escala, visuales, y valores paisajísticos y ambientales, entre otros aspectos.

Marco Institucional

Dentro del marco institucional, mencionaré a continuación las instituciones públicas, privadas a mixtas de diferentes alcances, ya sea nacional, provincial o local.

Estas son:

- Ministerio de Deporte de la Nación: Ejecuta las políticas, planes y programas vinculados al desarrollo integral del deporte en todas sus etapas, modalidades y niveles de competición y de la recreación en todas sus formas. Se relaciona con mi proyecto porque en mi complejo se podrían desarrollar distintas disciplinas y/o competiciones que están abaladas en los diferentes planes y programas que promueve la secretaria.
- Ministerio de Desarrollo Social: Promueven la inclusión social, la integración y el desarrollo humano integral, vinculados con el deporte, la actividad física y la recreación. La relación con mi complejo está relacionada porque el mismo estaría a disposición de abarcar el desarrollo del deporte, la actividad física, la recreación y el alojamiento de todos los deportistas del país.
- Clubes Deportivos de la Argentina: tienen por objeto la promoción de una o varias modalidades deportivas, la práctica de las mismas por sus asociados, así como la participación en actividades y competiciones deportivas. Son clientes del complejo especializado y realizaran entrenamientos de alto rendimiento, pretemporadas, entrenamientos específicos, etc.
- Colegios y/o Instituciones orientadas al deporte: (Ejemplo: centro educativo san miguel) tienen como función desarrollar

actividades sociales, deportivas y recreativas para niños, adolescentes, jóvenes y padres con una impronta netamente docente. También son clientes del complejo ya que realizaran clínicas y actividades recreativas dentro del mismo.

- Ministerio de Turismo de la Nación: Establece los lineamientos del sistema turístico argentino, en tanto es el organismo responsable de planificar e implementar las políticas del sector. Está relacionado, debido a que el complejo podrá pertenecer a uno de los productos turísticos orientado al Turismo Deportivo del país. Además, al trabajar con agencias de viajes y demás entidades turísticas, el Ministerio estaría dentro de ese espectro de posibilidades de clientela o promoción del lugar.
- Agencia Córdoba Deportes: Tiene como competencias fortalecer la participación de los distintos sectores de la sociedad en prácticas deportivas. Es muy importante la influencia de la agencia con el proyecto, ya que trabajaremos conjuntamente en la organización de eventos, charlas y demás cuestiones para fomentar el deporte en la Ciudad de Córdoba y promover el complejo especializado.
- Agencia Córdoba Turismo: Organiza, orienta, promueve y coordina la actividad turística y su desarrollo en la Provincia de Córdoba. Estaremos en contacto con la agencia por la legislación turística y hotelera, y para todas las habilitaciones pertinentes.
- Liga Cordobesa de Fútbol: Fomenta el deporte del fútbol eminentemente amateur y asocia en su seno a las entidades que en Córdoba lo practiquen, a efectos de coordinar la acción en todas ellas en pro de su difusión y de su

ejercitación disciplinada. La Liga, es un cliente muy importante para nuestro proyecto ya que tiene en su espectro gran cantidad de niños, jóvenes y adolescentes que practican en sus respectivos clubes de la Ciudad de Córdoba el deporte como método de diversión, recreación y esparcimiento. El complejo, estará a disposición de la liga para alojar y entrenar a todos los clubes de la Provincia con sus respectivas divisiones.

Esquema Sistémico

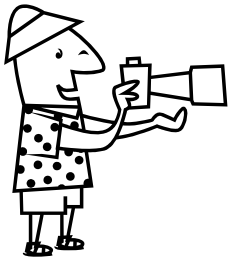
Presentamos el esquema sistémico de nuestro trabajo final, que consiste en desarrollar un proyecto de inversión para el desarrollo de un complejo especializado en Turismo Deportivo.

Identificamos los actores principales, el proceso y las relaciones que se establecen entre ellos.

- ✓ LUGAR DE ORIGEN: Turistas nacionales e internacionales.
- ✓ LUGAR DE DESTINO: Córdoba, Argentina.
- ✓ DEMANDA: Clubes nacionales e internacionales de futbol, Colegios y Universidades orientadas al deporte, futbolistas amateurs y profesionales libres, etc.



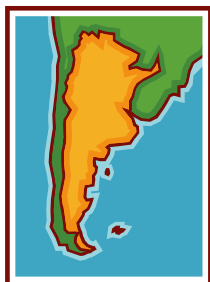
- ✓ SALIDA DE TURISTAS (deportivos): Clase social media



- ✓ OFERTA (servicios): alojamiento, visitas guiadas por la ciudad, clínicas y entrenamientos deportivos, concurrencia a eventos deportivos, traslados, salón de usos múltiples, eventos sociales o corporativos, dietas especiales para deportistas, etc.



- ✓ TERRITORIO: Llano, accesibilidad, rutas en buen estado, conectividad, cercanos a lugares turísticos, a minutos de la capital, climáticamente ideal para la práctica de deportes, etc.



- ✓ LEYES E INSTITUCIONES: Ley de alojamiento, leyes de la construcción, Agencia etc.



- ✓ RETORNO DE TURISTAS DEPORTIVOS (experiencias): Conocimiento de la ciudad, experiencia competitiva en el deporte, gran intercambio cultural y social, mejoras en la salud y estado físico.



- ✓ OPERADORES DE MERCADO: Agencia Córdoba Deportes, Agencia Córdoba Turismo, Agencias de viajes, Asociaciones de futbol nacionales e internacionales (AFA), empresarios intermediarios de futbolistas, etc.

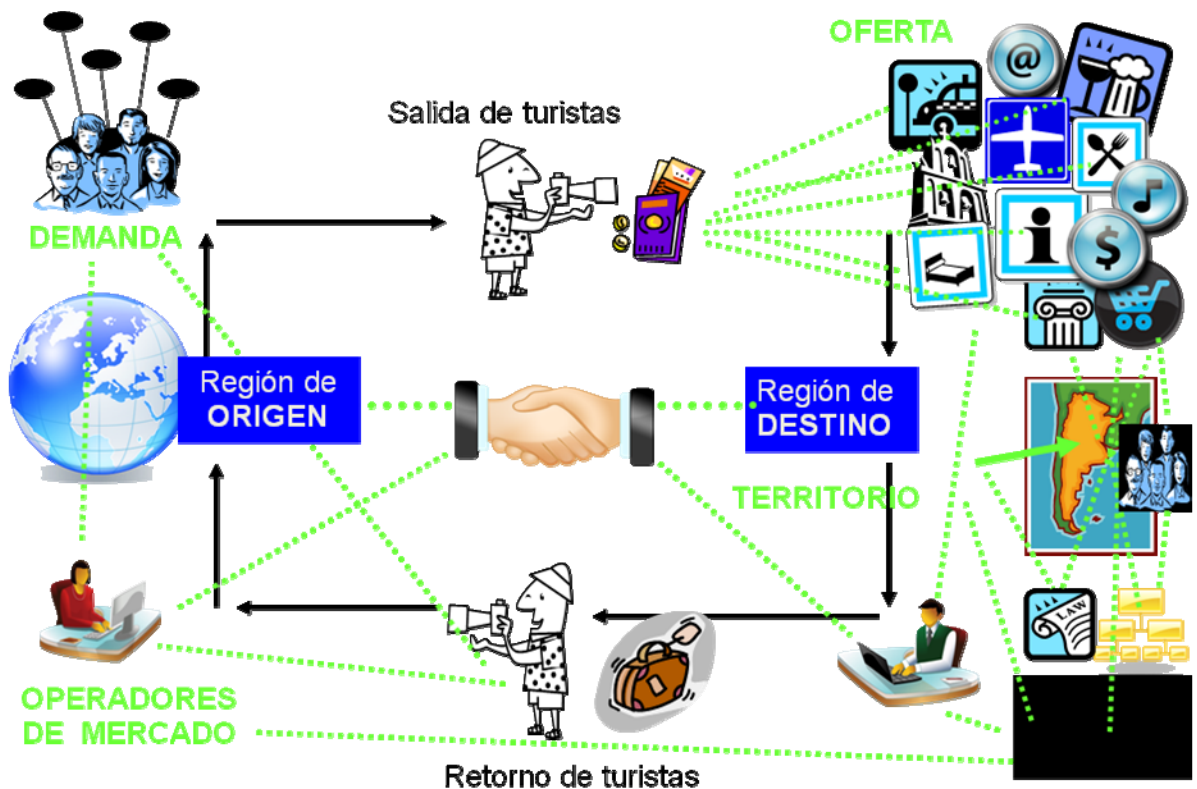


FIG. 4: Sistema Turístico Deportivo de Córdoba (Fuente: Material de Estudio de Prof. Cordón, 2012)

Se puede observar con la línea de puntos verdes, las relaciones que existen entre los elementos que conforman el sistema. Por una parte, tenemos la demanda, la cual nos indica los consumidores de los bienes y servicios turísticos que ofrecemos; y por otra parte la oferta que hace referencia al conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística. Los operadores de mercado, son los encargados de facilitar el encuentro entre la oferta y la demanda, captan la demanda real y potencial para que en un espacio geográfico, disfruten de los servicios que se ofrecen. Así es como las relaciones en el cuadro muestran como los elementos deben combinarse para así lograr que tenga éxito.

La oferta, tiene que estar relacionada con el territorio, sus características y leyes vigentes para la prestación del servicio. Las experiencias de los turistas, tienen que ser conocidas por los operadores de mercado, para poder seguir captando personas que su principal motivo sea la práctica del deporte; y en base a esas experiencias corregir o establecer las estrategias.

El sistema, nos permite determinar todos los elementos que actúan en el sistema turístico.

El sistema turístico que grafiqué, hace mención a los elementos pertenecientes a un Complejo especializado en turismo deportivo. Un complejo especializado, orientado a la práctica de fútbol y alojamiento de los jugadores con actividades variadas para realizar, tanto dentro como fuera del establecimiento, para la cual hacen falta una serie de elementos que se deben tener en cuenta.

En la demanda, se puede observar a los posibles consumidores de los servicios y productos que brinda el establecimiento, en este caso son nacionales e internacionales que buscan experiencias deportivas, sociales y culturales. Los servicios que se van a ofrecer, forman parte de la oferta y estarán estrechamente relacionados con las experiencias turísticas que

disfrutaran los turistas deportivos. Estas experiencias, están relacionadas no solamente con el deporte en sí, sino también con aspectos culturales (visitas guiadas a museos, etc.) y sociales, ya que habrá un intercambio social con los habitantes de otras partes del país y del mundo. Los servicios y productos que se ofrecen, tienen que ver también con el territorio o espacio geográfico donde se instalará el complejo, ya que, gracias a una serie de estudios previos sobre el territorio, podemos determinar que se encuentra en un espacio apto para la práctica del deporte.

Otro aspecto fundamental, tiene que ver con las Leyes e Instituciones que actúan en este proyecto y para el cual se deben conocer con el objetivo de no correr riesgos y realizar todo en base a las reglamentaciones vigentes.

Los operadores de mercado, son otro elemento importante dentro del sistema. Los mismos, se interrelacionan con los demás elementos, y hacen referencia a las empresas y organismos cuya función principal es facilitar el encuentro entre la oferta y la demanda.

Análisis Estratégico

A continuación, expondremos un análisis estratégico de los actores principales que intervienen en el proyecto.

El objetivo es determinar su interés, personalidad, y estructura, los cuales nos permitirán obtener conclusiones sobre el peso e influencia que tienen los diferentes actores en la viabilidad del proyecto.

Tabla 2: Análisis de actores intervinientes en la viabilidad del Proyecto de inversión.

Actores	Estructura	Interés	Personalidad
Agencias de viajes (agencias que ofrezcan Turismo Deportivo relacionado con el Futbol)	Fuerte Coopera	Vital	Del presente
Sponsors- Patrocinadores (marcas y empresas que quieran apostar por el proyecto)	Fuerte Coopera Depende	Vital	Del presente
Complejos Especializados en Turismo Deportivo en la Argentina (competencia)	Fuerte Compite	Vital	Del presente

Proseguimos con el test de viabilidad de los actores y variables que consideramos relevantes.

Tabla 3: Test de viabilidad de actores de Turismo Deportivo en la Ciudad de Córdoba.

Variable / Actores	Liga Cordobesa de futbol	Agencia de Córdoba Deporte	Agencia Córdoba Turismo
Interés en que se cree un Complejo Especializado en Turismo Deportivo	F	FF	I
Actitud frente al Turismo Deportivo de la Ciudad	I	F	FF
Compromiso de mejorar la oferta deportiva de la Ciudad de Córdoba	I	FF	F
Involucramiento del Futbol como deporte relevante para el auge de la Provincia	FF	F	I

El fin de este análisis de los actores, es ampliar el horizonte de la mirada expandiendo los límites de los modelos mentales y no actuar ignorando las características del sistema.

A modo de síntesis, se puede establecer que la Agencia Córdoba Deportes, es un actor fundamental en la viabilidad del proyecto, ya que fortalece la oferta de campos de entrenamientos y alojamiento dedicados a deportistas, los cuales son su objeto. También, se puede afirmar que la Agencia Córdoba Deportes, es la que más interviene en la viabilidad del proyecto.

Por otro lado, la Agencia Córdoba Turismo tiene una fuerte actitud frente a lo que es el turismo deportivo en la Ciudad de Córdoba. Al tener centrada la mirada hacia otros deportes, como el Golf y la Pesca Deportiva, el Fútbol y el Complejo dedicado al Turismo Deportivo de Fútbol, pasan a un segundo plano.

Por otra parte, la Liga Cordobesa de fútbol tiene un gran interés por la creación del complejo, y el fútbol como deporte principal ya que, la Liga tiene entrenando a muchos niños y jóvenes en los distintos clubes de la Ciudad y esto ayudaría a que se crezca cada día más y se pueda realzar la práctica de este deporte.

4. Aspectos éticos de la problemática del turismo deportivo en el contexto mundial.

Como introducción para abordar los ejes de discusión de distintos autores sobre temas relacionados al turismo deportivo y desarrollo local, es necesario conceptualizar el término “desarrollo deportivo”.

Según Solari (2003), desarrollo local es el conjunto de resultantes que se manifiestan en el mejoramiento del nivel y calidad de vida de los habitantes de una localidad a raíz de generar crecimientos sustentables a diversos niveles, que se engranan, concatenan, implican y complementan entre sí de manera estratégica, capaces de crear mejoras en las condiciones sistémicas y estructurales de la localidad.

Desde la perspectiva de este proyecto, se van a abordar 3 ejes de discusión, relacionados con diferentes autores.

El primero, hace referencia al desarrollo turístico local y la comunidad local, es decir como incide la actividad turística local en base a la valoración y expectativas de los residentes de la localidad o región.

Castells (1999), expresa que desarrollar la actividad turística en armonía con el espacio y sus elementos constitutivos, remite a la necesidad de identificar su potencial y cuestiones de sustentabilidad. Además, requiere identificar las influencias externas, los intereses de la comunidad, la capacitación del cuerpo técnico y de gestión para evitar acciones improvisadas. Así el conocimiento de las percepciones y deseos de los residentes de un determinado espacio en relación a la actividad turística debe tenerse muy en cuenta.

Maximiliano (2006), considera que la obtención de resultados positivos en el ámbito turístico depende de un mayor conocimiento de la realidad local tomando en cuenta la opinión de la comunidad. Para lograrlo es indispensable comprender la cultura de la sociedad. Identificar las valoraciones y expectativas de la población respecto del turismo

ayuda al perfeccionamiento de elementos tales como la gestión, la calidad de los productos turísticos y los servicios relacionados, la originalidad del destino, la hospitalidad, el respeto por la identidad local, el dialogo; reduciendo los impactos negativos del turismo en el espacio, la cultura y la vida cotidiana.

Por otro lado, se debe tener en cuenta lo que plantea Canclini (1999) con respecto a que se debe considerar que la relación entre anfitriones y turistas no siempre es armónica. Es común la existencia de tensiones y o choques culturales debido a la multiplicidad de identidades de los individuos construidas por medio del contacto con diversos ambientes, normas de conductas y experiencias de vida.

Para cerrar con este primer eje, podemos concluir que es necesario que los gestores turísticos, tanto del sector público como privado, realicen un relevamiento de las apreciaciones de los habitantes para conocer sus valores.

Además, es necesario tener cautela en las acciones de desarrollo turístico que se realicen a corto, mediano y largo plazo para evitar que el número de visitantes provoque en la sociedad sentimientos tales como indiferencia, irritación o rechazo.

El segundo eje está vinculado con el impacto ambiental del turismo deportivo en la naturaleza.

Para Lagardera y Martinez (1998), se han producido dos procesos sociales paralelos: uno es la masificación de las actividades deportivas en la naturaleza acompañadas por un incremento de las instalaciones adecuadas para su práctica, y otro proceso relacionado a una alarma creciente ante los problemas medioambientales, con quejas y acciones frecuentes de las organizaciones ecológicas.

Se constata que se producen una serie de efectos perversos no deseados tanto de tipo directo (ruptura de la armonía del entorno natural,

polución ambiental, compactación y erosión del suelo, etc.) como indirecto (mayor consumo de energía, concentración de deportistas, conflictos con los lugareños, etc.) (Xavier Medina y Ricardo Sánchez, 2005).

A su vez, los autores acentúan el impacto favorable de la promoción deportivo-turística, ya que es considerada como un factor de gran importancia en el desarrollo socioeconómico del lugar. También se ofrecen como soluciones al problema de cómo hacer frente a las consecuencias no deseadas de la implantación de deportes en el ámbito rural, controlar el volumen de personas que el medio es capaz de soportar. Otra solución es instalar una educación medioambiental considerada como factor clave para reducir el impacto de las prácticas, apuntando en todo momento a un desarrollo sostenible de las zonas perjudicadas (Xavier Medina y Ricardo Sánchez, 2005).

A modo de síntesis, podemos afirmar que la presencia de actividades deportivas mejora y diferencia la oferta turística de una localidad o de una zona.

Por otro lado, en relación a estas actividades deportivas que suelen darse en un entorno natural, hay que tener en cuenta diversos factores: positivos, en cuanto a la potenciación del turismo, la actividad económica y el desarrollo local en estas zonas o a una oferta alternativa y atractiva para el cliente. Pero también existen factores negativos, como es principalmente, la inevitable degradación del medio ambiente y la posible masificación de áreas que no cuentan con las infraestructuras necesarias para ello.

El tercer eje está relacionado con el desarrollo local turístico y los eventos deportivos.

Las ciudades promotoras de eventos deportivos, incentivan el turismo durante la temporada baja cuando los precios del hospedaje, alimentación y transporte son mejores favoreciendo consecuentemente el comercio local (Martín, 2003).

En la creación y ejecución de eventos, es necesaria la planificación turística con una perspectiva económica, social y ambiental. Dentro de esta planificación turística, puede surgir un problema como lo es la falta de lineamientos claros y objetivos que involucren a todos los actores públicos, privados y a la comunidad (Berni, 2006).

Siguiendo con la línea de pensamiento de estos autores, Valls (2006) expresa que a través de un planeamiento turístico eficaz, una localidad podrá conformar una Ciudad con mejores estructuras urbanísticas, sociales y culturales, creando posibilidades de nuevos espacios de deporte, recreación y turismo.

Diversos países del mundo, enfrentan una alta demanda para organizar grandes eventos deportivos, deslumbrando posibilidades de desarrollo económico y turístico, tales como un mayor número de ocupación y empleos temporarios y/o permanentes; la promoción y realización de otros eventos; el aumento en la intención de practicar actividades físicas por parte de la población; el aumento en la proyección de la imagen de la ciudad dentro y fuera del país; la proyección de oportunidades económicas y de servicios; las construcciones deportivas; la construcción de infraestructura para la ciudad como obras de transporte (puerto, aeropuerto, metro, etc.) y de alojamiento para los atletas; por último la compra de equipamientos deportivos, de seguridad, de telecomunicaciones, de informática, entre otros (Da Costa, 2008).

Como consideración final, se puede afirmar que el turismo de eventos deportivos es un segmento específico de la actividad económica, que genera beneficios para la ciudad que lo organiza, como así también para los inversores y el comercio local, contribuyendo al uso de los equipamientos y servicios turísticos de las regiones promotoras y la difusión de los atractivos turísticos.

Es pertinente para ampliar el cierre de este estudio, mostrar que la Organización Mundial del Turismo (OMT) clasifica en 4 tipos los acontecimientos con efectos turísticos:

- I. Acontecimientos Mundiales: estos acontecimientos generan efectos en la imagen turística del país organizador en lo referente a modo de actuación, calidad de su acogida y su infraestructura turística. Ejemplo: Copa Mundial de fútbol de Francia 1998, donde la imagen de este país hacia la prensa y los turistas fue de un país serio y acogedor. Los juegos Olímpicos, es otro ejemplo de acontecimiento de carácter mundial.
- II. Acontecimientos Nacionales de alcance Internacional: estos acontecimientos son de menor alcance que el anteriormente descritos. Las características de los mismos consiste en que, si son internacionales, son generalmente países limítrofes los participantes (Champions League) y que los principales seguidores de estos eventos son los aficionados del deporte en cuestión. (Wimbledon en tenis, Tour de France en ciclismo).
- III. Competiciones deportivas locales con un gran valor simbólico: son competiciones que impactan principalmente a los practicantes del deporte desarrollado en la competencia. Su característica es el tecnicismo de los sitios y los espacios donde se llevan a cabo estas competiciones, sean éstos naturales o urbanos (Ej. maratón de Nueva York).
- IV. Reuniones o concentraciones de deportistas aficionados sin afán competitivo: eventos deportivos que su principal objetivo el mero placer de reunirse en un espacio acogedor a practicar el deporte elegido. Su característica está

relacionada con una práctica deportiva tranquila, lúdica amistosa y en entornos naturales y fácilmente accesibles.

Si tenemos que analizar la situación de nuestro país, podemos observar que es participante de muchas de estos acontecimientos deportivos anteriormente mencionados. Sin embargo, la falta de infraestructura en general (hotelera, gastronómica, deportiva, etc.) hacen que hoy en día no sea, comparativamente con otros países, elegido como país anfitrión por los organismo oficiales. Por otro lado, cabe destacar que Argentina desarrolla acontecimientos de nivel nacional-internacional (ATP Buenos Aires, Copa América de fútbol). A su vez, fue sede de acontecimientos deportivos mundiales de primer nivel como el Mundial de fútbol de 1978, lo cual muestra que es un país con potencial de desarrollo aunque en la actualidad está en desventaja respecto a los otros países.

La Ciudad de Córdoba, es un reflejo de lo que sucede en Argentina, en cuanto a la falta de infraestructura y servicios. Pero cabe destacar que hoy en día se están haciendo esfuerzos económicos para llevar a cabo adelante proyectos que fomenten la práctica deportiva en la Ciudad. Se pueden citar como ejemplos a la remodelación del Estadio Mundialista Mario Alberto Kempes, la nueva cancha sintética de Hockey en el Mario Alberto Kempes, pileta olímpica en el Mario Alberto Kempes, entre otras obras de instalaciones.

5. Formulación de un proyecto de inversión para el desarrollo de un complejo especializado dedicado al Turismo Deportivo en la Ciudad de Córdoba

Para el desarrollo del proyecto de inversión de un Complejo Especializado en Turismo Deportivo se realizaron estudios de distintos aspectos.

A) Presupuesto De Inversión

En el contexto económico, se realizaron presupuestos de inversión, en el cual se analizaron los montos a invertir en cada uno de los conceptos, para cumplir lo planificado y satisfacer las necesidades de la demanda.

La estructura del presupuesto, se organizó a partir de los siguientes rubros: activos fijos, activos corrientes, gastos pre-operativos, bienes de uso e imprevistos.

Dentro de las inversiones necesarias para la puesta en marcha del emprendimiento encontramos:

1) Activos Fijos: son aquellos que no varían durante el ciclo operativo de la empresa, inversiones de bienes tangibles que se utilizan en la prestación del servicio. Son poco líquido. Si bien son durables, se deprecian con los años. Para la construcción del complejo se presupuestaron los siguientes activos fijos:

- Terreno de 2,5 hectáreas, ubicado en Malagueño, en las cercanías al acceso de Carlos Paz, a un valor de USD 30000 a cotización oficial aproximada de \$4,8.
- Construcción edilicia (ver Anexo -Planilla de Superficie)
- Canchas de Fútbol 11 (ver Anexo -Planilla de Superficie)

- Canchas de Fútbol 8 (ver Anexo- Planilla de Superficie)

- Otros Activos Fijos: alambrado iluminación, riego, etc.

2) Bienes de Uso: son aquellos bienes tangibles que se utilizan para desarrollar la actividad de la empresa; deben tener una vida útil estimada superior a un año y no estar destinados a la venta. Para el proyecto se consideraron:

- Mobiliario: camas, roperos, mesas, sillas, sillones, etc.

- Equipamiento habitacional: ropa blanca, almohadones, colchones, etc.

- Equipamiento cocina

- Equipamiento lavadero

- Equipamiento gimnasio

- Equipamiento recreación

- Equipamiento consultorio

3) Activos corrientes: se entiende por activo corriente al efectivo y todas aquellas cuentas que se esperan se conviertan en efectivo. Es decir que se liquiden o que se hallan de consumir durante un ciclo normal de operaciones (periodo entre el momento que se realiza el primer pago de costos operativos hasta que se terminan de cobrar los ingresos a que dan lugar esos costos). Se estimó que para este proyecto de inversión se debía contar con un importe de \$10.000 por su envergadura.

4) Gastos Pre-operativos: son las erogaciones de dinero que será necesario realizar antes de iniciar las actividades de la empresa (gastos de organización). Con relación al Complejo, se tuvieron en cuenta los siguientes ítems:

- Habilitaciones y altas impositivas de los distintos Organismos Públicos tanto a nivel Nacional, Provincial como Municipal.

- Honorarios Profesionales, en donde fue necesario contratar el asesoramiento de abogados (contratos, estatutos, constitución de la sociedad, aspectos legales, etc.), honorario de contadores (estudio contable integral y de asesoramiento de sistemas de información y gestión) y honorario de arquitectos para el diseño y ejecución de obra.

5) Imprevistos: son los montos de inversión a destinar para otras inversiones que no fueron oportunamente planificadas, o bien por la ocurrencia de acontecimientos inesperados y no pautados en la presupuestación original. Al ser una inversión muy importante de dinero, considere establecer un 1 % para estas contingencias.

Tabla 4: Presupuesto de Inversión

Activos Fijos		4.544.000,00	
	Terrenos	360.000,00	
	Construcción edilicia	2.800.000,00	
	Canchas futbol 11	480.000,00	
	Canchas futbol 8	384.000,00	
	Otros	-	
	Alambrado perimetral	120.000,00	
	Iluminación del predio	300.000,00	
	Riego	50.000,00	
	Jardinería y Parquización	50.000,00	
Bienes de Uso		436.700,00	
	Camas	42.500,00	
	Cortinas	7.500,00	
	Veladores	1.500,00	
	Roperos	16.500,00	
	Mesas	10.350,00	
	Sillones	5.000,00	
	Ropa de cama	112.500,00	
	Almohadas	1.500,00	
	Toallones y Toallas	9.000,00	
	Equipamientos cocina		TERCEROS
	Lavadero		TERCEROS
	Equipamiento gimnasio	125.000,00	
	Equipamiento consultorios	15.000,00	TERCEROS
	Equipamiento recreación	12.500,00	
	Equipamiento comedor		
	Mobiliario		TERCEROS
	TV	27.000,00	
	Aire Acondicionado	37.500,00	
	Pcs	13.000,00	
	Tel /fax	350,00	
Activos Corrientes		10.000,00	
	Efectivo	10.000,00	
Gastos Operativos		29.000,00	
	Habilitaciones municipales	2.000,00	OPERATIVO
	Altas impositivas Nac. Prov. Munic.	2.000,00	
	Honorarios profesionales		
	• Abogados	5.000,00	
	• Contadores	5.000,00	
	• Arquitecto	15.000,00	
Capital de Trabajo			
	Sueldos, Cargas Soc. 1ra temporada		OPERATIVO
	• Recepción (2)		OPERATIVO
	• Mucamas (3)		OPERATIVO
	• Pileteros-canberos-jardineros-mantenim. (2)		OPERATIVO
	• Prof. Educación física (2)		OPERATIVO
	• Guardias-serenos (2)		OPERATIVO
	Supuesto tercerización del restaurant		TERCEROS
Subtotal		5.019.700,00	
Imprevistos 1%		50.197,00	
Total		5.069.897,00	

B) Presupuesto Operativo y C) Flujo de Fondo

Tabla 5: Presupuesto Operativo y Flujo de Fondo

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Ingreso hotel	1.485.000,00	2.268.000,00	2.721.600,00	3.265.920,00	3.919.104,00	4.702.924,80
Ingreso restaurant	120.000,00	144.000,00	172.800,00	207.360,00	248.832,00	298.598,40
Ingreso Publicidad (sponsors)	20.000,00	24.000,00	28.800,00	34.560,00	41.472,00	49.766,40
Ingreso alquiler de canchas	600.000	720.000	864.000	1.036.800	1.244.160	1.492.992
Ingreso clínicas	36.000,00	43.200,00	51.840,00	62.208,00	74.649,60	89.579,52
Ingreso eventos	50.000,00	60.000,00	72.000,00	86.400,00	103.680,00	103.680,00
INGRESOS	2.311.000,00	3.259.200,00	3.911.040,00	4.693.248,00	5.631.897,60	6.737.541,12
COSTOS OPERATIVOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos y cargas sociales	130.000	156.000	187.200	224.640	269.568	323.482
Seguro	5.000,00	6.000,00	7.200,00	8.640,00	10.368,00	12.441,60
Teléfonos	10.000	15.273	18.327	21.993	26.391	31.670
Papelería	10.000	12.000	14.000	16.000	18.000	18.000
Total gastos operativos	155.000,00	189.272,73	226.727,27	271.272,73	324.327,27	385.592,73
GASTOS DE COMERCIALIZACION						
Promoción y publicidad	60.000	36.000	43.200	51.840	62.208	74.650
Internet	3.500	4.000	4.500	5.000	5.500	5.500
Total gastos de comercialización	63.500,00	40.000,00	47.700,00	56.840,00	67.708,00	80.149,60
GASTOS GENERALES						
Sueldos y cargas sociales	585.000	702.000,00	842.400,00	1.010.880,00	1.213.056,00	1.455.667,20
Renovación de uniformes	1.680	2.016	2.419	2.903	3.484	4.180
Limpieza	20.000	22.000	24.200	26.620	29.282	32.210
Luz	25.000,00	27.500,00	30.250,00	33.275,00	36.602,50	40.262,75
Gas	6.250,00	6.875,00	7.562,50	8.318,75	9.150,63	10.065,69
Jardinería	22.500,00	25.875,00	29.756,25	34.219,69	39.352,64	39.352,64
Mantenimiento	44.550,00	68.040,00	81.648,00	97.977,60	117.573,12	117.573,12
Cobertura medica	3.600,00	3.960,00	4.356,00	4.791,60	5.270,76	5.270,76
Total gastos generales	708.580,00	858.266,00	1.022.591,95	1.218.985,68	1.453.771,29	1.704.582,74
TASAS E IMPUESTOS						
Tributos Municipales	23.110,00	32.592,00	39.110,40	46.932,48	56.318,98	67.375,41
Tributos Provinciales	64.708,00	91.257,60	109.509,12	131.410,94	157.693,13	188.651,15
Total de tasas e impuestos	87.818,00	123.849,60	148.619,52	178.343,42	214.012,11	256.026,56
UTILIDAD NETA ANTES DE AMORTIZACIONES						
Amortizaciones	223.098,57	223.098,57	223.098,57	223.098,57	223.098,57	223.098,57
UTILIDAD NETA ANTES DE IMP. A LAS GANANCIAS	1.073.003,43	1.824.713,10	2.242.302,69	2.744.707,60	3.348.980,35	4.088.090,92
Impuesto a las ganancias	375.551,20	638.649,59	784.805,94	960.647,66	1.172.143,12	1.430.831,82
UTILIDAD NETA	697.452,23	1.186.063,52	1.457.496,75	1.784.059,94	2.176.837,23	2.657.259,10

Para planear financieramente el proyecto, se realizó el presupuesto operativo. Este presupuesto permite realizar la combinación mas optima entre precios de venta, cantidades a vender y costos, a los fines de identificar y anticipar los resultados del proyecto.

Este análisis, se efectuó para el primer año de operaciones del proyecto, proponiendo en detalle de lo que sucederá anualmente, usándolo como base de estimación para los próximos 5 años tanto a nivel ventas como costos.

La estructura básica del presupuesto nos determina los resultados económicos de cada una de las actividades del proyecto (beneficio económico).

✓ Ingresos

En el presupuesto operativo del Complejo, se consideraron los ingresos diferenciados para cada actividad:

- Ingresos del Hotel: estos ingresos se establecieron con un precio de \$ 500 por habitación, con una estimación de que el complejo tendrá una ocupación del 55% del total de su disponibilidad. En los años posteriores, el precio de la habitación aumentará de acuerdo al valor de la inflación (20%) y se estima que el complejo se mantendrá en un 70% de ocupación por año.
- Ingreso del Restaurante (terciarizado): la marca que lo adquiera tendrá que abonar el primer año el monto de \$ 10.000 por mes. Para los años siguientes, se tendrá en cuenta el valor estimado de la inflación (20%) para el cálculo del monto a pagar.
- Ingreso Publicidad (sponsors): se estima que los sponsors abonaran \$ 20.000 anuales y los años siguientes se estiman los mismos costos más el ajuste por el valor de la inflación.
- Ingreso alquiler de Canchas: el ingreso se estableció con un precio promedio de \$ 500 por alquiler de cancha, estimando que las 4 canchas estarán ocupadas 3 horas 100 días al año. En los años siguientes el precio se ajustará con el valor de la inflación.
- Ingreso Clínicas: se estima tener 12 clínicas de diferentes índoles al año con un valor estimativo de \$3000. En los años siguientes, el precio se modificará con el valor de la inflación.
- Ingresos Eventos: el alquiler del complejo para eventos tendrá un costo de \$10.000 y se estima tener 5 eventos

por año. En los años siguientes el precio se ajustará con el valor de la inflación.

✓ **Costos Operativos**

En relación a los costos operativos (esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo), se dividieron en administrativos, de comercialización, generales y tasas e impuestos.

- Gastos administrativos:
 - Sueldos y cargas sociales (sector administrativo): se consideran dos personas del área administrativa del complejo con un sueldo promedio mensual de \$5000 , multiplicado por 13 sueldos anuales considerando el aguinaldo
 - Seguro, teléfonos, papelería: Basado en información provista por gente del sector hotelero, se estimó el monto para el primer año y luego este se ajustó para los siguientes años acorde a la tasa de inflación estimada.
- Gastos de comercialización:
 - Promoción y publicidad: Se buscó referencia de profesionales en el área de publicidad y comunicación para estimar el valor del gasto de publicidad y promoción. El primer año, se realizará una fuerte campaña en estos conceptos para hacer conocido el complejo y crear un posicionamiento en el mercado correspondiente. Para los siguientes, se considerará la mitad de erogación de dinero en esta área y se ajustará al índice inflacionario.
 - Internet: Se utilizó para su cálculo, los precios actuales de las empresas proveedoras de este servicio. Para

el primer año, y para los siguientes se tuvo en cuenta el impacto de la inflación.

- Gastos generales:
 - Sueldos y cargas sociales (empleados operativos): se consideran 9 empleados, entre los que se encuentran mucamas (3), pileteros-cancheros-jardineros (2), profesores de educación física (2) y guardias (2). El sueldo promedio mensual es de \$5000, cabe aclarar que si bien no todo cobran lo mismo, se estima este promedio de sueldo mensual (\$4500/\$5500)
 - Renovación de uniformes (personal de limpieza y mantenimiento ya que el resto del personal utilizara indumentaria provenientes de canjes con sponsors): Se renovará 2 veces por año (por temporada invierno/verano) el uniforme del dicho personal (3 personas) con un costo estimado de \$280 por uniforme
 - Limpieza, jardinería y mantenimiento : la fuente de información para estimar el valor de estos conceptos, fueron especialistas en el rubro
 - Luz, gas: estos servicios son bimestrales y fueron consultados con colegas de la industria hotelera.
 - Cobertura médica/emergencia: Se consultó el precio de mercado actual de las empresas de servicios de emergencias.
- Tasas e impuestos:
 - Tributos municipales: 1% sobre los ingresos
 - Tributos provinciales: 2,8% sobre los ingresos

- Amortizaciones: es pertinente conceptualizar este término para entender la descripción del mismo: es la pérdida del valor del activo fijo por el mero paso del tiempo. Esto debe reflejarse contablemente.

Tabla 6: Tabla de amortizaciones

Concepto	Valor total	Vida Útil Estimada (Años)	Amortización Anual
Construcción edilicia	2.800.000,00	50	56.000,00
Canchas Sistéticas	864.000,00	7	123.428,57
Otros Bienes de Uso	436.700,00	10	43.670,00

223.098,57

A los activos amortizables, se los dividió por los años de vida útil estimado para cada uno, determinando el valor anual de amortización para cada activo. Luego, se sumó el valor de cada una de estas amortizaciones definiendo así el VALOR ANUAL DE LA AMORTIZACIÓN.

- Utilidad Neta antes de Impuesto a las ganancias: Se obtiene sumando todos los ingresos y restando todos los costos operativos, todos los gastos, tasas e impuestos y amortizaciones.
- Impuesto a las ganancias: Es el 35% de la utilidad neta antes de impuesto a las ganancias

1) UTILIDAD NETA: Es el resultado negativo o positivo que arroja el proyecto luego de restarle todos los costos, gastos, amortizaciones e impuestos.

D) Indicadores Del Proyecto:

Tabla 7: Indicadores del proyecto

<u>FLUJO DE FONDOS</u>	
INVERSIÓN INICAL	-5.069.897,00
AÑO 1	697.452,23
AÑO 2	1.186.063,52
AÑO 3	1.457.496,75
AÑO 4	1.784.059,94
AÑO 5	2.176.837,23
AÑO 6	2.657.259,10
VAN	\$ 559.014,53
TIR	19%
PRI (AÑOS)	3,97 casi 4 anos

- **VAN:** Este proyecto arroja un Van positivo, rentable aconsejable a la inversión. Esto significa que recupera la inversión en el horizonte de tiempo analizado (6 años), y que le queda un excedente que a moneda de hoy alcanza a los \$ 559.014,53 a una tasa del 15% que es la tasa de comparación.

- **TIR:** El valor de este indicador es 19%, mayor al rendimiento exigido (15%) por lo tanto la inversión es aconsejable

- **PIR:** En el análisis del proyecto, se refleja que el recupero de la inversión será casi a los cuatro años a una tasa comparativa del 15%.

Basados en estos indicadores, el proyecto de inversión analizado es rentable bajo los supuestos fijados.

E) Distribución de espacios o áreas del Complejo:

El proyecto de inversión de este trabajo, consta de la creación de un Complejo Especializado en Turismo Deportivo.

El Complejo, estará ubicado en las cercanías al acceso a Carlos Paz, más específicamente en la localidad de Malagueño. La elección del sitio surge a partir de una serie de estudios de conectividad y accesibilidad, lo cual permite que el lugar sea el apropiado para la creación de este proyecto. Además, se buscó un lugar que esté alejado de zonas muy pobladas, ya que el principal objetivo del establecimiento es que los deportistas estén 100% concentrados en la práctica del deporte.

En cuanto a las instalaciones del Complejo, se pueden detallar las siguientes:

- 2 canchas de Fútbol 11 de nivel y medidas profesionales.
- 2 canchas de fútbol 8.
- 4 vestuarios equipados para el confort de los deportistas.
- 15 habitaciones de gran nivel y excelente servicio hotelero.
- Salón de usos múltiples.
- Área de recreación.
- Restaurante de primera categoría para 100 comensales con dietas específicas para deportistas.
- Wi - Fi en todo el recinto del predio.
- Seguridad y servicio de vigilancia las 24 horas.

- 2 consultorios médicos.
- Estacionamiento privado para 100 vehículos.
- Gimnasio profesional.

Es pertinente exponer que el Complejo no solo brindará hospedaje a los deportistas, sino también un programa de clínicas deportivas, las cuales serán diseñadas y ejecutadas por especialistas.

Cabe destacar que los participantes del programa de clínicas que brinda el Complejo, tendrán derecho a hospedarse en el hotel ubicado dentro del predio.

Las actividades deportivas programadas del programa de clínicas constan de:

- Preparación física.
- Entrenamiento táctico.
- Partidos con equipos profesionales.
- Análisis de partidos.
- Charlas educativas dictadas por ex jugadores.
- Clases de nutrición deportivas.

Por otro lado, estas clínicas ofrecerán actividades no deportivas programadas, las cuales son:

- Visitas guiadas por el Estadio Mundialista Mario Alberto Kempes.
- Recorrido turístico por la Ciudad de Córdoba.
- Programas recreativos.
- Concurrencia a eventos deportivos.

Al mismo tiempo, el establecimiento estará a disposición para la ejecución de eventos sociales o corporativos. El valor añadido que le brinda el complejo a los eventos es la puesta en escena al aire libre, en un entorno abierto y cautivador; o en un salón moderno con un confort ideal para la realización de los mismos.

Para la realización de los eventos, el complejo dispone de los siguientes servicios y equipamiento:

- Asesoramiento e información previa a cada evento.
- Estacionamiento privado.
- Recepcionistas a disposición.
- Seguridad privada en todo el predio, incluyendo el estacionamiento y los accesos.

- Wi – Fi en todo el recinto del predio.
- Catering de especialistas en el rubro.
- Restaurante de primera categoría.
- Ambientes climatizados.
- Livings ideados para la ocasión.
- Salón multiuso.
- Equipamiento mobiliario.
- Personal de limpieza permanente en salones y toilettes.

- Ambientación y decoración de interiores y exteriores.

Otra de las actividades que brinda el establecimiento para niños de 4 a 18 años, son las Academias de Fútbol. Las mismas tienen como objetivo, la formación deportiva de niños y jóvenes, con un programa

académico llevado a cabo por entrenadores deportivo de primer nivel profesional.

Las actividades son:

- Preparación física.
- Entrenamiento de la técnica individual general.
- Ejercitaciones específicas para delanteros, medios y defensores.
- Corrección personal de los defectos en técnicas de juego.
- Tácticas de conjunto.
- Trabajo especial para arqueros.

A continuación, se mencionarán las diferentes áreas del Complejo, las cuales serán explicadas detalladamente (Ver planilla de superficie).

- Área deportiva (descubierta): cuenta con 2 canchas de Fútbol 11, cada una con 60 mts. de ancho por 100 mts de largo. Además, cuenta con 2 canchas Fútbol 8 con 30 mts. de ancho por 50 de largo cada una. Cabe destacar que cada cancha tiene su correspondiente espacio de circulación.

- Área estacionamiento: esta área cuenta con estacionamientos privados para cada vehículo. Los espacios para cada automóvil del playón de estacionamiento son de 2,5 mts. de ancho por 5,5 mts. de largo. También, se tomó en cuenta el área de circulación.

- Área deportiva (cubierta): cuenta con 2 baños y vestuarios para adultos de 5 mts. de ancho por 10 mts. de largo y 2 baños y vestuarios para niños de 3 mts. de ancho por 8 mts. de largo. Además, anexo al área de vestuarios, se encuentra el

gimnasio profesional equipado con alta tecnología de maquinas con medidas de 5 mts. de ancho por 10 de largo.

- Área administrativa: consta de un espacio de recepción, uno para administración y dos dedicados a los consultorios médicos. Todos ellos tienen las mismas medidas de 3 mts. de ancho por 4 de largo.

- Área de servicios: cuenta con un depósito de 3 mts. de ancho por 8 de largo. Además, cuenta con un taller de mantenimiento de 3 mts. de ancho por 4 de largo y los baños y vestuarios para los empleados, con medidas de 2 mts. de ancho por 4 de largo.

- Área de seguridad: ubicada en el acceso al establecimiento, donde se lleva a cabo el control de accesos y la seguridad del predio. Sus medidas son de 3 mts. de ancho por 3 mts. de largo.

- Área de alojamiento: ubicada en la planta alta del edificio principal, cuenta con 10 habitaciones triples con baño privado y mide 4 mts. de ancho por 6 de largo. Además, cuenta con 5 habitaciones cuádruples con baño privado, con 5 mts. de ancho por 7 mts. de largo cada habitación.

- Área de recreación y convenciones: esta área se caracteriza por tener un restaurante para 100 comensales con medidas de 8 mts. de ancho por 15 de largo. Por otro lado, cuenta con un SUM equipado para convenciones, charlas y sala de juegos para utilizarlo como medio de recreación, con medidas de 5 mts. de ancho por 10 mts. de largo. También en esta área se encuentra la cocina, el depósito y lavadero con medidas de 4 mts. de ancho con 8 mts. de largo. Por último, los sanitarios de 2 mts. de ancho por 8 de largo.

Tabla 8: Planilla de Superficies.

Orden	DESIGNACION	Cantidad	Ancho	Largo	Sup. (m2)	Sup. Total (m2)
1	AREA DEPORTIVA (Descubierta)					
1.1	Canchas de FUTBOL 8	2,00	30,00	50,00	1500,00	3000,00
1.2	Canchas de Futbol 11	2,00	60,00	100,00	6000,00	12000,00
1.3	Espacios de circulacion (entre canchas de F 8)	3,00	3,00	50,00	150,00	450,00
		2,00	3,00	71,00	213,00	426,00
1.4	Espacios de circulacion (entre canchas de F 11)	3,00	3,00	100,00	300,00	900,00
		2,00	3,00	131,00	393,00	786,00
2	AREA ESTACIONAMIENTO (Descubierta)					
	Playón de estacionamiento	100,00	2,50	5,50	13,75	1375,00
	Area de circulación	1,00	5,00	200,00	1000,00	1000,00
3	AREA DEPORTIVA (Cubierta)					
	Baños y Vestuarios Adultos	2,00	5,00	10,00	50,00	100,00
	Baños y Vestuarios Niños	2,00	3,00	8,00	24,00	48,00
	Gimnasio	1,00	5,00	10,00	50,00	50,00
4	AREA ADMINSTRATIVA (Cubierto)					
	Recepción	1,00	3,00	4,00	12,00	12,00
	Administración	1,00	3,00	4,00	12,00	12,00
	Consultorios Médicos	2,00	3,00	4,00	12,00	24,00
5	AREA de SERVICIOS (Cubierta)					
	Depósito	1,00	3,00	8,00	24,00	24,00
	Taller de mantenimiento	1,00	3,00	4,00	12,00	12,00
	Baños y vestuarios para empleados	1,00	2,00	4,00	8,00	8,00
6	AREA de SEGURIDAD					
	Control de accesos y seguridad del predio	1,00	3,00	3,00	9,00	9,00
7	AREA de ALOJAMIENTO					
	Dormitorios triples c/baño privado	10,00	4,00	6,00	24,00	240,00
	Dormitorios Cuadruples c/baño privado	5,00	5,00	7,00	35,00	175,00
8	AREA de RECREACIÓN y CONVENCIONES					
	Restarurant (para 100 comensales)	1,00	8,00	15,00	120,00	120,00
	Cocina, Deposito, Lavadero	1,00	4,00	8,00	32,00	32,00
	Sanitarios	1,00	2,00	8,00	16,00	16,00
	SUM (Incluye Sala de Juegos)	1,00	5,00	10,00	50,00	50,00

F) Supuestos

El análisis se realizó con los siguientes supuestos:

- Índice de inflación constante de un 20% de incremento anual a partir del año 2.
- La ocupación del complejo, irá incrementándose a medida que transcurren los años.
- El servicio del restaurante será tercerizado y el concesionario pagará un importe fijo por año.
- Se consideraron los aportes por parte de los sponsors para los uniformes y para que tengan presencia de marca en el complejo con publicidad. Esto generará ingresos para el complejo.
- La ocupación de las canchas la mantenemos constante durante los 6 años.
- Tanto los precios de venta, como los costos, permanecieron constante durante el horizonte de análisis, sólo se vieron afectados por el impacto de la inflación.
- Se utilizó una tasa anual comparativa del 15% equivalente a la de un plazo fijo bancario.

A modo de síntesis, podemos decir que el complejo tiene las siguientes fortalezas:

Buena accesibilidad desde la ciudad de Córdoba y cercanías. Posee una gran superficie con espacios disponibles para la práctica de un gran abanico de actividades/eventos. Además, se diseñó analizando una distribución y optimización del espacio. Se observa que hay un mercado con la necesidad insatisfecha de este tipo de complejos en las zonas urbanizadas cercanas, y éste sería el primero.

CONCLUSIONES

- Existe, a nivel internacional, una tendencia a combinar la industria turística con el deporte, debido al potencial económico que genera sus interrelaciones. El turismo deportivo impacta en otros niveles como sociales y culturales. Esto se puede corroborar con las afirmaciones realizadas en la Primera Conferencia Mundial sobre “Deporte y Turismo”, en el año 2001. En ella se debatieron y analizaron aspectos que permitieron conocer mejor las dos actividades (deporte/turismo). Además, generó el avance en la realización de nuevas investigaciones y acciones estratégicas para esta área del turismo.

- La Copa América 2011 celebrada en Argentina, trajo consigo un crecimiento para este país no solo a nivel económico, sino también a nivel imagen transmitida al resto del mundo. En el contexto de la Ciudad de Córdoba, este gran acontecimiento deportivo le permitió a la Ciudad poder mostrarse al mundo y captar gran cantidad de turistas. Cabe destacar que Córdoba fue sede de varios partidos y le brindó campos de entrenamientos y alojamiento a distintas selecciones de Fútbol, durante la Copa.

- La Oferta Deportiva, en la Ciudad de Córdoba, es diversa. Existen distintas tipologías de Turismo Deportivo en dicha ciudad, entre las que se encuentran: Golf, Pesca deportiva, Turismo de Aventura, Ciclismo, Atletismo, Tenis, Fútbol, Básquet, Deportes Acuáticos, Equitación, Polo y Avistaje de aves. Es pertinente decir que el Golf y la Pesca Deportiva son las tipologías que tienen mayor auge en la Ciudad, ya que se ven favorecidas por la promoción que las entidades Provinciales le proporcionan.

- Los responsables de la promoción de las diferentes ofertas de Turismo Deportivo son: el Ministerio de Turismo de la Nación, el Ministerio de Deporte de la Nación, el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. A nivel provincial la Agencia Córdoba Deporte y la

Agencia Córdoba Turismo. Cabe destacar que las páginas web oficiales de estos organismos, no brindan la información necesaria para los interesados en el Deporte y Turismo, ya sea en el País o en sus destinos turísticos, como lo es Córdoba.

- Argentina, tanto a nivel provincial como nacional, se fomenta por parte del estado, la inclusión de personas al deporte mediante planes y programas. Esto se lleva a cabo a través de sus organismos especializados. Además existen Leyes nacionales y provinciales, que rigen la actividad turística del país. Por otro lado, existen Ligas colegiales y amateurs en diferentes disciplinas que contribuyen desarrollar actividades deportivas.

- Frente a la realización de un evento deportivo/turístico o emprendimiento deportivo, es necesario considerar aspectos éticos de carácter internacional. Estos hacen referencia a cómo la comunidad local recepta estos cambios; además se debe tener en cuenta, el impacto ambiental del evento y cómo contribuye al desarrollo local turístico. El estudio de estos ejes, contribuyen al éxito del evento o emprendimiento, y a la reducción de sus impactos.

- Como se puede observar, este proyecto de inversión requiere de un gran aporte de capital inicial. Si bien los números indican que es rentable y incentivaría a que se lleve a cabo, el riesgo es muy alto y dependerá de las características económicas y del nivel de retorno que el inversor le exija al proyecto.

- Este proyecto arroja un Van positivo, rentable aconsejable a la inversión. Esto significa que recupera la inversión en el horizonte de tiempo analizado (6 años), y que le queda un excedente que a moneda de hoy alcanza a los \$ 559.014,53 a una tasa del 15% que es la tasa de comparación. Por otro lado, el valor de la Tasa Interna de Retorno es 19%, mayor al rendimiento exigido (15%) por lo tanto la inversión es aconsejable. Además, en el análisis del proyecto, se refleja que el recupero de la inversión (PRI) será casi a los cuatro años a una tasa comparativa del 15%.

BIBLIOGRAFIA

- Agencia Córdoba Turismo (2004). “ Legislación Turística y Hotelera <http://www.cordobaturismo.gov.ar/Default.aspx> [20/10/2012]
- Avila, Marco Aurelio (2011). “Los eventos deportivos y el desarrollo turístico “, Estudios y Perspectivas en Turismo. Vol. 20, n. 1. 171-189
- Cordón F. (2012). “El sistema turístico: análisis de actores“. Material de Estudio de Políticas Turísticas. Universidad Blas Pascal. Córdoba (Argentina).
- Derry M., L. Jago y L.Fredline (2004), “Sport tourism or event tourism“, Journal of Sport Tourism. Vol. 9, n 3.
- Granero Gallegos, A. (2007) “ The physical- sports activities in the nature and the tourist industry “, Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Vol. 7, n 26. 111-127
- Latiesa M. y Paniza J. L. (2006). “Turistas Deportivos una perspectiva de análisis“, Revista Internacional de Sociología (RIS). Vol. LXIV, n 44. 133-149
- Medina X. y Sanchez R. (2005). “Actividad Fisico-Deportiva, Turismo y Desarrollo Local en Espana“, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 3, n 001. 97-101
- Ministerio de Turismo de la Nación. “ Productos Turísticos: Turismo de Deportes “. <http://www.turismo.gov.ar/> [14/10/2012]
- Noia A. y Avila M. (2009). “Desarrollo turístico y comunidad local “, Estudios y Perspectivas en Turismo. Vol. 18, n 6. 634-654
- Observatorio Turístico de la Municipalidad de Córdoba (2011), encuestas realizadas durante la Copa América 2011. Municipalidad de Córdoba.

- ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO Y COMITE OLIMPICO INTERNACIONAL (2001). Primera Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo. Barcelona (España).
- Ministerio de Deportes de la Nación. (2008)'' Plan Estratégico del Deporte Argentino '' <http://www.deportes.gov.ar/ar/site/> [18/10/2012]
- Solari A. y Pérez M. (2005). "Desarrollo Local y Turismo: relaciones, desavenencias y enfoques", Revista de Economía y Sociedad. Vol. X, n 016. 49-64

ANEXO I

