



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ECONOMÍA**

“Los mega eventos deportivos en el ciclo económico como país  
anfitrión: caso Juegos panamericanos en el Perú, 2019”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Economista**

**AUTOR:**

Rojas Vegas, Brian Mitchel ([ORCID: 0000-0003-4041-7751](https://orcid.org/0000-0003-4041-7751))

**ASESOR:**

Mg. Pizarro Rodas, Wilder ([ORCID: 0000-0002-6713-3401](https://orcid.org/0000-0002-6713-3401))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Desarrollo Económico

**LIMA – PERÚ**

2020

## Dedicatoria

A mis seres queridos  
que me acompañaron  
durante este largo  
proceso de formación  
para convertirme en  
economista.

## Agradecimientos

Quiero agradecer a mis padres por darme el apoyo para estudiar, a mi familia que siempre creyó en mí, a mis amigos de Perú, de América y Europa que me motivaron a seguir adelante sin rendirme, a Bobby mi fiel guardián perruno que comenzó este viaje conmigo pero lamentablemente tuvo que partir antes de acabar esta historia pero dejó a su reemplazo a Hachi, a mis compañeros de universidad que se convirtieron en amigos de la vida y que ahora estamos terminando esta etapa junto, también a D.G.G que se ha convertido en parte importante de mi vida e inspiración para terminar la carrera. No quiero olvidarme de mis seres queridos que tuvieron que partir mucho antes de comenzar esta etapa, pero sé que me cuidan desde el cielo.

## Resumen

El presente trabajo de investigación que tiene como título: Los mega eventos deportivos en el ciclo económico como país anfitrión: caso Juegos panamericanos en el Perú, 2019. Además, en la presente investigación se ha empleado un enfoque cualitativo ya que se pretende dar un análisis minucioso a este evento único para el Perú. Desde que ganamos el sorteo en el 2013 para que Perú, específicamente Lima, sea el centro de este mega evento, el Perú ha tenido que realizar trabajos para que todos los juegos se desarrollen perfectamente. Como es la primera vez que somos sede de un evento tan grande, este trabajo de investigación analiza como incentivó al turismo, el empleo generado por la construcción y mejoramiento de los lugares para que se realice este evento, así como también la parte de presupuesto. Finalmente se logró determinar que Lima 2019 dejó un impacto positivo en el ciclo económico del Perú, puesto que se vio reflejado especialmente en el rubro del turismo y dejó un legado tanto social como económico para el país. Ser anfitrión de un mega evento deportivo es una oportunidad que se debe aprovechar para generar un beneficio económico y social para el país anfitrión ya que es una oportunidad que muy pocas veces se va a presentar.

Palabras Clave: Mega evento deportivo, ciclo económico, anfitrión, Lima 2019

## Abstract

This research work entitled: Mega sporting events in the economic cycle as a host country: case of the Pan American Games in Peru, 2019. In addition, in the present investigation a qualitative approach has been used since it intends to give a detailed analysis to this unique event for Peru. Since we won the draw in 2013 for Peru, specifically Lima, to be the center of this mega event, Peru has had to carry out work so that all the games develop perfectly. As it is the first time that we host such a large event, this research work analyzes how it encouraged tourism, the employment generated by the construction and improvement of the places for this event to take place, as well as the budget part. Finally, it was determined that Lima 2019 left a positive impact on the economic cycle of Peru, since it was reflected especially in the tourism sector and left both a social and economic legacy for the country. Hosting a mega sporting event is an opportunity that should be taken advantage of to generate an economic and social benefit for the host country, as it is an opportunity that is rarely presented.

Keywords: Mega sporting event, economic cycle, host, Lima 2019

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	2
Agradecimientos.....	3
<b>Resumen.....</b>	<b>4</b>
Abstract.....	5
Índice de contenidos.....	6
Índice de Tablas.....	8
I. INTRODUCCIÓN.....	9
II. MARCO TEÓRICO.....	17
III. METODOLOGÍA.....	22
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	22
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.....	23
3.3. Escenario de estudio.....	24
3.4. Participantes.....	24
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	25
3.6. Procedimiento.....	25
3.7. Rigor científico.....	26
3.8. Método de análisis de información.....	27
3.9. Aspectos éticos.....	27
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	28
4.1 RESULTADOS.....	28
4.2 <b>DISCUSIÓN</b> .....	<b>35</b>
V. CONCLUSIONES.....	38
VI. RECOMENDACIONES.....	40
REFERENCIAS.....	42
Cuadro 1 Categorías, Categorías apriorísticas y sub categorías de estudio.....	57
Resumen de los mega-eventos más importantes del mundo y América Latina (Tesis: "Mega-Eventos deportivos mundiales como herramienta para mejorar la imagen de marca país" (2013).....	65
La Copa del mundo.....	65
El Dakar.....	66
Montreal (1976).....	66
Aspectos políticos y económicos.....	66
Patrimonio, Cultura y Turismo.....	67
Barcelona (1992).....	67
Aspectos políticos y económicos.....	68

Patrimonio, Cultura y Turismo.....	68
Sidney (2000).....	68
Aspectos políticos y económicos.....	69
Patrimonio, Cultura y Turismo.....	69
Atenas (2004).....	70
Aspectos políticos y económicos.....	70
Patrimonio, Cultura y Turismo.....	71
Beijing (2008).....	71
Aspectos políticos y económicos.....	71
Patrimonio, Cultura y Turismo.....	72
Londres (2012).....	73
Aspectos políticos y económicos.....	73
Patrimonio, Cultura y Turismo.....	74
B. LA COPA DEL MUNDO .....	75
Corea-Japón (2002).....	75
Aspectos políticos y económicos.....	75
Alemania (1976).....	76
Aspectos políticos y económicos.....	76
Patrimonio, Cultura y Turismo.....	77
Sudáfrica (2010) .....	77
Aspectos políticos y económicos.....	77
Patrimonio, Cultura y Turismo.....	78
C. EL DAKAR EN TERRITORIO SUDAMERICANO .....	79
Aspectos políticos y económicos.....	79
Patrimonio, Cultura y Turismo.....	80
El DAKAR como medio para mostrarse al mundo .....	80

## Índice de Tablas

Tabla 1 Arribos en los establecimientos de hospedaje (número) - Lima.....	57
Tabla 2 Pernotaciones en los establecimientos de hospedaje (número) - Lima.....	58
Tabla 3 Sedes y aforo de Lima 2019 .....	59
Tabla 4 Empleos generados por el evento.....	59
Tabla 5 Obras que se realizaron para Lima 2019 .....	60
Tabla 6 Genérica de gastos trimestre I .....	61
Tabla 7 Genérica de gastos trimestre II .....	62
Tabla 8 Genérica de gastos trimestre III .....	63



## I. INTRODUCCIÓN

Los gobiernos siempre han defendido y tomado la decisión de proteger en forma creciente los eventos deportivos de alto nivel que permite modificar de alguna manera el ciclo económico del año que se realiza el evento.

Cuando hablamos de mega eventos nos estamos refiriendo al mundial de fútbol de la FIFA y también las Olimpiadas. En el caso peruano del año 2019 está referido a los Juegos Panamericanos, que también caen en la naturaleza de mega evento con sus particularidades y regularidades que vamos a detallar en la presente investigación.

Cuando se tratan de mega eventos, aparece la característica que atraen de manera significativa a los turistas del ámbito internacional como nacional, lo mismo que patrocinadores de TV y las empresas (Lee, 2009). Una singularidad en el contexto internacional aparece que desde el año 1984, las olimpiadas han merecido la atención y competencia creciente; podríamos decir lo mismo de los Panamericanos, donde la sede del Perú-Lima fue disputado y tentado por otros países.

En esta parte aparece que los economistas analizan las razones y objetivos que tienen los países y sus ciudades se encuentran interesados en tener a su cargo la organización de estos eventos.

Existen factores que se han considerado importantes, que permiten motivar la participación corporativa y el apoyo de la población, en el caso de los Panamericanos realizados en Lima, han participado miles de estudiantes voluntarios de varias universidades del Perú. De igual manera, es importante la oportunidad de desarrollar la publicidad de productos a nivel global (aumentando el valor de la inversión corporativa de un país o ciudad anfitriona ), también aquí se considera el aprovechamiento de las determinadas oportunidades de comercio exterior que se presentan, lo mismo que nuevas inversiones el mejoramiento de las industrias sin chimenea que es la actividad turística del país que hace de anfitrión e impulsar la identidad de la ciudadanía del país (Barney, 2002).

Los Panamericanos o mega-evento, se inició cuando Lima y el Perú apuesta por primera vez una gran cantidad de tiempo y dinero a la organización con expectativas con la finalidad de beneficiarse de esta actividad. La organización de eventos deportivos importantes se asocia con la creencia de que “la polinización” atraerá multitudes y turistas considerables que gastarán dinero en la ciudad / nación. Además, otro beneficio económico percibido es que un evento es un poderoso estímulo debido a los efectos multiplicadores, las bonificaciones de empleo y el suplemento de estímulo económico general que ofrece naturalmente un evento deportivo importante.

También señalar que, los organizadores suelen pasar por alto o descuento de los costes operativos, implícita, y de oportunidad que se asocian con este tipo de evento y asumen demasiadas expectativas. A pesar de la característica sobrevalorada natural vinculada con los mega-eventos deportivos, la política inicial predeterminada / expectativa de política económica es que una ciudad / nación pueda permitirse organizar un mega-evento, los beneficios que una nación adquiere implícitamente, además de sus beneficios tangibles (dinero, ingresos), superan estos costos iniciales inherentes.

Los mega-eventos proporcionan beneficios a la ciudad anfitriona, como en el caso del Perú, a Lima principalmente, estos beneficios incluyen el reconocimiento y avance de la actividad turística (Allan et. Al, 2017; Papalepore & Duignan, 2016; Swart et. Al, 2016), también el mejoramiento del ciclo económico (Huang, 2011; Kasimati y Dawson, 2009); también permite una modernización de la infraestructura (Lindau et al, 2016; Menezes y Sousa, 2014). También debemos señalar que el hospedaje. No debemos dejar de considerar que hay efectos negativos que dejan los mega eventos deportivos que tienen su corelato con aspecto socioeconómicos y ambientales. No debemos dejar de lado que la organización y realización de estos eventos trae consigo la inseguridad, costo de vida, congestión vehicular, ruido y los deshechos de las construcciones (Deccio & Baloglu, 2002; Kim et al, 2015; Waitt, 2003; Wamg & Bao, 2017). Como ejemplo de ello se puede resaltar lo que sucedió en las olimpiadas de Sidney del año 2000, que si bien produjeron un incremento del turismo, inversiones de carácter económico, empleo,

infraestructura urbana, mientras el costo de vida se incrementó en un 21% (Waite, 2003).

Los beneficios de realizar un mega evento deportivo, es visto como una oportunidad para los países y las economías emergentes, como importante oportunidad para estimular el ciclo económico, la renovación de la infraestructura deportiva urbana y mejorar el status del país anfitrión. Cabe señalar que existen intangibles (Preuss, 2011), que se identifican: al haber la presencia de los medios masivos de comunicación puede permitir a largo plazo la difusión del turismo, teniendo en cuenta que los productos peruanos tienen poca publicidad en el mundo, lo que permitirá ver al Perú como una nueva inversión directa extranjera; la presencia de una infraestructura de larga duración, la misma que puede servir para distintos usos en el futuro (en la epidemia del COVID-19 las torres de Villa El Salvador permitió instalarse las camas de atención para los enfermos), finalmente una oportunidad de liberalización comercial en el largo plazo. Siendo estas consideraciones ciertas y consistentes, entonces se justifica que las ciudades y estados se preocupen por constituirse en sede de un mega evento a nivel internacional.

La realización de un mega-evento requiere que el país efectúe inversiones significativas (Zimbalist, 2015), afirma que las economías emergentes han observado a los mega-eventos como una forma de fiesta de mostrar el rostro del país como una economía que se moderniza, para ser mostrada en la economía y política internacionales.

Sus intenciones pueden ser nobles, pero la intención de utilizar los mega-eventos como una "fiesta de presentación" significa que los países en desarrollo que esperan albergarlos deben realizar inversiones masivas.

Si hacemos un breve recuento de los mega-eventos podemos resumir por ejemplo que en el 2004 las Olimpiadas de Verano en Grecia, significó un costo de \$ 16,000 mil millones, el mundial de fútbol en Brasil costó \$ 20,000 millones, los juegos olímpicos de Beijing en el año 2008 significó una inversión de \$ 40,000 millones.

En los últimos tiempos encontramos que los mega-eventos deportivos han sido considerados como una oportunidad de ayudar al dinamismo del ciclo económico a través de la inversión pública, el apoyo extranjero, el consumo de recursos dinerarios y las expectativas futuras de comercio.

Las investigaciones realizadas en las principales universidades de América Latina y del mundo han permitido establecer las mediciones de la manera como un mega-evento ha impactado en el ciclo económico.

Las inversiones que se realizan en mega-eventos deportivos, por lo general, son de instituciones y organismos supranacionales, pública.

Kasimati (2003) y Lee (2009) consideran los diversos enfoques económicos cuando se busca medir el impacto que incurren los mega-eventos

De igual manera Brunet, Overmyer y Plenderleith consideran el análisis costo-beneficio de manera directa como influyen en los anfitriones que organizan los eventos deportivos.

Preuss (2011) y Collett of Colorado College (fecha) dan por sentado la justificación de la carga económica que se asume en la organización del megaevento ante la incidencia de los gastos de consumo, inversión extranjera y la atención del empleo. En los Juegos Panamericanos de Lima 2019, con la finalidad de atenuar estos gastos se convocó al voluntariado masivo de jóvenes y estudiantes que asumieron el compromiso de apoyar estas actividades.

Vale la pena considerar los aportes de, Kasimati (2003) y Lee (2009), quienes ven como necesario el uso de multiplicadores para el cálculo de los aspectos macroeconómicos; también Meurer (fecha) Ernest & Young Terco (2015), junto a Collet (fecha) señalan la necesidad de precisar la incidencia de dinero fresco, ya sea de manera directa o indirecta ingresó al mega-evento, en nuestro caso a los Juegos Panamericanos Lima 2019, que serán explicados más adelante.

Gong (2008), considera que existen dos posibilidades en la megainversión de un evento deportivo: si se realiza de manera planificada y con presupuestos adecuados, traerá buenos resultados, si no fuera así, se corre el riesgo de asumir costos excesivos en su organización.

Existen otros investigadores que privilegian los efectos y consecuencias no adecuadas que pueden impactar de manera adversa en la economía del organizador del mega-evento. Barrios y Russel, de Harvard Kennedy School (2011), así como Plenderleith (2012), señalan que aún subsisten algunos vacíos a nivel teórico para establecer la correlación positiva entre mega-evento y el incremento de la actividad económica.

Debemos remarcar que, se mantiene un optimismo exagerado sobre los beneficios económicos que se esperan obtener al organizar un evento en tanto se incurre en costos elevados cuando se prepara y ejecuta la actividad.

Kim (2008) y (Lee, 2002), consideran que en el largo plazo los mega-eventos sí tributan de manera significativa la reputación el status como país organizador. A tenor de lo señalado en la clausura de los Panamericanos 2019, Lima, el Perú pasó a ser uno de los mejores países en organizar un mega-evento y se pone en la vitrina del mundo para otros eventos mayores en el futuro.

Es necesario también considerar los autores que analizan los beneficios a corto y largo plazo en la organización de un mega-evento. Victor Matheson (2006) de Holy Cross, midió los impactos de algunos eventos deportivos, concluyendo que se identificaron costos un tanto elevados y bajos beneficios.

Dentro de las investigaciones internacionales tomadas en cuenta podemos señalar a:

Kobierecki, M. & Strožek (2020) en su artículo científico establece que organizar un mega-evento deportivo va afectar positivamente el status e imagen como país organizador, de otro lado, permite una mayor visibilidad y posición internacional; importante señalar que dicha investigación se realizó a través de las fluctuaciones en la nomenclatura de búsquedas de Google con los nombres de los países que organizaron mega-eventos entre el 2004-2018; a partir de dicha búsqueda se elaboraron modelos econométricos lineales para medir la escala de influencia de albergar los respectivos mega eventos<sup>2017</sup> deportivos sobre el número de búsquedas de los respectivos países en el motor de búsqueda de Google.

Kenyon, J. & Bodet, G. (2017), en su investigación señalan que, la realización de mega-eventos se constituye en una de las estrategias que implementan los países y sus gobiernos para obtener mejoras en el reconocimiento e imagen en el contexto internacional. Se fundamenta teóricamente en la teoría de la representación social, donde se analiza el impacto nacional de la imagen, donde se dan los procesos de transferencia compartida en los Juegos Olímpicos de Verano del 2012 en Inglaterra. Aparte de aumentar a la estructura del trabajo científico la Teoría de la Representación Social, son los primeros en emplear un enfoque de investigación de muestra emparejada para medir el impacto de un mega-evento en las percepciones de la población del anfitrión.

Byers, T. & Hayday, E. & Pappous, A. (2019), han trabajado su investigación sobre la entrega de legado de mega-eventos. Los autores se han centrado en establecer tipologías de legado, investigando los resultados y las consecuencias, con una atención limitada a la entrega del legado. Los investigadores proponen un enfoque conceptual del proceso de entrega del legado, para permitir la realización de estudios empíricos en diferentes contextos. Consideran en su trabajo investigativo, el papel de las estructuras sociales y generativas como mecanismos causales.

Huamán, A., Dionisio, E., Franca, B., Réquia, W. & Gioda, A. (2019) plantean su investigación en los aspectos negativos que implica la organización y realización de un mega-evento deportivo al considerar que, la contaminación del aire se presenta con frecuencia en un mega-evento, en la línea de la protección del medio ambiente. Con las pruebas correspondientes realizadas sobre el aire en el proceso, la realización del evento de los Juegos Olímpicos de Verano en Rio de Janeiro del 2016 se pudo evidenciar una reducción de la concentración de algunos contaminantes durante y después de los juegos debido al control de reducción de emisiones implementado por el gobierno local.

A nivel nacional hemos podido establecer los trabajos previos siguientes:

Aldave, A., Gutierrez, E., Palacios, K., Uribe, E., (2019) en relación a los Juegos Panamericanos del 2019, fue una investigación ex-ante, donde hacen la

propuesta de una estrategia para los precios para establecer la venta de entradas disponibles con la finalidad de permitir la asistencia a los eventos de la población de Lima, de todos los estratos. Importante señalar que se hizo un trabajo académico minucioso y a través de las técnicas de marketing necesario.

Ser anfitrión de un mega evento deportivo es un honor y privilegio para el país y en especial para las ciudades donde estos eventos se llevarán a cabo ya que esto provocará un beneficio económico, además el país se verá afectado de forma positiva ya que tendrá la oportunidad de darse a conocer al mundo ya que por un periodo de tiempo aproximado de 16 a 31 días, miles de personas alrededor del mundo estarán observando el magno evento deportivo y por consiguiente también estarán al tanto de lo que suceda en el país.

Desde el momento que un país es escogido como sede de dicho evento como puede ser La Copa Mundial de la FIFA, Juegos Olímpicos de Verano o Panamericanos, comienza con la preparación para albergar a miles de personas tanto como federaciones y turistas que llegaran a las localidades para ser parte de magno evento.

Durante el tiempo de preparación, para cumplir con los estándares de la Federation International Football Association (FIFA), Internacional Olympic Committee (IOC) que requiere estos eventos para garantizar que podrá llevarse con normalidad y no habrá ninguna carencia o irregularidad durante el desarrollo del evento, por consiguiente se buscará la creación y remodelación de infraestructura que se usará para dicho evento además de mejorar el transporte público para afrontar el incremento de pasajeros durante la duración del evento.

Un ejemplo son los Juegos Olímpicos de Verano del 2008, se realizó en la ciudad de Beijing, China. Esto con llevó a que se invirtiera en infraestructura ya que la ciudad no contaba en 2001 con todos los requisitos que el comité olímpico solicita y se asignó \$ 48.9 mil millones para cumplirlos, además el gobierno de China destino \$40 mil millones adicionales para infraestructura, \$ 26 mil millones destinados para el transporte y \$14 mil millones para mejor la red de servicios públicos, sistema de alcantarillado y entorno urbano.

La Copa Mundial también puede proporcionar beneficios potenciales para el equipo y sus fanáticos durante mucho tiempo. Primero, el campeonato puede dejar un legado del estadio que puede ser utilizado por las generaciones futuras. En segundo lugar, la inversión en infraestructura general puede proporcionar rendimientos a largo plazo. Y mejorar la habitabilidad de la ciudad anfitriona. Tercero, los medios se centran en la Copa del Mundo. Se puede utilizar como una campaña publicitaria para promover la región como destino para el turismo o los negocios futuros. Un caso conocido es la copa que se organizó en Corea del Sur junto con Japón en el 2002, los efectos en corto plazo fue un aproximado de 600 millones de personas acudieron al país para presenciar alguno de los partidos, además en cuanto en beneficios económicos se evidenciaron con un incremento en el PIB de un 0,74% y el PIB total del año que se organizó el evento fue de \$609 0201 mil millones.

En el 2013, Perú logró ser sede de los Panamericanos del 2019, esto generó que en el país específicamente en Lima surgieran mejoramiento y creación de nueva infraestructura estimada en S/ 1277.3 mil millones solamente en infraestructura.

#### Problema General

¿Cuáles son los resultados económicos y sociales de los Juegos Panamericanos Lima 2019?

#### Problemas Específicos

¿Cuáles han sido los ingresos económicos de los Juegos Panamericanos Lima 2019?

¿Cuáles han sido los ingresos económicos de los Juegos Panamericanos Lima 2019?

¿Cuál es la infraestructura deportiva que han dejado los Juegos Panamericanos Lima 2019?

¿Cómo se ha manifestado el empleo temporal y permanente en los Juegos Panamericanos Lima 2019?



¿Cuáles han sido los resultados a nivel del sector turismo en los Juegos Panamericanos Lima 2019?

El Objetivo General

Establecer los resultados económicos y sociales de los Juegos Panamericanos Lima 2019

Específicos

Establecer los ingresos económicos de los Juegos Panamericanos Lima 2019

Establecer los egresos económicos de los Juegos Panamericanos Lima 2019

Mostrar los resultados a nivel de la infraestructura deportiva que ha dejado los Juegos Panamericanos Lima 2019

Determinar los resultados del empleo temporal y permanente en los Juegos Panamericanos Lima 2019

Determinar los resultados a nivel del sector turismo en los Juegos Panamericanos Lima 2019

## II. MARCO TEÓRICO

Un aspecto sencillo pero fundamental es la relación que existe entre los medios y los mega-eventos, para Wenner y Billings (2017) en su libro nos plasma que para considerar un megaevento deportivo se tiene que ver su alcance de los medios de comunicación, ya que si no se cubre por una gran cantidad de medios caería en una contracción en la definición de que es un mega evento deportivo. A lo largo de los años cada individuo en el mundo ha conocido de forma consciente o inconsciente de la existencia de un megaevento deportivo, capaz no con esa denominación, pero no se puede negar que todos sabemos de la existencia de los juegos olímpicos y mundiales de fútbol, sin ser fan o hinchas de la selección nacional, por la envergadura que tiene a nivel de la cultura que tiene

cada país, genera que sepamos o tengamos en mente los mega-eventos deportivos.

En su artículo científico Kim y Kaplanidou (2019) refleja que, si en la localidad donde será una sede de un magno evento, la identificación de residentes de esa área en específico será muy importante para la realización del evento, ya que se identifican con lo que ocurrirá y a su vez apoyaran para que este evento sea un éxito, además de que el impacto en la economía que tendrá será favorable.

Para Azzali (2019) nos enseña el beneficio que se puede conseguir si se tiene la oportunidad de conseguir un mega evento deportivo, ya que de esta manera se puede mejorar infraestructura y además ciertas localidades para que se mantengan con el paso del tiempo.

Según Matsuoka (2015) en su tesis nos relata que organizar un mega-evento genera muchos beneficios para países que sean los organizadores de estos, puesto que impulsa el desarrollo del país y si es el caso de que este país se encuentra en vía de desarrollo tiene un gran impulso ya que estos eventos logran mejorar la infraestructura que luego no tendrán mucha rehabilitación en comparación de los edificios previos a este evento por la modernidad que tienen. Esto no solo es una oportunidad para albergar un magno evento, sino que países en vía de desarrollo puedan mejorar en poco tiempo la economía e infraestructura de un país, si aprovechan de la mejor manera posible todas las acciones que se verán envueltas durante el periodo de ser sede del evento.

Con el paso del tiempo todos en algún momento hemos visto algún mega-evento deportivo Según Joo, Bae y Kassens (2017) nos dicen que organizar grandes eventos deportivos tales como las olimpiadas de verano de 1998, el mundial de futbol 2002 y las olimpiadas de invierno 2018 generó en el país la evolución tanto en la política como en el desarrollo económico antes, durante y después de organizar los mega eventos deportivos. Ni bien se logra ser sede de alguno de estos eventos, hay un periodo de 6 a 7 años para el inicio de las competencias por ende se tiene que poner en marcha muchas actividades para estar listos el día de la apertura. Ya que el estado invertirá y dará prioridad en que estas obras se culminen en el menor tiempo posible.

Existen muchos deportes y nadie puede contradecir que el fútbol es el número uno a nivel mundial, por tal razón ser organizador de un mundial de Fútbol cambia la mentalidad de muchas personas alrededor del mundo acerca del país anfitrión viéndolo como un país que tiene la capacidad para organizar un evento mundialmente conocido además provocará efectos políticos y económicos nos dice Avdellas (2019). Esto también nos dice que no solo las personas cambian la mentalidad acerca del país, sino también empresas que ven la oportunidad en un nuevo mercado donde invertir y donde se beneficiaran no solo las empresas sino los ciudadanos del país, en el aspecto político habrá una mayor disposición con otro país al momento de interactuar y esto conlleva a mejores acuerdos y relaciones con diferentes países.

Sabemos muy bien que el Perú es un lugar turístico para muchas personas de diferentes países, cada visitante puede elegir diferentes ciudades del país, pero si además de ser solo visitado como lugar turístico arqueológico se le suma turismo deportivo, Morales L. (2016) nos presenta los beneficios que traería implementar el turismo deportivo ya que este aumentaría el número de turistas o visitantes de la ciudad aumentando las ganancias de la ciudad conllevando este a un crecimiento económico. Existen diferentes tipos de turistas , unos vienen para conocer nuevas culturas y los que llegan a un lugar por un evento deportivo , ambos turistas son importantes para la economía , desde este pensamiento se puede potenciar un lugar que es visitado por su valor histórico con el valor deportivo , existen en el mundo muchas ciudades con una rica historia y lugares turísticos pero a su mismo tiempo con una tradición futbolística, actualmente todos conocemos a Paris como la ciudad del amor ya que se encuentra la torre Eiffel pero ahora actualmente tiene al campeón de la liga francesa que es el Paris Saint German un habitual de la UEFA Champions League, por ende tiene un incrementos de visitantes por este motivo durante las fechas de este evento deportivo.

En el 2019, Perú fue sede de los juegos Panamericanos y Para panamericanos para Regalado, Ayala, Chero, Yauri y Zevallos (2015) en su libro nos relatan como este evento generaría en el país desarrollo y crecimiento en diferentes ámbitos tales como turístico, gastronómico, deportivo e infraestructura, además de que esto pondría al país en los ojos del mundo por

un tiempo por ser el anfitrión de magno evento. Todo mega evento alberga a muchas federaciones, esto conlleva a que lleguen al país muchos turistas de las federaciones participantes y no participantes para poder alentar y distraer del evento, y por consecuencia tienen que gastar tanto en hospedaje, transporte y comida mientras se encuentren en el país anfitrión.

En su investigación Aguado, Osorio, Arbona y Peña (2017) nos indican que un evento de la talla de los Juegos Mundiales que se llevó a cabo en Cali, Colombia en el 2013 provocó un incremento de trabajos a tiempo completo además de la llegada de turistas para presenciar el evento deportivo lo cual se vio reflejado en los ingresos monetarios de la ciudad. Al tener prioridad de contar con las instalaciones, sedes y localidades cercanas a estos lugares, se invierte mucho en personal para acabar las obras en el plazo establecido, aumento los puestos de trabajos y una vez que comience el evento se generara nuevos puestos de trabajo para satisfacer la demanda de los turistas.

Según Revindo, Siregar, Widyasantri, Anindita, Hastuti, Hambali y Bintara (2019) nos dicen que Los Juegos Asiáticos de 2018 fueron el mayor evento deportivo en la historia de los Juegos Asiáticos. Celebrado en Indonesia, el evento deportivo compitió en 40 deportes y 465 eventos mientras servía a 11,326 atletas de 45 países asiáticos, además de cientos de miles de visitantes internacionales, funcionarios y periodistas. Si bien se requirió una cantidad considerable de gasto público, una escala tan masiva de eventos generó grandes estímulos económicos para la economía indonesia, entre los que se encontraba el gasto de los participantes y espectadores internacionales.

Cuando un país alberga un mega evento se puede evidenciar el aumento en el consumo del país tanto de los ciudadanos como de los turistas que se encuentran en las localidades para ser parte de los eventos deportivos, al haberse incrementado el consumo se incrementa la cantidad de puestos de trabajos para poder satisfacer las demandas de las personas.

Según Ren, K. y Li, Y. (2019) Para los Juegos Olímpicos de verano, los eventos generan una tasa de crecimiento acumulada del PIB per cápita del 4,63% durante los cuatro años anteriores al evento para los países con un peor fundamento económico, pero el efecto es solo marginalmente significativo al nivel

de significancia del 10%. Y los países con mejores fundamentos económicos se comportan de manera similar. En términos de efectos contemporáneos, los países con peores fundamentos económicos son testigos de un aumento del 3,67% en la tasa de crecimiento, mucho más alto que sus contrapartes. Después del evento, solo los países con un mejor fundamento económico disfrutaron de un aumento dramático en el crecimiento de más del 7%. Es evidente que luego de haber sido parte del mega evento deportivo, los países anfitriones tienen un aumento en su tasa de PIB per cápita.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### Tipo de investigación

El enfoque de la presente investigación es cualitativo, según Prado, Souza, Monticelli, Cometto y Gómez. (2000), fundamenta que este tipo de investigación ayuda a conocer el significado de las experiencias según la mirada de cada individuo. Este tipo de investigación favorece la comprensión de los hechos que vivencian los individuos frente a una situación bajo el punto de vista de cada uno. Es decir que los hechos presentados resultan de las interpretaciones de los participantes. Hernández y Mendoza (2018). En esta investigación se trabajará con la metodología de caso.

##### Diseño de investigación

Se ha considerado que el estudio de caso es preponderantemente cualitativo, sinb dejar de señalar que en el estudio cuantitativo también puede ser considerado. Para el presente estudio, se ha considerado caso por el mega-evento, que es único, donde se involucra en el estudio a la población total de Lima-Perú.

Este diseño, se constituye en la base para realizar una exploración, con sentido holístico y en aspectos que se desea conocer como en la presente investigación, vamos a conocer los aspectos tangibles e intangibles del mega-evento de los Juegos Panamericanos Lima-2019. Según lo señala Gilbert (2008). Para Burns (1997) se estima una investigación como caso, cuando es acotado; tiene características atípicas en la medida que un Juego Panamericano que realiza un país no pueda repetirse nunca más o rotar en muchos años. Otro aspecto que configura la presente investigación como estudio de caso es que tiene una técnica muy flexible, abierta a recabar la información y los análisis de datos.

Cabe remarcar que el mega-evento en estudio es típico de casos de cierta naturaleza, por lo tanto, la información que se obtenga es de naturaleza

intrínseca del evento deportivo. Según Burns (1997) un caso debe tener una complejidad idiosincrática.

El estudio de caso tiene relieve cuando el enfoque es describir, comprender con bastante amplitud en lugar de confirmar y cuantificar que es de carácter numérico, nos permite obtener una comprensión en profundidad del evento como unidad de estudio, pero no pretender hacer ninguna generalización a una población más allá de los casos similares al estudiado.

En el caso, no se realiza una muestra aleatoria, sino que es el evento toda la información posible para comprender la integralidad del problema.

Aquí se han hecho uso de diversos métodos para la recopilación de los datos: registros secundarios, se han obtenido datos a través de observaciones y recopilar información a través de las evidencias fácticas encontradas en el propio evento.

Finalmente, Hernández (2018)

### 3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.

Cabe precisar que estas categorías tienen sustento en el marco teórico, así como también en la matriz de categorización (Ver Anexo 1).

Categoría de estudio. Mega-evento, Juegos Panamericanos Lima-2019

Categoría apriorística 1. Gestión institucional: gastos e ingresos del mega-evento

Subcategoría 1: Presupuesto y gastos

Subcategoría 2: Ingresos percibidos

Categoría apriorística 2. Inversión en la infraestructura

Subcategoría 1: Ubicación y distribución

Subcategoría 2: Naturaleza de la obra realizada

### Categoría apriorística 3. Empleo ocasional y permanente del mega-evento

Subcategoría 1: Empleo ocasional empleado en el evento

Subcategoría 2: Empleos permanentes que deja el evento

Subcategoría 3. Voluntariado

### Categoría apriorística 4. Trabajo colaborativo en la gestión comunitaria

Subcategoría 1: El turismo generativo y prospectivo del mega-evento

2. Empresas publicitarias nacionales y del mundo

#### 3.3. Escenario de estudio

Lo constituye los Juegos Panamericanos Lima-2019 a través de las instancias que trabajaron en su organización e implementación. Es importante señalar que la organización de esta actividad comprometió al Perú como país, a las diversas instancias, comenzando con el Ministerio de Educación, Cultura, Producción, Medio Ambiente, el Instituto Peruano del Deporte, la Municipalidad de Lima. Todas estas instancias participaron en todos los aspectos que significó desde la organización hasta la culminación final.

#### 3.4. Participantes

Participan en este estudio la Comisión Organizadora de los Juegos Panamericanos Lima-2019, la misma que; las personas que actuaron directamente, los deportistas en las distintas disciplinas, que se pudo reflejar el día de la Inauguración donde la delegación peruana fue más de 500 atletas; nunca antes en la historia del deporte peruano habían participado tantos deportistas. Un comentario aparte lo constituyeron los miles de voluntarios que actuaron en el proceso de ejecución de los juegos.



### 3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica e instrumento de recolección de datos lo utiliza el investigador para recolectar y registrar la información. (Hernández y Mendoza 2018). Asimismo, Hernández, Fernández y Baptista (2014), menciona que la recolección de datos con enfoque cualitativo está orientado a brindar información sobre los significados del mega-evento en las fase ex-ante y ex-post . A través de la observación el investigador recoge los datos y estos se van ajustando en el camino con la información documental del mega-evento.

Para la presente investigación la técnica que se empleará Análisis documental Registro de información.

Se finaliza con resultados al que llegan en relación a los objetivos, resultados no previstos también se pueden presentar limitaciones debido a características de la población, al equipo, a la institución u otras condiciones externas (UNESCO, 2016).

Para Hernández y Mendoza (2018). El instrumento lo utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tienen en mente. Así mismo menciona que el instrumento se va ajustando durante el proceso de entrevista. Para la presente investigación el instrumento se dará a través de guía de información documental, empleando como material de registro la plataforma ZOOM, revisión del plan de trabajo, actas, acuerdos, fotografías, papel y lapiceros. Se hará uso de técnicas de análisis documental I, el instrumento será el registro de información.

### 3.6. Procedimiento

Seguidamente se realizará la recolección de datos a través de la entrevista que se desarrollarán de forma virtual a través de video llamadas (zoom, Meet, WhatsApp, msm). Se empleará la guía de ordenamiento de la experiencia y seguido de una Guía para el análisis.

### 3.7. Rigor científico

Existe cierta dificultad en la investigación cualitativa, específicamente cuando se trata de demostrar nuevas teorías, acompañadas de propuestas que serán el resultado o producto de la experiencia directa y de la observación. Surgen del análisis de la realidad de las personas, en un determinado contexto; de la percepción de cada uno de ellos, de su personalidad, su profesionalismo y sus expectativas de vida. Muchas veces se hace necesario contrastar la información, realizar procedimientos de triangulación y muestreos por saturación. (Soler y Enrique 2012).

Las reconstrucciones teóricas y la búsqueda de la coherencia, sustentan el rigor científico, equivalente a la validez y la confiabilidad de la investigación cuantitativa a través de la dependencia y consistencia lógica, la credibilidad, la auditabilidad o confirmabilidad y la transferibilidad o aplicabilidad (Hernández. Fernández y Baptista, 2010).

La presente investigación tiene credibilidad porque la información documental fue recabada y proporcionada por los propios organizadores del mega-evento Juegos Panamericanos Lima-2019.

Otra de las características es la Transferibilidad porque las descripciones permitieron realizar comparaciones con otros estudios, en este caso, se ha recabado los estudios y resultados de otros mega-eventos realizados en el mundo y América Latina, que se ha consignado en (Anexos9

La Dependencia, caracterizada por la reflexión individual del investigador, con cierta autonomía que les permitiera expresar experiencias pasadas y presentes, realizando comparaciones. Los resultados obtenidos permitieron dar respuesta a los objetivos de estudio planteados para llegar a culminar en y recomendaciones con miras a la mejora.

Finalmente, la Confirmabilidad, sustentados en las experiencias de los directivos de la Comisión Organizadora del mega-evento, en base a una matriz de datos , considerando las descripciones de los participantes para seleccionar

las frases más relevantes, seguida de la reducción fenomenológica y las subcategorías emergentes, luego se realizó la descripción de los resultados con un análisis minucioso y la interpretación del investigador. A partir de los resultados, se realizaron las discusiones, con el sustento teórico de los investigadores mencionados en los antecedentes y el marco teórico. Para culminar, se realizaron las conclusiones seguidas de los análisis de los resultados (Varela y Vives, 2016).

### 3.8. Método de análisis de información

Para la presente investigación emplearemos el análisis de contenido, con el fin de identificar el contenido a través de la definición de las categorías. Piñuel (2002) citado por Díaz (2018), nos dice que las categorías de análisis temáticas, son de tipo cualitativo lógico, cuyo objeto de estudio son los trabajos relativos a la comunicación interpersonal y en cantidad. Este procedimiento puede ser deductivo o inductivo. En este caso se empleará el deductivo porque son creadas a partir de los objetivos de estudio y porque las descripciones de sus categorías apriorísticas son con un referente teórico, también inductivo porque se va extraer categorías emergentes durante la entrevista. Se empleará el análisis temático el cual consiste en descubrir los núcleos de sentido que componen una comunicación cuya presencia o frecuencia signifiquen algo para el objeto analítico apuntado.

### 3.9. Aspectos éticos

Se ha conseguido la participación de 03 personas involucradas en la organización e implementación de los Juegos Panamericanos Lima-2019, quienes aceptaron poder ser entrevistados y donde la Guía de la Entrevista no incurría en aspectos que comprometiera la moral y los principios a nivel individual de quienes se entrevistaron.

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 RESULTADOS

Este capítulo muestra resultados a partir del análisis descriptivo de datos de carácter cualitativo que fueron sistematizados, procesados y analizados, luego se realiza la discusión de los resultados para seguidamente realizar la interpretación y explicación de todos los hallazgos corroborados con el marco teórico del estudio.

El análisis descriptivo del resultado se elaboró en base a la entrevista realizada a 3 directivos, quienes participaron directamente en el proceso, realización y culminación de los Juegos Panamericanos Lima-2019

Ellos son quienes nos han podido compartir sus experiencias y puntos de vista sobre los Panamericanos Lima-2019. Estos resultados se dan de acuerdo a las cuatro categorías apriorísticas y ocho subcategorías que nos definieron el nivel de importancia e implementación de la categoría de estudio.

Categoría de estudio. Mega-evento, Juegos Panamericanos Lima-2019

Esta categoría se refiere al trabajo realizado en el mega-evento, Juegos Panamericanos Lima-2019

De la entrevista sostenida surgieron subcategorías vinculadas a las categorías apriorísticas. Del análisis de los datos verbales, con la participación de la entrevista. De la categoría mega-evento Juegos Panamericanos Lima-2019, surgieron subcategorías vinculadas a las categorías apriorísticas.

Categoría apriorística: Gestión institucional: gastos e ingresos del mega-evento. Subcategorías: Presupuesto y gastos Ingresos percibidos; Categoría: Inversión en la infraestructura. Ubicación y distribución. Naturaleza de la obra realizada. Categoría: Empleo ocasional y permanente del mega-evento. Empleo ocasional empleado en el evento; empleos permanentes que deja el evento; voluntariado

Categoría: Turismo. El turismo generativo y prospectivo del mega-evento. Empresas publicitarias nacionales y del mundo.

### **Categoría Apriorística 1.** Gestión institucional: gastos e ingresos

Se ha establecido las regularidades de las 3 entrevistas realizadas lo siguiente:

*“Toda la realización del evento fue posible gracias al apoyo del estado peruano”:*

*“Ha generado mayor recaudación de fondos en comparación a ediciones previas*

*“Muchas de las instalaciones deportivas estaban en estados precarios, otras se debían crear o mejorar”*

### **Categoría Apriorística 2.** Inversión en la infraestructura

*“Realmente si se hizo un buen trabajo al momento de elegir las sedes y la creación de nuevas infraestructuras ya que, de esta forma, se distribuyó en varios distritos de Lima los cuales cumplía con los requisitos”.* Los estadios o sedes se hicieron principalmente para que se pueda llevar a cabo cada disciplina”: *“la villa deportiva tuvo como fin principal albergar a los atletas y se tenía como misión que estas sean una morada para los atletas que ganaran una medalla.*

*“Estos centros deportivos van a permitir albergar en sus instalaciones a las futuras generaciones y proezas del deporte”.*

### **Categoría Apriorística 3.** Empleo ocasional y permanente del mega-evento

*“La mayor parte fue voluntarios y dado que el evento se realizó por esta única ocasión, muy pocos o algunos de estos podrían ir a ciertos puestos en otras instituciones por su buen desempeño. “Del aproximado de 17mil voluntarios el 70% de estos eran o estaban en edad de ser universitarios”.*

### **Categoría Apriorística 4.** El turismo generativo y prospectivo del mega-evento

*“Cincuenta mil turistas llegaron a presenciar el evento deportivo Lima 2019”. “el balance monetario fue alrededor de mil millones de soles en ese sector”. “Se demostró que el país es capaz de cumplir con las expectativas y plazo para cualquier evento que sea anfitrión, despejando cualquier duda al mundo entero”.*

*“Mincetur indica que en el mes de agosto se obtuvo una cantidad mayor de 350*

000 personas que llegaron del extranjero”. logro mostro toda la diversidad cultural al mundo, el cual permitirá que nuestro país en un futuro pueda albergar otros eventos más grandes, y posicionarnos como los países con mayor nivel turístico

Cuadro N° 01: Expertos de los Juegos panamericanos lima-2019

Experto	Apellidos y nombres	Cargo
1	Corbera Huaman, Anghela	Staff de organización de producción audiovisual- Juegos panamericanos
2	Casas Paiva, Jesús Israel	Staff de la producción Artística delos Juegos Panamericanos
3	Centeno Surichaqui, Meylin Fransheska Milen	Juegos Panamericanos

Fuente: Elaboración propia

Los expertos fueron escogidos de manera aleatoria y considerando los criterios: veracidad en la información, responsabilidad en la actividad materia de estudio y disponibilidad para absolver cada ítem de la entrevista estructurada previamente de de acuerdo a las Categorías, apriorísticas considerados en la matriz.

Cuadro N° 02: Resultados de las Categorías, categorías y resultados de la opinión de los expertos.

Categoría de estudio	Categorías apriorísticas	Resultados de Entrevista
Mega-evento, Juegos Panamericanos Lima-2019	Gestión institucional: gastos e ingresos	“Toda la realización del evento fue posible gracias al apoyo del estado peruano”: “Ha generado mayor recaudación de fondos en comparación a ediciones previas “Muchas de las instalaciones deportivas estaban en estados precarios, otras se debían crear o mejorar”
	Inversión en la infraestructura	“Realmente si se hizo un buen trabajo al momento de elegir las sedes y la creación de nuevas infraestructuras ya que, de esta forma, se distribuyo en varios distritos de Lima los cuales cumplía con los requisitos”. Los estadios o sedes se hicieron principalmente para que se pueda llevar a cabo cada disciplina”: “la villa deportiva tuvo como fin principal albergar a los atletas y se tenía como misión que estas sean una morada para los atletas que ganaran una medalla. “Estos centros deportivos van a permitir albergar en sus instalaciones a las futuras generaciones y proezas del deporte”.
	Empleo ocasional y permanente	“La mayor parte fue voluntarios y dado que el evento se realizó por esta única ocasión, muy pocos o algunos de estos podrían ir a ciertos puestos en otras instituciones por su buen desempeño. “Del aproximado de 17mil

del mega-evento voluntarios el 70% de estos eran o estaban en edad de ser universitarios”.

El turismo generativo y prospectivo del mega-evento

“Cincuenta mil turistas llegaron a presenciar el evento deportivo Lima 2019”. “el balance monetario fue alrededor de mil millones de soles en ese sector”. “Se demostró que el país es capaz de cumplir con las expectativas y plazo para cualquier evento que sea anfitrión, despejando cualquier duda al mundo entero”. “Mincetur indica que en el mes de agosto se obtuvo una cantidad mayor de 350 000 personas que llegaron del extranjero”. logro mostro toda la diversidad cultural al mundo, el cual permitirá que nuestro país en un futuro pueda albergar otros eventos más grandes, y posicionarnos como los países con mayor nivel turístico

---

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a Productos observables de la UCV

El Cuadro 1, representa las regularidades de las categorías apriorísticas que emergieron de la teoría y las subcategorías de las entrevistas, como se puede visualizar.

Desde el 2013 que Perú ganó la candidatura para que Lima sea la sede de los juegos panamericanos 2019, se supo que tendría que haber muchos preparativos para que se pudiera dar un magnifico evento ya que este sería visto por muchas personas alrededor del mundo. También para que los atletas y federaciones puedan tener las mejores locaciones para brillar en sus respectivas disciplinas y demostrar sus habilidades por las cuales se clasificaron a los Juegos panamericanos 2019 que otorgarían a los ganadores de sus disciplinas el acceso a los Juegos Olímpicos Tokio 2020, pero estos fueron retrasados por la pandemia del covid-19.

Tabla 1 *Arribos en los establecimientos de hospedaje (número) - Lima*

Enero	196822
Febrero	211737
Marzo	271585
Abril	286673
Mayo	283702
Junio	273990
Julio	376915
Agosto	384261

Setiembre	352981
Octubre	291071
Noviembre	317640
Diciembre	228775
Total	3476152

Elaboración propia con datos del BCRP

En la tabla 1 se puede observar todas los arribos que tuvieron lugar en Lima durante el año 2019 , donde se puede evidenciar un incremento considerable en los meses de julio a agosto, puesto que los juegos panamericanos Lima 2019, comenzaron exactamente el 26 de julio, así mismo dicho mes evidencio el aumento considerable desde el mes de marzo que tuvo 376 915 pernотaciones en el cual fue disminuyendo hasta que se volvió a incrementar para las fechas próximas a magno evento, donde su punto más alto fue en agosto con 384 261 arribos a Lima, mes en el cual el evento ya se encontraba en las fases finales y decisivas que consagrarían al país con mayor número de melladas como vencedor del mega evento deportivo. Además, las pernотaciones van de la mano de los arribos reflejando que los meses de mayor cantidad de pernотaciones fueron los meses que duro el mega evento deportivo de Lima 2019, demostrando que si hay un efecto positivo en la economía.

Tabla 2 *Pernотaciones en los establecimientos de hospedaje (número) - Lima*

Enero	4324732
Febrero	4543636
Marzo	3871567
Abril	3523885
Mayo	3520026
Junio	3452200
Julio	4027397
Agosto	4464774
Setiembre	3866885
Octubre	4127253



Noviembre	4326847
Diciembre	3613823
Total	47663025

Elaboración propia con datos del BCRP

Otro aspecto que no se debe dejar de lado, son todas las sedes que se han empleado para la realización de este magno evento, el cual se puede observar en la tabla 3, de los cuales mucho de ellos tuvieron que ser mejoradas , ampliadas y crear nueva infraestructura que se evidencia en la tabla 4 , el cual el monto de todas estas obras asciende a S/ 1,386,735,597 cabe recordar que estas obras no tienen como objetivo ser útiles solamente para la duración del magno evento, sino para que perdure como un legado para futuras generaciones en la ciudad de Lima, ya que antes de ser anfitrión no se contaban con muchas de estas instalaciones para que el progreso de los atletas nacionales, pero gracias a Lima 2019, estas obras que fueron construidas darán la oportunidad de que muchos amantes a distintas disciplinas puedan explotar sus talentos. También se mejoró áreas y espacios de la capital de gran envergadura tales como el acceso a la Costa Verde y el Parque Kennedy, 2 lugares importantes en la capital.

Tabla 3 Sedes y aforo de Lima 2019

POLIDEPORTIVO VILLA EL SALVADOR	1000
VILLA DEPORTIVA NACIONAL VIDENA	5600
PLAYA CHORRILLOS	-
COMPLEJO DEPORTIVO VILLA MARÍA DEL TRIUNFO	1869
COSTA VERDE - SAN MIGUEL	2000
ESTADIO SAN MARCOS	22500
CLUB LAWN TENNIS	1800
PARQUE KENNEDY	-
ESCUELA MILITAR DE CHORRILLOS	1000
LIMA GOLF CLUB	-
ESCUELA DE EQUITACIÓN DEL EJÉRCITO	1150
CIRCUITO MORRO SOLAR	-
LAGUNA BUJAMA	300
COLISEO EDUARDO DIBÓS	4600
CENTRO DE CONVENCIONES LIMA	181

RIO CAÑETE - LUNAHUANA	200
BASE ÁREA LAS PALMAS	200
ALBUFERA DE MEDIO MUNDO	-
PUNTA ROCAS	1200
	SIN
	ESPECTADOR
BAHÍA DE PARACAS	ES
VILLA DEPORTIVA REGIONAL CALLAO	6100

Elaboración propia con datos de Lima2019

En la tabla 4 se refleja los puestos de trabajo que se generaron directamente a causa del mega evento deportivo, ya que para cumplir con los estándares establecidos por el comité internacional y poder llevar transmitir a nivel mundial se tuvo que incrementar el número de periodistas que cubran todas las 39 disciplinas en sus horarios respectivos, una gran cantidad de mypes cercanas a Villa El Salvador tuvieron que incrementar sus puestos de trabajo ya que estas fueron proveedores de diversos bienes y servicios para cumplir con los plazos establecidos para el inicio de la inauguración de Lima 2019, para salvaguardar la integridad y tranquilidad durante la ejecución del evento hubo 34000 nuevos puestos de efectivos para cubrir con la seguridad, así como 3000 transportistas para que lleven y dejen a los atletas en sus sedes de descanso y en las cuales tendrían que participar. Otro punto a tratar fue que dio la oportunidad a los atletas a conocer acerca de la gastronomía peruana, difundiendo de esta manera lo maravilloso de la comida peruana, no se debe de olvidar que hubo voluntarios para ser parte del evento en diferentes áreas de realización tanto como en la inauguración del evento como en la clausura, que dejó un impacto visual de nuestra riqueza histórica, el total de voluntarios fueron 16 685.

Tabla 4 *Empleos generados por el evento*

Nº empleos generados	Actividad
3000	transportistas
1724	periodistas
34000	efectivos del orden

Según cifras que dejó el evento se contabilizó con 757 000 asistentes a todas las disciplinas. Para que todo esto pueda ser posible y dejar la mejor impresión del país al resto del mundo se tuvo que hacer un gasto S/ 4 300 millones, los cuales se pueden ver reflejados en las tablas 6,7,8 y 9 las cuales están en trimestres del año 2019.

El ingreso que se obtuvo al final del 2019 por el panamericano Lima 2019 fue S/ 988 millones, si bien en primera instancia se puede observar que se ha gastado más de lo que se ha ganado por el mega evento, no se puede dejar de lado los puestos generados gracias a este evento internacional así como el legado en nuevas infraestructuras para futuros atletas, el mejoramiento de espacios urbanos cercanos a las sedes de los eventos, todo esto fue posible en muy corto tiempo por los privilegios o beneficios para cumplir con dar una excelente calidad a los visitantes al evento. También recordemos que Lima 2019 tuvo como objetivo capitalizar la oportunidad en el desarrollo de los atletas peruanos y el turismo en próximos años, otro objetivo que se tuvo durante la preparación y realización del evento fue generar puestos de trabajo en los distritos donde tuvieron una sede de alguna de las 39 disciplinas.

Lima 2019 el impacto que tuvo en la economía fue de 1 800 millones de soles que se generó en el 2019 por los panamericanos, que se vio evidenciado en los puestos de trabajo que fueron de carácter directo, indirecto e inducidos por el evento que alcanzó la cifra de más de 500 mil puestos de trabajo. Además, el legado que dejó este evento fue de carácter socio-cultural, al visitar centros educativos y promover los valores de los panamericanos, de carácter deportivo, al mejorar las sedes y crear nuevas para el desarrollo de los eventos, de carácter económico, ya que aumentarían el turismo, la venta de derechos de televisión y además la venta de los departamentos de la Villa Panamericana y por último de carácter Urbanístico ya que se crearían y renovarían 200 000m<sup>2</sup> de pista, 130 000 m<sup>2</sup> de veredas y 1 600m<sup>2</sup> de áreas verdes.

#### 4.2 DISCUSIÓN :

La presente investigación reviste singular importancia en el contexto de los Juegos Panamericanos, esto, en la medida que fue la primera vez después de muchos años que se lograba que Lima fuera la sede de la Juegos Panamericanos Lima-2019, de ahí su singularidad, e importancia. Se han realizado una serie de investigaciones desde el ángulo del márketing (PUCP) y los aspectos sólo Económicos (UPC).

Los resultados obtenidos as través de la entrevista, de los antecedentes más importantes encontrados podemos señalar que Kobiercki,M & Strozek (2020), consideran que un mega-evento deportivo va afectar positivamente el status e imagen como país organizador, de otro lado, permite una mayor visibilidad y posición internacional, tal como sucedió en nuestro país donde se vendieron entradas más que en otros mega-eventos. Es indudable que la visibilidad como país se incrementó y ha generado oportunidades en diversos aspectos económicos, turismo y sociales.

En esta línea el trabajo de Kenyon.J. & Bodet, G- (2017) se relaciona con los objetivos que llevó al país solicitar constituirse en sede de los Panamericanos, considera que realizar un mega-evento representa una estrategia para obtener mejoras en la imagen y reconocimiento a nivel internacional como país. Debemos resaltar que a nivel de la psicología social se pudo encontrar en la teoría de la Representación Social, el fundamento teórico que también se aplicó para justificar la necesidad de organizar los Juegos Panamericanos de Lima-2019.

Finalmente, Byers,T.& Hayday,E. & Pappous, A. (2019), coincide con la orientación de los organizadores de los Panamericanos en la entrega de los legados, es decir, lo que aporta como país organizar un mega-evento y hemos encontrado a lo largo de la presente investigación legados a nivel de comunicación internacional, visibilidad como país, desarrollo turístico e imagen de las bondades culturales que tiene el Perú.

Los panamericanos son considerados como un mega-evento deportivo, y como se puede apreciar en sus diversas ediciones, desde la edición de Sídney se puede observar cómo influyen en el ciclo económico de manera positiva siempre y cuando se planifique de manera correcta, generando como resultados

que se obtengan beneficios por la organización en el ámbito del turismo, infraestructura y en el deporte. Lima 2019 batió récords en la venta de entradas totales en comparación a Guadalajara 2011 y Toronto 2015, otro punto a tratar es el legado en infraestructura que se originó a raíz de Lima 2019, la Villa deportiva ha tomado mucha importancia en el 2020 ya que se convirtió en un lugar estratégico para tratar pacientes con covid-19, de no llevarse a cabo Lima 2019 esto no hubiera sido posible. Según los datos obtenidos en el sector de turismo, se evidencia un mayor número de arribo y pernoctaciones de turistas en los meses julio y agosto que fueron los meses de duración del mega evento.

Como epílogo de esta parte del trabajo investigativo, debe señalarse las limitaciones de la información como producto de la pandemia, las restricciones a las bibliotecas físicas de la universidades donde se han desarrollado trabajos previos de los temas abordados en el presente trabajo.

## V. CONCLUSIONES

Para la presente investigación se logró dar respuesta a las interrogantes del estudio. Lima 2019 si llegó a dejar un legado social con su iniciativa de promoción de valores que representa el mundo del deporte con la campaña de visitar los colegios previo a la realización del mega evento, con respecto al campo económico se logró promocionar nuestro país, Perú. Lo que concluyó en un incremento en el sector del turismo en comparación a otros meses y años previos al evento y creación de nuevas sedes de deporte.

Lima 2019 batió récords en la venta de entradas con más de 800 mil entradas vendidas al término del evento, posicionándolo como uno de los mejores panamericanos en términos de entradas vendidas, si bien los ingresos no son mayores a los egresos del evento, se espera que en el futuro con la exposición al mundo se recupere y quede en saldo positivo ya que en términos de exposición mediática los panamericanos generaron US\$ 933 millones.

El presupuesto inicial para la organización de Lima 2019 fue de S/ 4 300 millones, pero se tuvo que hacer unos reajustes en los proyectos, esto hizo que el dinero que se empleara fuera solamente S/ 4 200 millones, de forma de que no hubo un gasto adicional para los preparativos del evento, se concluye que no hubo un gasto fuera del presupuesto establecido.

Para poder cumplir con todos los requisitos se tuvo que mejorar y crear nuevas infraestructuras lo que conllevó a creación de nuevas sedes para nuevos deportes que no eran practicados en Lima, pero sin duda la infraestructura más importante que se construyó fue la Villa panamericana en el Distrito de Villa El Salvador y quedará como un legado de Lima 2019

En el sector de empleo, se generó directamente dos mil puestos de trabajo en las mypes que brindaron sus servicios, además de los casi 17 000 voluntarios que prestaron servicios para la realización del evento, de los cuales los que tuvieron un desempeño considerable se mantuvieron en sus puestos en otras instituciones.

Los ingresos que dejó Lima 2019 para el Perú, fueron positivos para el ciclo económico, puesto que solamente por la parte de turismo los más de

cincuenta mil turistas que llegaron exclusivamente para ser parte el evento, dejaron un aproximado S/ 1,155 millones en consumo, tales como hoteles, transporte, comida y otros.

## VI. RECOMENDACIONES

Con el fin de conseguir un crecimiento en el ciclo económico del país anfitrión, se tiene que tener en cuenta un elaborado plan de proyectos para la correcta organización del evento, ya que, si no se tiene en cuenta esto, se verá afectado el ciclo económico de manera negativa.

Si bien tener un gran número de asistentes al evento genera ingresos al país, se tiene que generar una mejor campaña de marketing para ofrecer a los asistentes nuevas opciones durante su estadía de forma de que se obtengan más ingresos extranjeros y mejorar la perspectiva que tiene del país.

En el caso de ser anfitrión de un magno evento, se tiene que tener en cuenta lo siguiente, si no se quiere tener un balance negativo al final del evento, hay que tener en cuenta todos los imprevistos y elaborar un plan de proyectos acorde a la coyuntura y el presupuesto que se tiene disponible, ya que si no se toma las medidas necesarias, lo único que ocurrirá es un desbalance para el país anfitrión.

Hay que tener en cuenta que, si se planea ser organizador de un mega evento deportivo, se tiene que pensar en dejar un legado para futuras generaciones que se pueda apreciar, lo que quiero decir que se tiene que construir obras para que estas perduren por largo tiempo y sean de utilidad para sus ciudadanos.

Desde el momento que un país conoce que albergará un magno evento, se va a generar puestos de trabajo principalmente se ubicarán en mano de obra ya que se necesita construir o remodelar muchas localidades e infraestructuras para el evento, esto generará que la tasa de desempleo disminuya ya que se habrá nuevos puestos de trabajo que antes no había.

Si se aprovecha al máximo el marketing que se obtendrá de la venta de derechos de comunicaciones, esto aportará en un incremento para el sector de turismo en el corto tiempo, ya que se transmitirá al mundo la imagen del país, y ayudará al sector de turismo a que tenga beneficios para poder expandir el sector y de esta forma incrementar el número de turistas.



## REFERENCIAS

- Aguado, Osorio, Arbona y Peña (2017) *Efectos de la realización de un megaevento deportivo sobre una economía local. El caso de los Juegos Mundiales 2013 Cali*. Journal of Economics, Finance and Administrative Science vol. 22, No. 43.
- Allan, G.J., Lecca, P., Swales, K., (2017). *The impacts of temporary but anticipated tourism spending: an application to the Glasgow 2014 Commonwealth Games*. Tourism Manag. 59, 325–337.
- Avdellas, G. (2019). *The cost of the cup: a case study on the political and economic impacts of hosting mega sporting events*. College undergraduate research electronic journal
- Ayhan, K. y Park Enna (2017) *Korea's Soft power and public diplomacy*. Hangang Network. Seoul, Korea.
- Azzali, S. (2019). *Mega Sporting events and their impact on the built environment: lessons learned from the past*. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/335180148\\_Mega\\_sporting\\_events\\_and\\_their\\_impact\\_on\\_the\\_built\\_environment\\_Lessons\\_learned\\_from\\_the\\_past](https://www.researchgate.net/publication/335180148_Mega_sporting_events_and_their_impact_on_the_built_environment_Lessons_learned_from_the_past)
- Cea, A. (1996) *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Recuperado de: [http://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/metodologia\\_cuantitativa\\_\\_estrategias\\_y\\_tecnicas\\_de\\_investigacion\\_social\\_\\_cea\\_d\\_ancona.pdf](http://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/metodologia_cuantitativa__estrategias_y_tecnicas_de_investigacion_social__cea_d_ancona.pdf)
- Barney, S. Wenn, S. Martyn (2002); *Selling the Five Rings: The International Olympic Committee and the Rise of Olympic Commercialism*, The University of Utah Press, Salt Lake City.
- Barrios, D.; Russel, S. (2011) ; *Bringing Home the Gold?*; Andrews, M.; Harvard Kennedy School.

- Correa, Emilia (2008). Series de Tiempo. Medellín: Centro de publicaciones Universidad Nacional de Colombia. Scientia et Technica Año XIV, No 38, junio de 2008. Universidad Tecnológica de Pereira. ISSN 0122-1701
- Deccio, C., Baloglu, S., (2002). *Nonhost community resident reactions to the 2002 winter Olympics: the spillover impacts*. *J. Trav. Res.* 41.
- ERNST & Young Terco (2014). *Sustainable Brazil: Social and Economic Impacts of the 2014 World*
- García, L. (2011). *Econometría de evaluación de impacto*. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Gong, Qi. (2008); *The Positive and Negative Economic Contributions of Mega-Sporting Events to Local Communities*; University of Nevada. E.E.U.U.
- He, B. et al. (2020). *Examining the Impacts of Mega-Events on Urban Development Using Coupling Analysis: A Case Study of the Boao Forum for Asia*. Recuperado de: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/2/730/html>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (4ta. Ed). (2008) Metodología de la investigación. Recuperado de: <https://seminariodemetodologiadelainvestigacion.files.wordpress.com/2012/03/metodolog3ada-de-la-investigac3b3n-roberto-hernc3a1ndez-sampieri.pdf>
- Huang, L., (2011). *Research on effect of beijing post-olympic sports industry to China's economic development*. Energy Procedia 5, 2097–2102.
- Jones, C. (2016). *Handbook of Macroeconomics*. Recuperado de: <https://web.stanford.edu/~chadj/facts.pdf>
- Joo Y, Bae Y. y Kassens (2017). *Mega-events and mega-ambitions: south korea's rise and the strategic use of the big four events*. Recuperado de: [www.researchgate.net/publication/318193544\\_Mega-Events\\_and\\_Mega-Ambitions\\_South\\_Korea's\\_Rise\\_and\\_the\\_Strategic\\_Use\\_of\\_the\\_Big\\_Four\\_Events](http://www.researchgate.net/publication/318193544_Mega-Events_and_Mega-Ambitions_South_Korea's_Rise_and_the_Strategic_Use_of_the_Big_Four_Events)

Kasimati, E., Dawson, P., (2009). *Assessing the impact of the 2004 Olympic Games on the Greek economy: a small macroeconomic model*. *Econ. Modell.* 26, 139–146.

Kasimati, E (2003). *Economic Aspects and the Summer Olympics: a Review of Related Research*; International Journalism of Tourism Research; University of Bath, UK;

Kim, C. y Kaplanidou, K. (2019). *The Effect of Sport Involvement on Support for Mega Sport Events: Why Does It Matter*. Recuperado de: <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/20/5687>

Kim, W., Jun, H.M., Walker, M., Drane, D., (2015). *Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: SCALE development and validation*. *Tourism Manag.* 48, 21–32.

Kim, H., Gursoy, D., Lee, S.; Kyung Hee (2008). *The Impact of the 2002 World Cup on South Korea: Comparisons of Pre- and Post-games*; University (Seoul); *Journal of Macroeconomics*;

Lee, C., Taylor, T (2009). *Reflections on the Economic Impact Assessment of a Mega-Event: The Case of the 2002 FIFA World Cup*; University of Technology (Sydney); *Journal of Macroeconomics*; *Critical*

Lindau, L.A., Petzhold, G., Tavares, V.B., Facchini, D., (2016). *Mega events and the transformation of Rio de Janeiro into a mass-transit city*. *Res. Transport. Econ.* 59,

López, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona, España: Creative commons

Mankiw, N. (2020). *Macroeconomics. 10th edition*. New York, USA: Worth Publishers

- Matsuoka, M. (2015). *Economic impacts of the FIFA world cup in developing countries* (tesis de pregrado). Western Michigan University. Michigan, United States.
- Menezes, T.R. de, Souza, J.F. de, (2014). *Transportation and urban mobility in mega- events: the case of Recife*. *Procedia - Soc. Behav. Sci.* 162, 218–227
- Meurer, R., Lins H.; Federal University of Santa Catarina, Brazil; *the Effects of the 2014 World Cup and the 2016 Olympic Games on Brazilian International Travel Receipts*.
- Montero, R. (2011). *Efectos fijos o aleatorios: test de especificación*. Documentos de Trabajo en Economía Aplicada. Universidad de Granada. España.
- Morales, L. (2016). *Elementos favorables y limitantes para el desarrollo del turismo deportivo del destino Trujillo* (tesis de pregrado). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.
- Pappalepore, I., Duignan, M.B., (2016). *The London 2012 cultural programme: a consideration of Olympic impacts and legacies for small creative organisations in east London*. *Tourism Manag.* 54, 344–355
- Preuss, H.(2011). *Lasting Effects of Major Sporting* Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Germany;
- Raven, E. (2014). *La investigación cuantitativa, la investigación cualitativa y el investigador*. Revista. Recuperado de: <http://www.arje.bc.uc.edu.ve/arj15/art15.pdf>
- Regalado, Ayala, Chero, Yauri y Zevallos (2015). *Juegos Panamericanos Lima 2019 factores críticos para su organización*. Lima, Perú, Universidad Essan.
- Ren, K. y Li, Y. (2019) *Economic impact of mega sporting events on host country*. Recuperado de: <http://www.dpi-proceedings.com/index.php/dtssehs/article/view/29905/28788>

- Revindo, Siregar, Widyasantri, Anindita, Hastuti, Hambali y Bintara (2019). *Spending of sports evento participants and tourists: evidence from the 2018 asian games*. Recuperado de: [https://www.lpem.org/wp-content/uploads/2019/07/WP-LPEM\\_037\\_July-2019\\_Revindo-et-al.-w-cover.pdf](https://www.lpem.org/wp-content/uploads/2019/07/WP-LPEM_037_July-2019_Revindo-et-al.-w-cover.pdf)
- Roche, M. (2000). *Mega-events and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture*. New York, USA: Taylor & Francis Group.
- Ricoy, C. (2005). *La teoría del crecimiento económico de Adam Smith*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4255/425541308001.pdf>
- Rodríguez, D. y Mendoza, M. (2015). *Reexaminando la hipótesis de convergencia a la economía líder regional en México: un análisis de cointegración en panel*. Paradigma económico, Año7 Núm.1 ISSN: 2007-3062
- Rosales, L. (2010). *Técnicas de medición económicas*. Piura. Perú. Universidad nacional de Piura
- Siniestra, N (2017) *Actividades universitarias y sistema regionales de innovación: caso español*. Valencia, Perú, Universidad Politécnica de Valencia.
- Sousa, V., Driessnack, M. y Costa I. (2007). *Revisión de diseños de investigación resaltantes para enfermería. Parte1: Diseño de investigación cuantitativa*. Recuperado de: [https://www.scielo.br/pdf/rlae/v15n3/es\\_v15n3a22.pdf](https://www.scielo.br/pdf/rlae/v15n3/es_v15n3a22.pdf)
- Swart, K., George, R., Cassar, J., Sneyd, C., (2016). *The 2014 FIFA World Cup???: tourists' satisfaction levels and likelihood of repeat visitation to Rio de Janeiro*. J. Destin. Mark. Manag. 1–12
- Tam, J., Vera, G. y Oliveros, R. (2008) *Tipos, métodos y estrategias de investigación científica*. Recuperado de: [http://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/imarpe/oceanografia/adj\\_modela\\_pa-5-145-tam-2008-investig.pdf](http://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/imarpe/oceanografia/adj_modela_pa-5-145-tam-2008-investig.pdf)
- Wang, M. y Bao, H (2017) *Cities: The international journal of urban policy and planning*. University of Cambridge. Cambridge, United Kingdom.
- Wang, M., Bao, H.X.H., (201). *Mega-event Effects on the Housing Market: Evidence from the Beijing 2008 Olympic Games*. Cities.

Waite, G., (2003). *Social impacts of the Sydney Olympics*. Ann. Tourism Res. 30, 194–215.

Wenner, A. y Billings, A. (2017). *Sport, media and mega-events*. New York, USA: Routledge.

William, B. (2019) *The Economic Impact of Mega Sport Event*. Recuperado de: <https://digitalrepository.trincoll.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1817&context=theses>

Zimbalist A. (2015) *The Illusory Economic Gains from Hosting the Olympics & World Cup*. *World Economics*, 2015, vol. 16, issue 1, 35-42

Zulfikar, R. (2017). Estimation model and selection method of panel data regression: an overview of common effect, fixed effect, and random effect model. Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin. Banjarmasin, Indonesia.

## ANEXOS

### Anexo 1: **Guía de entrevista a los organizadores/participantes de los Juegos Panamericanos Lima-2019**

I. **Presentación:** Estimado director (a): Me encuentro realizando un estudio denominado “Los mega eventos deportivos en el ciclo económico como país anfitrión: caso Juegos panamericanos en el Perú, 2019”

II. **Características de la entrevista:**

Las narraciones obtenidas serán publicadas en el presente trabajo de investigación.

III. **Datos generales:**

1. Edad: ( )                      2. Sexo: a. Femenino ( )                      b. Masculino ( )  
3. Estado Civil: a. Soltero ( )                      b. Casado ( )                      c. Conviviente ( )                      d. Divorciado ( )

Fecha:

.....

Entrevistador:

Entrevistado:

.....

Hora de inicio: ..... hora                      de                      término:

.....

Medio: Zoom ( )                      Meet ( )                      Llamada Telef. ( )

#### **DIMENSIÓN INSTITUCIONAL**

1. ¿Dentro del presupuesto para los Juegos Panamericanos Lia.2019, cuánto significó el aporte del Estado para este evento?

.....  
.....  
.....

2. ¿Cuánto se percibió de ingresos en los Juegos Panamericanos Lia.2019, cuánto significó de beneficio para Estado para este evento?

.....  
.....  
.....

#### **INVERSION EN LA INFRAESTRUCTURA**

3. ¿Las inversiones de las instalaciones deportivas en Lima, se ubicaron estratégicamente para cumplir los objetivos del evento?

.....  
.....  
.....

4. ¿Cuál fue la naturaleza de cada infraestructura, se terminó a tiempo y va servir para actividades futuras?

.....  
.....  
.....

**EMPLEO OCASIONAL Y PERMANENTE DEL MEGA-EVENTO**

5. ¿Cuántas personas trabajaron de manera eventual y cuantas van a quedar de manera permanente después de culminado los Panamericanos de Lima-2019 ?

.....  
.....  
.....

6. ¿Cuántos jóvenes universitarios fueron captados para el apoyo en el desarrollo de los Panamericanos Lima 2019?

.....  
.....  
.....

**TURISMO GENERATIVO Y PROSPECTIVO**

7. ¿Cuántas personas del extranjero arribaron a los juegos panamericanos Limas-2019?

.....  
.....  
.....

8. ¿Cuántas instalaciones hoteleras y cuantos días permanecieron en el Perú las personas visitantes a los Panamericanos Lima 2019?

.....  
.....  
.....

9. ¿Cómo ha permitido el posicionamiento de la imagen del Perú como organizador de los Panamericanos Lima 2019?

.....  
.....  
.....

10. ¿Explique si la actividad turística a raíz del mega-evento le permitir un incremento de las ventas para actividades futuras?

.....  
.....  
.....

Muchas gracias por su deferencia.



**Guía de entrevista a los organizadores/participantes de los Juegos  
Panamericanos Lima-2019**

**IV. Presentación:** Estimado director (a): Me encuentro realizando un estudio denominado “Los mega eventos deportivos en el ciclo económico como país anfitrión: caso Juegos panamericanos en el Perú, 2019”

**V. Características de la entrevista:**

Las narraciones obtenidas serán publicadas en el presente trabajo de investigación.

**VI. Datos generales:**

1. Edad: (23)                      2. Sexo: a. Femenino (x)      b. Masculino (    )  
3. Estado Civil: a. Soltero (x)    b. Casado (    )    c. Conviviente (    ) d. Divorciado (    )  
)

Fecha: 26 de diciembre del 2020

Entrevistador: Brian Mitchel Rojas Vegas

Entrevistado: Anghela Briggithe Corbera Huaman - Staff de organización de producción audiovisual

Hora de inicio: 10:00 pm                      hora de término: 10:40pm

Medio: Zoom (    )      Meet (    )      Llamada Telef. (    x )

**DIMENSIÓN INSTITUCIONAL**

11. ¿Dentro del presupuesto para los Juegos Panamericanos Lia.2019, cuánto significó el aporte del Estado para este evento?

Toda la realización del evento fue posible gracias al apoyo del estado peruano, ya que a pesar de los problemas que surgieron se pudo completar a tiempo los preparativos para LIMA 2019.

12. ¿Cuánto se percibió de ingresos en los Juegos Panamericanos Lia?2019, cuánto significó de beneficio para Estado para este evento?

Este evento panamericano, se ha convertido el que ha generado mayor recaudación de fondos en comparación a ediciones previas ya en entradas vendidas se ha recaudado más de 14 millones de soles.

**INVERSIÓN EN LA INFRAESTRUCTURA**

13. ¿Las inversiones de las instalaciones deportivas en Lima, se ubicaron estratégicamente para cumplir los objetivos del evento?

Realmente si se hizo un buen trabajo al momento de elegir las sedes y la creación de nuevas infraestructuras ya que, de esta forma, se distribuyo en varios distritos de Lima los cuales cumplía con los requisitos.

14. ¿Cuál fue la naturaleza de cada infraestructura, se terminó a tiempo y va servir para actividades futuras?

Los estadios o sedes se hicieron principalmente para que se pueda llevar a cabo cada disciplina, algunas se mejoraron y otras se crearon desde cero, todas tienen como fin o legado que se siga descubriendo talentos en el mundo del deporte, además la villa deportiva tuvo como fin principal albergar a los atletas y se tenía como misión que estas sean una morada para los atletas que ganaran una medalla.

### **EMPLEO OCASIONAL Y PERMANENTE DEL MEGA-EVENTO**

15. ¿Cuántas personas trabajaron de manera eventual y cuantas van a quedar de manera permanente después de culminado los Panamericanos de Lima-2019 ?  
La mayor parte fue voluntarios y dado que el evento se realizó por esta única ocasión, muy pocos o algunos de estos podrían ir a ciertos puestos en otras instituciones por su buen desempeño.

16. ¿Cuántos jóvenes universitarios fueron captados para el apoyo en el desarrollo de los Panamericanos Lima 2019?

Del aproximado de 17mil voluntarios el 70% de estos eran o estaban en edad de ser universitarios.

### **TURISMO GENERATIVO Y PROSPECTIVO**

17. ¿Cuántas personas del extranjero arribaron a los juegos panamericanos Limas-2019?

Cincuenta mil turistas llegaron a presenciar el evento deportivo Lima 2019

18. ¿Cuántas instalaciones hoteleras y cuantos días permanecieron en el Perú las personas visitantes a los Panamericanos Lima 2019?

No es algo sencillo de decir ya que algunos visitantes se iban una vez sus participantes o familiares concluyeran con su participación, podían ser 7 días o a los 17 en estos momentos no te podría decir con exactitud, pero el balance monetario fue alrededor de mil millones de soles en ese sector

19. ¿Cómo ha permitido el posicionamiento de la imagen del Perú como organizador de los Panamericanos Lima 2019?

Se demostró que el país es capaz de cumplir con las expectativas y plazo para cualquier evento que sea anfitrión, despejando cualquier duda al mundo entero.

20. ¿Explique si la actividad turística a raíz del mega-evento le permitir un incremento de las ventas para actividades futuras?

A corto plazo si se evidencio un incremento en el sector de turismo y se tenía previsto que el 2020 sea aún mayor, pero por la pandemia esto cambio radicalmente.

Muchas gracias por su deferencia.

Brian: Buenas noches, señorita Anghela, esta va a ser una breve entrevista con preguntas relacionadas a Lima 2019. Comencemos con la numero 1 ¿Dentro del presupuesto para los Juegos Panamericanos Lia.2019, ¿cuánto significó el aporte del Estado para este evento?

Anghela: Lo que puedo decirle es que toda la realización del evento fue posible gracias al apoyo del estado peruano, ya que a pesar de los problemas que surgieron se pudo completar a tiempo los preparativos para LIMA 2019.

B: Muy bien, ahora continuemos con la siguiente pregunta ¿cuánto se percibió de ingresos en los Juegos Panamericanos Lia?2019, ¿cuánto significó de beneficio para Estado para este evento?

Anghela: Pues la verdad viviendo desde adentro pude ver y se reflejó en cifras este evento este evento panamericano, se ha convertido el que ha generado mayor recaudación de fondos en comparación a ediciones previas ya en entradas vendidas se ha recaudado más de 14 millones de soles.

B: Correcto, sí que hizo historia con LIMA 2019, eso es algo que nadie se esperaba un año antes de que se cumpliera con la inauguración del evento, y con respecto a ¿Las inversiones de las instalaciones deportivas en Lima, se ubicaron estratégicamente para cumplir los objetivos del evento?

Anghela: Realmente si se hizo un buen trabajo al momento de elegir las sedes y la creación de nuevas infraestructuras ya que, de esta forma, se distribuyó en varios distritos de Lima los cuales cumplía con los requisitos.

B: Continuemos con las preguntas ¿Cuál fue la naturaleza de cada infraestructura, se terminó a tiempo y va servir para actividades futuras?

Anghela: Los estadios o sedes se hicieron principalmente para que se pueda llevar a cabo cada disciplina, algunas se mejoraron y otras se crearon desde cero, todas tienen como fin o legado que se siga descubriendo talentos en el mundo del deporte, además la villa deportiva tuvo como fin principal albergar a los atletas y se tenía como misión que estas sean una morada para los atletas que ganaran una medalla, pero ahora con la crisis mundial este se convirtió en un hospital covid, quien diría que esta infraestructura se convirtiera en algo muy útil para esta pandemia.

B: Nadie se imaginó que el mundo el 2020 cambiarían las cosas para todo el mundo ahora solo queda esperar lo mejor y encontrar la vacuna y que volvamos a poder juntarnos con nuestros seres queridos sin miedo a contagiarnos. Ahora volviendo a las preguntas ¿Cuántas personas trabajaron de manera eventual y cuantas van a quedar de manera permanente después de culminado los Panamericanos de Lima-2019?

Anghela: No te podría dar un número exacto ya que ese dato no lo tengo, pero si te puedo decir que hubo mucha participación de voluntarios y dado que este evento solo se realizó para un año, en su mayoría fueron trabajos eventuales algunos de estos podrían ir a ciertos puestos por su buen desempeño.

B: y con respecto a los jóvenes universitarios ¿Cuántos jóvenes universitarios fueron captados para el apoyo en el desarrollo de los Panamericanos Lima 2019?

Anghela: Las cifras exactas no son lo mío, pero era un aproximado de 17 mil voluntarios, de los cuales el 70 por ciento eran universitarios.

B: ya quedan pocas preguntas, ¿Cuántas personas del extranjero arribaron a los juegos panamericanos Limas-2019?

Anghela: Según los datos que se registraron un total de 50mil turistas llegaron exclusivamente para ver LIMA 2019

B: 8¿Cuántas instalaciones hoteleras y cuantos días permanecieron en el Perú las personas visitantes a los Panamericanos Lima 2019?

Anghela: No es algo sencillo de decir ya que algunos visitantes se iban una vez sus participantes o familiares concluyeran con su participación, podían ser 7 días o a los 17 en estos momentos no te podría decir con exactitud, pero el balance monetario fue alrededor de mil millones de soles en ese sector

B: ¿Cómo ha permitido el posicionamiento de la imagen del Perú como organizador de los Panamericanos Lima 2019?

Anghela: Se demostró que el país es capaz de cumplir con las expectativas y plazo para cualquier evento que sea anfitrión, despejando cualquier duda al mundo entero

B: ¿Explique si la actividad turística a raíz del mega-evento le permitir un incremento de las ventas para actividades futuras?

Anghela: Pues mira, en el corto plazo si se evidencio un incremento en el sector de turismo y se tenía previsto que el 2020 sea aún mayor, pero por la pandemia esto cambio radicalmente.

B: Pues eso es cierto y eso sería todo, muchas gracias por brindarme tu tiempo para esta entrevista

Anghela: De nada.

## Guía de entrevista a los organizadores/participantes de los Juegos Panamericanos Lima-2019

I. Presentación: Estimado director (a): Me encuentro realizando un estudio denominado “Los mega eventos deportivos en el ciclo económico como país anfitrión: caso Juegos panamericanos en el Perú, 2019”

II. Características de la entrevista:

Las narraciones obtenidas serán publicadas en el presente trabajo de investigación.

III. Datos generales:

1. Edad: ( )      2. Sexo: a. Femenino ( )      b. Masculino ( x )

3. Estado Civil: a. Soltero ( )      b. Casado ( )      c. Conviviente ( )      d. Divorciado ( )

Fecha: 26 de diciembre del 2020

Entrevistador: Brian Mitchel Rojas Vegas

Entrevistado: Jesús Israel Casas Paiva - Jesús Israel Casas Paiva - Staff de la producción artística (inauguración y clausura)

Hora de inicio: 11:30 pm      hora de término: 11:58pm

Medio: Zoom ( )      Meet ( )      Llamada Telef. ( x )

Guion de entrevista

Primera interrogante:

Entrevistador: ¿Dentro del presupuesto para los Juegos Panamericanos Lima 2019, ¿cuánto significó el aporte del Estado para este evento?

Entrevistado: Considero que el apoyo del estado fue fundamental para llevarse a cabo este evento, ya que muchas de las instalaciones deportivas estaban en estados precarios, otras se debían crear o mejorar, además de contratar al personal que iba a llevar a cabo las distintas actividades que se hicieron.

Segunda interrogante:

Entrevistador: ¿Cuánto se percibió de ingresos en los Juegos Panamericanos Lima 2019, es decir, ¿cuánto significó de beneficio para el Estado este evento?

Entrevistado: Aunque los medios de comunicación indiquen que se han recaudado grandes ingresos, pero que estos no cubren la cantidad invertida, se ha podido obtener un gran fomento de la diversidad cultural al extranjero a través del turismo, y fomento del deporte como estilo de vida para la población.

Tercera interrogante:

Entrevistador: ¿Las inversiones de las instalaciones deportivas en Lima, se ubicaron estratégicamente para cumplir los objetivos del evento?

Entrevistado: La mayoría sí, pero algunos de los centros deportivos se encontraron en zonas un poco alejadas de las sedes principales, como la de Villa el Salvador y Villa María del Triunfo, originando algunos problemas para llegar a la hora exacta.

Cuarta interrogante:

Entrevistador: ¿Cuál fue la naturaleza de cada infraestructura, se terminó a tiempo y va servir para actividades futuras?

Entrevistado: Muchas de las instalaciones fueron restauradas y mejoradas antes de que de inicio el evento, facilitando tener listo las actividades que se llevaran a cabo en sus respectivos establecimientos, y por supuesto que sí que estos centros deportivos van a permitir albergar en sus instalaciones a las futuras generaciones y proezas del deporte.

Quinta interrogante:

Entrevistador: ¿Cuántas personas trabajaron de manera eventual y cuantas van a quedar de manera permanente después de culminado los Panamericanos de Lima 2019 ?

Entrevistado: De los miles y millones de personas que se contrataron y fueron voluntarios, serán solo unos cientos los que puedan obtener un empleo permanente generado por este evento, considero más que todo a los entrenadores o el personal ligado a las disciplinas deportivas.

Sexta interrogante:

Entrevistador: ¿Cuántos jóvenes universitarios fueron captados para el apoyo en el desarrollo de los Panamericanos Lima 2019?

Entrevistado: Alrededor de más de 15 000 jóvenes universitarios fueron a apoyar en la ejecución de este evento, estuvieron en distintas actividades, ya sea en el área de administrativa, guía, cultural, etc.

Séptima interrogante:

Entrevistador: ¿Cuántas personas del extranjero arribaron a los juegos panamericanos Limas 2019?

Entrevistado: Es algo complicado de descifrar, ya que muchos llegaban por observar a sus representantes favoritos, y de ahí se regresaban a sus países, u otros viajaban al interior del

país para visitar los diversos sitios arqueológicos, aunque el Mincetur indica que en el mes de agosto se obtuvo una cantidad mayor de 350 000 personas que llegaron del extranjero.

Octava interrogante:

Entrevistador: ¿Cuántas instalaciones hoteleras y cuantos días permanecieron en el Perú las personas visitantes a los Panamericanos Lima 2019?

Entrevistado: Al igual que la pregunta anterior, es difícil descifrar con exactitud, ya que algunas personas se hospedaban por 7 días o por los 17 días que duraban todo el evento, aun así el Mincetur indica que en Agosto se obtuvieron alrededor de más de 400 000 pernотaciones en la Lima, en donde se llevó a cabo el evento.

Novena interrogante:

Entrevistador: ¿Cómo ha permitido el posicionamiento de la imagen del Perú como organizador de los Panamericanos Lima 2019?

Entrevistado: A pesar del contratiempo que se tuvo, por si debía o no llevar a cabo el evento, debido a que el presupuesto de dicho evento era muy caro, se pudo realizar un evento que dejó un hito para la historia de los Juegos Panamericanos en general, ya que se realizó las diversas actividades con ganas y pasión, y demostrando al extranjero que el Perú es un país comprometido y muy diverso a nivel cultural.

Decima interrogante:

Entrevistador: ¿Explique si la actividad turística a raíz del mega-evento le permitir un incremento de las ventas para actividades futuras?

Entrevistado: Por supuesto, este evento aparte de dejar en alto el nombre del país como organizador y anfitrión, logro mostro toda la diversidad cultural al mundo, el cual permitirá que nuestro país en un futuro pueda albergar otros eventos más grandes, y posicionarnos como los países con mayor nivel turístico, aunque por ahora por la pandemia no se pueda llevar a cabo.

Cuadro 1 Categorías, Categorías apriorísticas y sub categorías de estudio

Categoría de estudio	Categorías apriorísticas	Sub categorías	Nº ítems	Instrumentos
Mega-evento, Juegos Panamericanos Lima-2019	Gestión institucional: gastos e ingresos	Presupuesto y gastos. Ingresos percibidos	1,2	Análisis documental Registro de información Entrevista estructurada
	Inversión en la infraestructura	Ubicación y distribución Naturaleza de cada obra realizada	3,4	Análisis documental Registro de información Entrevista estructurada
	Empleo ocasional y permanente del mega-evento	Empleo generado en el mega-evento. Empleos permanentes que deja mega-evento Voluntariadp	5,6,7	Análisis documental Registro de información Entrevista estructurada
	El turismo generativo y prospectivo del mega-evento	Arribos y pernoctaciones. Empresas publicitarias del mundo	8,9	Análisis documental Registro de información Entrevista estructurada



Tabla 1 Arribos en los establecimientos de hospedaje (número) - Lima

<u>Enero</u>	<u>196822</u>
<u>Febrero</u>	<u>211737</u>
<u>Marzo</u>	<u>271585</u>
<u>Abril</u>	<u>286673</u>
<u>Mayo</u>	<u>283702</u>
<u>Junio</u>	<u>273990</u>
<u>Julio</u>	<u>376915</u>
<u>Agosto</u>	<u>384261</u>
<u>Setiembre</u>	<u>352981</u>
<u>Octubre</u>	<u>291071</u>
<u>Noviembre</u>	<u>317640</u>
<u>Diciembre</u>	<u>228775</u>
	347615
Total	2

Elaboración propia con datos del BCRP

Tabla 2 *Pernoctaciones en los establecimientos de hospedaje (número) - Lima*

<u>Enero</u>	<u>4324732</u>
<u>Febrero</u>	<u>4543636</u>
<u>Marzo</u>	<u>3871567</u>
<u>Abril</u>	<u>3523885</u>
<u>Mayo</u>	<u>3520026</u>
<u>Junio</u>	<u>3452200</u>
<u>Julio</u>	<u>4027397</u>
<u>Agosto</u>	<u>4464774</u>
<u>Setiembre</u>	<u>3866885</u>
<u>Octubre</u>	<u>4127253</u>
<u>Noviembre</u>	<u>4326847</u>
<u>Diciembre</u>	<u>3613823</u>
<u>Total</u>	<u>47663025</u>

Elaboración propia con datos del BCRP

Tabla 3 *Sedes y aforo de Lima 2019*

POLIDEPORTIVO VILLA EL SALVADOR	1000
VILLA DEPORTIVA NACIONAL VIDENA	5600
PLAYA CHORRILLOS	-
COMPLEJO DEPORTIVO VILLA MARÍA DEL TRIUNFO	1869
COSTA VERDE - SAN MIGUEL	2000
ESTADIO SAN MARCOS	22500
CLUB LAWN TENNIS	1800
PARQUE KENNEDY	-
ESCUELA MILITAR DE CHORRILLOS	1000
LIMA GOLF CLUB	-
ESCUELA DE EQUITACIÓN DEL EJÉRCITO	1150
CIRCUITO MORRO SOLAR	-
LAGUNA BUJAMA	300
COLISEO EDUARDO DIBÓS	4600
CENTRO DE CONVENCIONES LIMA	181
RIO CAÑETE - LUNAHUANA	200
BASE ÁREA LAS PALMAS	200
ALBUFERA DE MEDIO MUNDO	-
PUNTA ROCAS	1200
BAHÍA DE PARACAS	SIN ESPECTADORES
VILLA DEPORTIVA REGIONAL CALLAO	6100

Elaboración propia con datos de Lima2019

Tabla 4 *Empleos generados por el evento*

Nº empleos generado s	Actividad
3000	transportistas
1724	periodistas
34000	efectivos del orden
3800	mype

Elaboración propia con datos de Lima2019

Tabla 5 Obras que se realizaron para Lima 2019

Obras	Costo en soles
CREACION DEL CENTRO DE ALTO RENDIMIENTO DE SURF EN LA PLAYA DE PUNTA ROCAS DISTRITO DE PUNTA NEGRA, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE LIMA - COMPONENTE C-05	11,785,195.97
CREACION DEL CENTRO DE ALTO RENDIMIENTO DE SURF EN LA PLAYA DE PUNTA ROCAS DISTRITO DE PUNTA NEGRA, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE LIMA - COMPONENTE C-04	4,930,193.28
CREACION DEL CENTRO DE ALTO RENDIMIENTO DE SURF EN LA PLAYA DE PUNTA ROCAS DISTRITO DE PUNTA NEGRA, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE LIMA - COMPONENTE C-03	2,921,310.42
CREACION DEL CENTRO DE ALTO RENDIMIENTO DE SURF EN LA PLAYA DE PUNTA ROCAS DISTRITO DE PUNTA NEGRA, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE LIMA - COMPONENTE C-02	1,680,988.18
CREACIÓN DEL CENTRO DE ALTO RENDIMIENTO DE SURF EN LA PLAYA DE PUNTA ROCAS DISTRITO DE PUNTA NEGRA, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE LIMA - COMPONENTE C-01	14,954,733.75
MEJORAMIENTO Y AMPLIACIÓN DE LOS SERVICIOS DEPORTIVOS DE TIRO DEL POLÍGONO DE TIRO CAPITÁN FAP JOSÉ ABELARDO QUIÑONES GONZALES, DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE LIMA - SEDE DEPORTIVA	27,866,478.46
PARQUE COSTA VERDE	10,518,601.63
MEJORAMIENTO Y AMPLIACIÓN DE LOS SERVICIOS DEPORTIVOS DE TIRO DEL POLÍGONO DE TIRO CAPITÁN FAP JOSE ABELARDO QUIÑONES GONZALES, DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE LIMA, CONTINGENCIA (PRESTACIONES PENDIENTES)	1,214,961.22
MEJORAMIENTO Y AMPLIACIÓN DE LOS SERVICIOS ECUESTRES DE LA ESCUELA DE EQUITACION DEL EJERCITO, DISTRITO DE LA MOLINA , PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE LIMA - SEDE DEPORTIVA	27,755,257.56
MEJORAMIENTO Y AMPLIACIÓN DE LOS SERVICIOS DEPORTIVOS ECUESTRES DE LA ESCUELA DE EQUITACIÓN DEL EJERCITO, DISTRITO DE LA MOLINA, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE LIMA - CONTINGENCIA	1,798,493.26
MEJORAMIENTO Y AMPLIACIÓN DE LOS SERVICIOS DEPORTIVOS DE TIRO DEL POLÍGONO DE TIRO CAPITÁN FAP JOSE ABELARDO QUIÑONES GONZALES, DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE LIMA - CONTINGENCIAS	1,797,801.32
POLIDEPORTIVO VILLA EL SALVADOR	90,361,606.85
COMPLEJO DEPORTIVO VILLA DEPORTIVA DEL CALLAO Y ESTADIO DE LA UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN MARCOS	152,089,008.00
MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS DE ESPECTACULO DEPORTIVOS DE ALTA COMPETENCIA EN EL PARQUE ZONAL YAHUAR HUACA, DISTRITO DE BELLAVISTA, REGION CALLAO, COMPONENTE OBRAS COMPLEMENTARIAS, CONTINGENCIA	2,161,631.90
MEJORAMIENTO Y AMPLIACIÓN DE LOS SERVICIOS DEPORTIVOS ANDRES AVELINO CACERES DISTRITO DE VILLA MARIA DEL TRIUNFO, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE LIMA	221,877,641.00
MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS DEPORTIVOS DE LA VILLA DEPORTIVA NACIONAL - VIDENA, SAN LUIS, LIMA	489,498,858.32
CREACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA VILLA PANAMERICANA EN EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE LIMA	323,522,836.00
Costo total	1,386,735,597.12

Elaboración propia con datos del Lima 2019

Tabla 6 *Genérica de gastos trimestre I*

Detalle	Presupuesto Institucional de Apertura (1)	Presupuesto Institucional Modificado (2)	Ejecución al trimestre anterior (3)	Ejecución al Trimestre (4)	Ejecución Total (5)=(3)+(4)	Saldo (6)=(2)-(5)	Avance % (7)=(5)/(2)
Reserva de Contingencia	0	0	0	0	0	0	0%
Personal y obligaciones sociales	0	0	0	0	0	0	0%
Pensiones y otras prestaciones sociales	0	0	0	0	0	0	0%
Bienes y servicios	902,444,841	803,644,752	0	72,365,197	72,365,197	731,279,555	9%
Donaciones y Transferencias	50,518,150	121,494,824	0	79,204,879	79,204,879	42,289,945	65%
Otros gastos	880,000	585,319	0	7,415	7,415	577,904	1%
Adquisición de activos no financieros	931,726,660	969,996,127	0	260,888,123	260,888,123	709,108,004	27%
Adquisición de activos financieros	0	0	0	0	0	0	0%
Servicio de la deuda pública	0	0	0	0	0	0	0%
Total	1,885,569,651	1,895,721,022	0	412,465,614	412,465,614	1,483,255,408	22%

Elaboración propia con datos del Lima 2019

Tabla 7 Genérica de gastos trimestre II

Detalle	Presupuesto Institucional de Apertura (1)	Presupuesto Institucional Modificado (2)	Ejecución al trimestre anterior (3)	Ejecución al Trimestre (4)	Ejecución Total (5)=(3)+(4)	Saldo (6)=(2)-(5)	Avance % (7)=(5)/(2)
Reserva de Contingencia	0	0	0	0	0	0	0%
Personal y obligaciones sociales	0	0	0	0	0	0	0%
Pensiones y otras prestaciones sociales	0	0	0	0	0	0	0%
Bienes y servicios	902,444,841	803,644,752	72,365,197	116,634,269	188,999,466	614,645,286	24%
Donaciones y Transferencias	50,518,150	121,494,824	79,204,879	21,149,783	100,354,662	21,140,162	83%
Otros gastos	880,000	585,319	7,415	448,472	455,887	129,432	78%
Adquisición de activos no financieros	931,726,660	969,996,127	260,888,123	270,769,618	531,657,741	438,338,386	55%
Adquisición de activos financieros	0	0	0	0	0	0	0%
Servicio de la deuda pública	0	0	0	0	0	0	0%
<b>Total</b>	<b>1,885,569,651</b>	<b>1,895,721,022</b>	<b>412,465,614</b>	<b>409,002,142</b>	<b>821,467,756</b>	<b>1,074,253,266</b>	<b>43%</b>

Elaboración propia con datos del Lima 2019

Tabla 8 *Genérica de gastos trimestre III*

Detalle	Presupuesto Institucional de Apertura (1)	Presupuesto Institucional Modificado (2)	Ejecución al trimestre anterior (3)	Ejecución al Trimestre (4)	Ejecución Total (5)=(3)+(4)	Saldo (6)=(2)-(5)	Avance % (7)=(5)/(2)
Reserva de Contingencia	0	0	0	0	0	0	0%
Personal y obligaciones sociales	0	0	0	0	0	0	0%
Pensiones y otras prestaciones sociales	0	0	0	0	0	0	0%
Bienes y servicios	902,444,841	803,644,752	188,999,467	321,116,193	510,115,660	293,529,092	63%
Donaciones y Transferencias	50,518,150	121,494,824	100,354,661	9,613,097	109,967,758	11,527,066	91%
Otros gastos	880,000	585,319	455,887	8,627	464,514	120,805	79%
Adquisición de activos no financieros	931,726,660	969,996,127	531,657,741	216,733,335	748,391,076	221,605,051	77%
Adquisición de activos financieros	0	0	0	0	0	0	0%
Servicio de la deuda pública	0	0	0	0	0	0	0%
Total	1,885,569,651	1,895,721,022	821,467,756	547,471,252	1,368,939,008	526,782,014	72%

Elaboración propia con datos del Lima 2019

Tabla 9 *Gastos totales en los juegos panamericanos de diferentes años*

Ultimos juegos panamericanos		
Año	Anfitrión	Gasto en orgainzación
2011	Guadalajara	US\$ 1.343 millones
2015	Toronto	US\$ 2.500 millones
2019	Lima	US\$ 1.280 millones.

## ANEXO 2

Resumen de los mega-eventos más importantes del mundo y América Latina (Tesis:  
“Mega-Eventos deportivos mundiales como herramienta para mejorar la imagen de  
marca país” (2013)

### Los Juegos Olímpicos

Originarios de la Antigua Grecia, los Juegos Olímpicos eran parte de cultos religiosos en Olympia, una ciudad considerada sagrada. Sin embargo, no fue sino hacia el año 1894, cuando se creó el Comité Olímpico Internacional y los JJ.OO comenzaron a emerger como un evento deportivo a nivel mundial, siendo el primero de ellos celebrado en Atenas en 1896.

Actualmente, representan el evento más importante a nivel mundial, incluyendo una gran cantidad de deportes tanto grupales como individuales, que convocan a más de 10.000 atletas de 200 naciones participantes y celebrándose con una distancia de cuatro años entre uno y otro. El Comité Olímpico Internacional es quien elige a los que serán representantes de cada país, quienes compiten por ganar los puestos más altos. Alrededor de 15.000 medios certificados acuden al evento, con un número de espectadores a nivel mundial que supera el billón, siendo transmitido mediante la televisión, radio, internet y medios escritos.

Si bien en un comienzo, los juegos en la Antigüedad tenían un propósito de carácter religioso, hoy en día además de buscar la excelencia física, juegan también un rol cultural, económico, e incluso político (Toohey, 2007). Estos intereses se ven reflejados en crear un evento mediático para fomentar el turismo, permitir el desarrollo y renovación urbana, y el cual pretende ser una oportunidad de marketing para el país, logrando realzar la imagen de éste. Es por esto, que los costos que conllevan son muy altos, siendo cubiertos por quienes pagan impuestos, por patrocinadores y por las compañías de televisión. Además de lo anterior, también promueven la paz, la comprensión internacional entre países e inspira a muchos jóvenes gracias a sus valores y calidad de los representantes.

La realización de un evento de tal magnitud debe ser realizado por un país, el cual debe estar al tanto que deberá cumplir con ciertos estándares, tanto para obtener el evento como para que mientras este se realice, logre atraer turistas y publicidad, sin dejar de estar conscientes de los hechos negativos que el gran evento puede provocar, tales como terrorismo, boicots o escándalos que dañen la imagen global de este (Matthew J. Burbank; Gregory D. Andranovich; Charles H. Heying, 2001).

### La Copa del mundo

El primer torneo de fútbol a nivel mundial realizado en la historia nace en el año 1930 en la ciudad de Montevideo, Uruguay. La FIFA, Federación Internacional de Fútbol Asociado, fue creada, con anterioridad a dicho evento, el año 1904, la cual es la encargada de gobernar 208 asociaciones de fútbol en todo el mundo, y la cual posee su actual sede en Zúrich, Suiza.

La federación se encarga de apoyar a las asociaciones nacionales, económica y logísticamente a través de diversos programas y les otorga diversos derechos relevantes. Estas asociaciones tienen como obligación el respetar los estatutos, objetivos e ideales de la FIFA, como también promover y administrar el fútbol en función de ellos.

El campeonato se realiza cada cuatro años y el formato consiste en 32 selecciones que compiten por un título a lo largo de un mes, en el país que resulta ser seleccionado como anfitrión de la fecha. De los



208 países quienes se inscriben previamente, deben durante los tres años anteriores a la Copa competir en una *etapa clasificatoria*, que les permitirá llegar a la *Fase Final* celebrada en el país sede.

Mediante la realización de la Copa, se busca transmitir los valores de respeto, deportividad y disciplina que el fútbol promueve, siendo los objetivos principales de la FIFA el “emocionar al mundo, desarrollar el juego y edificar un futuro mejor”. Según la FIFA, la Copa Mundial es la manifestación deportiva más vista del mundo, habiendo progresado con gran rapidez tras ser considerada como el mayor acontecimiento deportivo de una única disciplina.

## El Dakar

A pesar de no ser un mega-evento deportivo, el Dakar adquiere cada vez más importancia en el ámbito mundial, debido a la alta audiencia que posee hoy en día y la gran cantidad de participantes que reúne de variados países. El inicio de esta competencia comienza en el año 1977, cuando el motorista Thierry Sabine, se extravió en un rally en el desierto de Libia, quien luego decide crear un recorrido en Europa que culmina en el reconocido “Paris-Dakar”. El primer Dakar reunió 170 participantes, quienes desde “La Place du Trocadero” en París, iniciaron un recorrido de 10.000 kilómetros, incluyendo a países Africanos como Argelia, Nigeria, Mali, Upper Volta y Senegal. El sólo hecho de la inclusión de los camiones en la competencia, hizo que esta tuviera un carácter distintivo frente a otras similares.

La competencia se realiza anualmente, donde el recorrido varía según los países anfitriones en los cuales se compita. Desde su origen en Francia, la competencia ha ido encontrando nuevas rutas. En el año 1995, la carrera comenzó en Granada, España, con una duración de quince días. En 1997, por primera vez se realiza en Dakar, Senegal, pasando por Lisboa en el año 2006 y llegando finalmente a Sudamérica en el año 2009, donde Argentina, Perú y Chile han sido parte de los países protagonistas hasta la fecha.

A lo largo de los años, la competencia ha ido aumentando considerablemente su número de participantes. Ya al quinto año de competencia, la cantidad había aumentado a 382 competidores, aumentando a 600 en el año 1988. En el último Dakar realizado en el 2013, el número de competidores fue de 459.

El desafío consiste en competir por categorías que se dividen en: automóviles, motos, camiones y cuatrimotos. Cada uno de estos debe luchar por llegar a la meta a través de las rutas disponibles en el área geográfica en la cual se realice el evento, y entre las cuales deben escoger. Es una competencia libre, que se realiza por etapas en varios días y donde los competidores recorren desde carreteras secundarias hasta rutas naturales como las dunas y zonas desérticas, además de tener que enfrentarse muchas veces ante variados y fuertes climas.

## A. LOS JUEGOS OLÍMPICOS

### Montreal (1976)

Los Juegos Olímpicos de Montreal, son recordados en la literatura como uno de los grandes fracasos de los Juegos a lo largo de la historia. A pesar de no encontrar oposición local, y el gran esfuerzo de las ciudades líderes en reestructuración para refrescar su imagen, fuertes crisis externas y el boicot por parte de grupos africanos, hicieron que el evento fuera una gran decepción para el país norteamericano.

Aspectos políticos y económicos

Para los políticos de Montreal, la presencia de los Juegos en la ciudad era una gran oportunidad de mejora de su posición política y popularidad. La importancia de éstos, se debía a la atracción de inversionistas extranjeros a la ciudad, el incremento de poder de la elite dominante franco-canadiense y la creación de empleos locales (Toohey, 2007).

Las fuentes mayores de descontento estaban asociadas con los altos costos y construcción de la infraestructura necesaria. Muchas instalaciones no pudieron ser terminadas a tiempo debido a problemas organizacionales, incluyendo al imprescindible Estadio Olímpico. Los costos iniciales estimados eran de US\$120 millones, pero el costo real ascendió a US\$1,6 billones, dejando al país con una deuda final de un billón de dólares. El gobierno provincial de Quebec reveló los costos después de los juegos, ya que se había iniciado una investigación por cargos de corrupción a cargo del comité de organización oficial de la ciudad de Montreal. El gran problema que hizo estallar la deuda fue la situación nacional e internacional de la época en la cual la economía se encontraba en deterioro y donde el país sufría una gran inflación interna (Burbank, Andranovich y Heying, 2001).

Pero además de los costos propios de la ciudad y mal manejo administrativo de los recursos, los Juegos en la ciudad son recordados por una situación de boicot sufrida en la ceremonia inaugural, liderada por 20 naciones africanas como protesta en contra de los lazos deportivos de Nueva Zelanda con Sudáfrica (Nauright, 2012). Sudáfrica había sido impedido de participar en los Juegos desde 1964, por su negación a condenar el *Apartheid*; y Nueva Zelanda era un país que concurría habitualmente junto a su equipo de Rugby al país africano. Debido a estos lazos deportivos, y a que Nueva Zelanda no le había sido prohibida la participación en los Juegos, se inician los atentados de protesta. Es así como los países africanos se fueron retirando paulatinamente de la competencia, perdiendo el país anfitrión alrededor de un millón de dólares en eventos cancelados y reembolsos por asientos.

Hoy en día, existen opiniones diversas entre los organizadores y habitantes de la ciudad. La comunidad aún sufre las consecuencias, ya que por cerca de 30 años debieron pagar el costo de los Juegos mediante impuestos, uno de ellos el impuesto al tabaco. El estadio Olímpico se considera como una pesadilla ingenieril, debido a su piso retráctil que ha luchado por funcionar adecuadamente a lo largo de los años, el cual casi fuerza al cierre del estadio entero por razones de seguridad (Newton, 2012).

#### Patrimonio, Cultura y Turismo

Pese a las motivaciones iniciales existentes, hubo protestas de ciudadanos antes y durante los juegos debido a que la ciudad carecía de alojamiento adecuado, se inició filtración de agua en una planta y no había dinero suficiente para pagar a los empleados municipales en huelga.

En relación al estadio, según las autoridades actuales de Montreal, es una atracción clave de la ciudad que debe ser mantenida, debido a que se considera rentable ahora que ya ha sido pagada. Manon Barbe, el concejal a cargo de los deportes y ocio en la ciudad, señaló en una entrevista realizada por CNN, que el legado de los Juegos fue la creación de una ciudad deportiva que logra reunir a más de mil atletas de elite, gracias al mantenimiento de la infraestructura. El importante Centro de entrenamiento deportivo Claude Robillar, que en 1976 fue utilizado para deportes como Hándbol y Waterpolo, sirvió además de entrenamiento para atletas, nadadores y jugadores de Hockey, permite hoy la práctica de una amplia gama de deportes para atletas de todas las edades.

#### Barcelona (1992)

La ciudad de Barcelona fue la anfitriona de los Juegos Olímpicos número 25, los cuales fueron realizados en el año 1992. La característica más importante de estos Juegos, fueron sin duda el rol que

jugaron tanto en lo económico, en lo físico y también en la regeneración política de la ciudad (Toohey, 2007).

#### Aspectos políticos y económicos

La decisión de la ciudad de postular a los Juegos Olímpicos y en general de participar en grandes eventos, se debe principalmente a la inversión en mejoras en la infraestructura, que de otra manera no podría haber sido financiada (Jordi Solé Tura y Joan Subirats, 1994). El desarrollo económico que permitiría la realización del evento, se vería reflejada en términos de una buena influencia en la ciudad: personal y equipamiento, la construcción y remodelación de instalaciones, servicios de alta seguridad y comunicaciones, alojamiento para la familia olímpica, servicios para turistas y visitantes, etc. Por otro lado, se mejoraría la calidad de vida en la ciudad, mediante el abastecimiento de nuevas o renovadas instalaciones deportivas, centros médicos y otros servicios.

Al contrario de ediciones pasadas de los Juegos en otras ciudades, que se financiaban gracias al sector público, Barcelona mantuvo cierto equilibrio entre este sector y el sector privado. En primer lugar, se realizó una división clara entre los costes propios de los Juegos y las inversiones en carreteras u otros en infraestructura necesarios para la realización del evento. La administración pública se encargó de cubrir el costo de construir o remodelar instalaciones deportivas esenciales, mientras que el sector privado se encargó de la construcción de la Villa Olímpica con sus alojamientos y servicios. El coste total de los Juegos de 1992 fue de 6.728 millones de euros, y su impacto económico fue de 18.678 millones de euros.

Brunet señala que los gastos de organización son el verdadero costo del evento, mientras que la inversión se considera como su 'legado'. A su vez, este mismo autor afirma que el impacto económico producido por la organización e inversión de la ciudad habrían alcanzado los US\$2.007 millones entre 1987 y 1992, equivalente a un 0,03% del PIB.

Por otro lado, según el diario líder español *20 minutos*, "el secreto del éxito está en la obra civil: su capacidad de estructurar la ciudad. Las inversiones olímpicas de Barcelona y su impacto socioeconómico no tienen comparación con ninguna otra ciudad organizadora de los Juegos".

#### Patrimonio, Cultura y Turismo

Por un lado, el éxito de los Juegos en la ciudad no se debía a estos mismos, sino más bien debido a la interacción con la ciudad, la cultura, los eventos y la gente. Se comenzó a crear un ambiente único en la ciudad, sobretodo en cuanto a vida social y ambiente nocturno, lo cual se recuerda por quienes estuvieron allí, más aún que el propio evento (Toohey, 2007).

La buena organización de los juegos fue sin duda otro punto de éxito, tanto para la imagen de la ciudad como también para la autoestima de sus ciudadanos (Botella, 1995).

La ciudad dinamizó su turismo, se remodeló y tuvo un gran impacto internacional, a pesar de suponer un golpe importante para las arcas del Estado y la Comunidad de Cataluña. Por eso, Barcelona sigue siendo hoy en día el mejor ejemplo de renovación urbana y crecimiento turístico después de los Juegos, pasando de 1,7 millones de visitantes en 1992 a los casi 8 millones en 2007. Es por esto que se dice que era la transformación que la ciudad necesitaba y que hubiera tomado décadas en lograr, gracias a los Juegos fue alcanzable en tan sólo seis años.

Sidney (2000)

Los Juegos olímpicos de Sidney del año 2000, han sido catalogados como las mejores Olimpiadas realizadas en el mundo según el Comité Olímpico Internacional.

Australia ha sido partícipe de todos los Juegos Olímpicos de la historia, como muy pocos países lo han hecho, siendo las Olimpiadas de Melbourne las primeras en realizarse en el país en el año 1956, en un periodo que es considerado como la edad dorada del deporte australiano (Haynes, 2000).

#### Aspectos políticos y económicos

Una de las características llamativas de los Juegos de Sídney fue la promesa de los Juegos Verdes, en donde la infraestructura sería diseñada de acuerdo a principios de Desarrollo medioambiental sustentable (Jefferson, 2002), es decir, que la infraestructura estaba diseñada para dañar lo menos posible al medio ambiente. Además de los emplazamientos deportivos como el Estadio de Australia y el Estadio Olímpico con capacidad para 83.500 espectadores, se construyeron, entre otras cosas, un nuevo aeropuerto. Estos juegos han hecho especial hincapié en la conservación del medio ambiente y por primera vez grupos ecologistas como Greenpeace estuvieron inmersos en la organización de los Juegos. Como ejemplo de esto, la Villa Olímpica usaba energía solar para su funcionamiento, como también las instalaciones deportivas de la bahía de Homebush, conocidas antes como el mayor vertedero de Australia, el cual sufrió una transformación espectacular, invirtiendo 25.000 millones de dólares en convertir en parque natural lo que antes era un vertedero.

Los problemas que enfrentó la ciudad en la realización del evento fueron similares a los que enfrentan otras ciudades. Hubo problemas de escasos y costosos tickets iniciales, además de un escándalo de corrupción sufrido por el Comité Olímpico Internacional debido al proceso de candidatura de Salt Lake City y también faltó presupuesto en medio de la preparación de los Juegos ya que los costos aumentaron y se debió inyectar finalmente más dinero.

Pero nada de esto logró opacar el éxito de los Juegos una vez iniciados. El miedo a los problemas de transporte se disipó gracias a su buen funcionamiento, ayudado por la suspensión de las escuelas por tres semanas, el cierre de muchas oficinas y la toma de vacaciones por parte de empleados en tal periodo. Por otra parte, hubo 47.000 voluntarios que participaron en el evento, abaratando los costos por trabajo en gran medida.

En cuanto al impacto económico, la venta de tickets superó el 91%. Los costos totales fueron de 6,5 billones de dólares australianos, en donde el Gobierno Federal aportó 194 millones de dólares, el sector privado 1,3 billones de dólares y el Estado de Nueva Gales 2,3 billones de dólares (Haynes, 2000). Según el Departamento Australiano de Estadística, los ingresos aportados por el evento alcanzaron los 1,4 billones de dólares, en donde 450 millones fueron por ganancias de exportación y 973 millones en cuotas de transmisión radiotelevisiva.

#### Patrimonio, Cultura y Turismo

La Comisión Australiana de Turismo (ATC- Australian Tourist Commission) asegura que hubo beneficios significativos al turismo del país, en donde existió un crecimiento de un 16% entre los años 1998 y 2002. La estrategia de marca país fue un programa de cuatro años, lanzado dos años antes del evento con la misión de maximizar el número de visitantes, el dinero gastado y la imagen país. La estrategia Post-Juegos se basaba en los siguientes elementos para capitalizar la popularidad de Australia (Damianos P Sakas y Nikolaos Konstantopoulos, 2010):

- Realizar campañas conjuntas que involucrarán a más de 200 partners en la industria.
- 90 tácticas conjuntas de campañas publicitarias para promover vacaciones lanzadas

inmediatamente después de los Juegos.

- Una agresiva campaña de marketing directo evaluada en 3 millones de dólares, incluyendo el redesarrollo y actualización de la página web de ATC, Australia.com.

El último punto se cumplió ampliamente durante el transcurso de los Juegos ya que las visitas al sitio web se multiplicaron hasta un 700%, en comparación con las visitas de septiembre 1999 (Haynes, 2000).

Otro de los puntos importantes para los ciudadanos, fue la reconciliación con los pueblos indígenas con los cuales tenían disputas, quienes fueron considerados, por ejemplo, en el relevo de la antorcha por parte de una corredora indígena, el cual empezó en Uluru, un centro espiritual de los pueblos.

El impacto Post-Juegos se ve reflejado además en la calidad de vida de las personas, la cual se esperó que incrementara al aumentar el deporte en el país. Los aumentos más significativos se dieron en deportes donde Australia fue exitosa en el evento. Estos son: Voleibol playa, Waterpolo, Jockey y Atletismo, todos con un aumento de tres puntos.

Michael Payne, Director de Marketing del COI, *“Australia es la primera nación anfitriona que ha conseguido aprovechar plenamente las ventajas de los Juegos para desarrollar oportunidades de turismo beneficiosas a todo el país. Es algo que no hemos visto que tuviera lugar a este nivel en ninguna otra ocasión y es un modelo que quisiéramos ver reproducido en futuros juegos olímpicos”*. Lo anterior se debe en parte a que dada la posición geográfica de Australia, la mayoría de los turistas tienden a pasar su tiempo en más de un lugar, lo cual era lo que promovía La Comisión Australiana de Turismo (ATC) (Haynes, 2000).

Debido a la fuerte aclamación internacional, los australianos vivieron con gran orgullo el éxito de Los Juegos Olímpicos, sobre el cual trabajaron para conservar en el tiempo la buena imagen país dada al exterior e internamente fomentando el deporte en la comunidad.

#### Atenas (2004)

Entre el 13 y el 29 de Agosto del año 2004, Atenas realizó la última de sus tres Olimpiadas realizadas hasta la fecha, siendo Grecia uno de los cinco países que han logrado estar en cada una de las olimpiadas modernas realizadas desde sus inicios en 1896.

#### Aspectos políticos y económicos

El debate en torno a los Juegos de Atenas 2004 comienza a darse años después, debido a la fuerte crisis económica que debió enfrentar el país, y a la cual recientemente se le han adjudicado como causa, los grandes gastos realizados para las Olimpiadas (Alcántara, 2004).

Debido a limitaciones presupuestarias, ocurrieron problemas como retrasos en las construcciones y cambios, pero no se escatimó en cuanto a modificar el presupuesto de seguridad debido a los atentados ocurridos el 11 de Septiembre del año 2001, en Nueva York, el cual ascendió a casi 1.000 millones de euros.

El gasto estimado para el evento eran 4.500 millones de euros, el cual según la embajadas de Grecia, resultó ser finalmente de 8.954 millones de euros, los cuales no incluían el costo de proyectos completados o acelerados debido a los Juegos, pero que habían sido planeados independientemente, como autopistas, un aeropuerto, un tranvía y un tren de cercanías. De tal presupuesto, tan sólo 1.752 provenían del Comité Organizativo por concepto de venta de entradas o tickets, derechos televisivos, venta de productos y patrocinadores. Los 7.202 millones restantes provenían del propio país. Aún así, se dice que hubo muchos gastos que no aparecieron en el presupuesto oficial.

Según el sitio de CNN, la controversia acerca del impacto negativo de los Juegos sobre la crisis actual, empezó con las fuertes críticas cuando el parlamento inició una investigación ante denuncias de que la empresa alemana Siemens pagó sobornos para obtener contratos antes de los juegos. Además se acusó de lavado de dinero a un ex ministro de transportes, quien confesó haber recibido más de 100,000 euros de Siemens como donación de campaña.

Una de las razones por las cuales se dice que el país aún permanece en crisis es debido a que aún sus habitantes están pagando los costos de la deuda por las Olimpiadas. Hoy en día, las estructuras como el Complejo deportivo de Atenas, se encuentran abandonadas. De acuerdo a una entrevista realizada por el diario inglés "The Guardian" a uno de los habitantes de la ciudad, el Estadio principal se utiliza tan sólo por equipos de fútbol locales. Sin embargo, las instalaciones están en un estado de oxidación y falta de cuidados, donde los baños se encuentran sucios, con mal olor y sin agua caliente. El Complejo del Estadio, aún utilizado por la Federación Nacional de Atletismo, se encuentra agrietado y en ruinas, con sus escaleras rotas y pista rasgada. El gran problema para el país y la comunidad es que el costo básico de mantención estimado en 60 millones de euros, tampoco puede ser pagado.

### Patrimonio, Cultura y Turismo

A pesar de lo anterior, según Kapralos, el presidente del Comité Olímpico Helénico "*Existen los elefantes blancos, sin embargo, los Juegos sirvieron para mejorar otra gran porción de infraestructura en la ciudad. Grecia vive del turismo y después de las Olimpiadas, Atenas obtuvo un nuevo aeropuerto, nuevas carreteras de circunvalación, un nuevo metro, nuevo sistemas de tranvía, nuevos buses, una nueva red de telecomunicaciones, una nueva central eléctrica. La calidad de vida fue incrementada inmensamente*". Kapralos afirma, sin embargo, que no hubo posteriormente un Plan de desarrollo. Tan sólo se pensó en terminar las instalaciones para el evento, sin mirar hacia una estrategia medioambiental ni con un pensamiento a largo plazo que pudiera potenciar además planes de negocios donde las instalaciones pudieran ser explotadas comercialmente.

Los efectos en turismo según el sitio web periodístico de Bloomberg, tampoco fueron los esperados, siendo otros países vecinos como Croacia y Turquía elegidos en el período Post- Juegos por sobre Grecia, debido a sus menores precios y mejor marketing. Esto se puede deber, según algunos autores, al hecho de que Atenas ya era una ciudad turística desarrollada, por lo tanto, los posibles beneficios turísticos tras el evento son cuestionables.

### Beijing (2008)

Los Juegos Olímpicos de la República Popular China comenzaron el día ocho de agosto del año 2008, en su capital Beijing. Además de Beijing, otras ciudades de China también celebraron los eventos deportivos, como el torneo de fútbol en las ciudades de Qinguangdao, Tianjin, Shenyang y Shanghai, las regatas de vela en Qingdao y las pruebas de hípica en la ciudad de Hong Kong.

### Aspectos políticos y económicos

Los Juegos Olímpicos de Pekín 2008 se convirtieron en el evento más costoso de la historia olímpica, superando los US\$ 40,000 millones (lo cual corresponde al 0,3% del PIB anual del país), y por lo tanto, triplicando a su antecesor Atenas 2004, estos costos se justifican en su mayoría por los gastos medioambientales que bordearon los US\$ 10.000 millones.

Uu Jingmin, presidente del Comité Organizador, afirmó que las Olimpiadas no sólo contribuirían a un desarrollo económico, sino también a un desarrollo social para todo el país (INHUA, 2004). China al ser

aún un país en vías de desarrollo, está enfrentando cambios económicos y sociales, mientras a su vez atraviesa por un importante periodo de liderazgo mundial en el nuevo milenio. Sin embargo, algunos autores como Zhang y Zhao, señalan que las inversiones realizadas por los Juegos Olímpicos no tendrían una influencia considerable en la economía, donde agregarían tan sólo un 2,02% a los productos regionales de Beijing, un 0,23% a sus alrededores y un 0,09% al resto del país.

Durante los siete años posteriores al 2001, año en que Beijing logró éxito en su postulación por ser ciudad sede de una olimpiada, el PIB de China ha crecido en un promedio de 10,5%. La duración del crecimiento económico y su comportamiento estable se han mantenido en un nivel no visto desde la reforma y apertura. La Olimpiada ha promovido una más profunda apertura de China y su marcha hacia el mundo y ha impulsado su economía para que se integre con el mundo en un nivel más amplio y más profundo (Pueblo en línea, 2008)

El vicepresidente de China y cabeza de la delegación de Beijing, Li Langqing, dejó en claro que si los Juegos dejaban una ganancia, esta sería utilizada en un fondo de financiamiento de deportes para países en vías de desarrollo. En cambio si se producía un déficit, este sería financiado por el Gobierno Chino.

El Gobierno Chino y el Comité Organizador de los Juegos construyeron y renovaron un total de 36 recintos deportivos, así como 59 centros de entrenamiento. En Pekín se construyeron 12 nuevas instalaciones, entre las que sobresale el Estadio Nacional, la sede principal de los Juegos Olímpicos y famoso "Nido de pájaro" y el Centro Acuático Nacional, llamado también "Cubo de agua".

El Nido de pájaro fue la expresión de las ideas de "ecología, ciencia-tecnología y cultura" que representaron a los Juegos de Beijing. Formado por una gran malla de columnas de acero, está equipado con un sistema de energía solar y de recogida de agua de lluvia para su riego y limpieza (Global asia magazine, 2012).

Los beneficios de China como país anfitrión no sólo serían para el propio país, sino también para las empresas que quisieron invertir en el gran mercado que éste ofrecía, con una población de 1.2 billones de habitantes, más una economía de rápido crecimiento y la emergencia de una cultura de consumo masivo.

Los Juegos Olímpicos de Pekín estuvieron rodeados en los meses previos por la polémica debido al posible terrorismo, las protestas de grupos pro derechos humanos o independentistas tibetanos, y el temor ante la contaminación excesiva que pudiera perjudicar las competencias. Todo esto no fue finalmente un problema debido a que no se realizaron grandes protestas, los atentados se produjeron lejos de la capital y además se controló la contaminación gracias a las medidas que impidieron el funcionamiento de fábricas y la disminución del tránsito vehicular.

Wang Yiming, subdirector del Instituto de Macroeconomía de la Comisión Estatal de Desarrollo y Reforma de China, señala en cuanto a las consecuencias post Juegos *"Las enormes inversiones en la urbanización y la construcción infraestructural, el escalonamiento de la estructura de consumo de la población, la elevación de la productividad así como la incorporación activa a la globalización económica son los fundamentales factores impulsores del desarrollo económico de nuestro país en los últimos años, los cuales no podrán cambiara consecuencia de la clausura de la Olimpiada. El "efecto postolímpico" no podrá afectar a los aspectos fundamentales del desarrollo económico de China"*.

En el lado contrario, los mayores obstáculos y miedos de agentes externos, era la política del país. Muchos acusaron duramente al gobierno por las violaciones a los derechos humanos, la supresión de la libertad religiosa y por ciertos atletas chinos que utilizaban drogas para las competiciones internacionales. Sin embargo, para algunos, la elección de China creaba un incentivo para que el país se comportara mejor, promoviendo a su vez un desarrollo económico y social.

Patrimonio, Cultura y Turismo

Con un récord de 4,400 millones de espectadores, un tercio de la población mundial, los Juegos Olímpicos de Pekín 2008 han sido los más vistos de la historia del Olimpismo.

Una razón importante que le llevó a su elección como anfitrión del evento, fue que el país había adoptado un “compromiso moral” para mejorar la situación de los derechos humanos en el país. Con ello, China se dedicó a cambiar su imagen ante el mundo.

Debido a lo anterior y a que el país poseía un ratio de crecimiento que bordeaba el 10% anual, China fue un candidato llamativo en la elección como país anfitrión.

Lo que busca finalmente el país es mostrar la riqueza espiritual de la cultura China y aumentar el valor de marca traídos por los Juegos, con el fin de mejorar la imagen internacional de China (Pueblo en Línea). Al igual que el presidente del Comité Olímpico Internacional, Jacques Rogge, destaca *“Con los Juegos Olímpicos el mundo ha conocido más a China y China más al mundo. Han sido unos Juegos realmente excepcionales”*.

El problema que la ciudad enfrenta hoy en día son los llamados ‘elefantes blancos’ o recintos que se construyeron y ahora están en desuso. Sin embargo, China aún ha podido mantenerlos vigentes gracias a la gran cantidad de turistas que los visitan a diario.

Londres (2012)

De acuerdo a un informe del Parlamento británico, lo que el país quería lograr al postular como anfitrión a los Juegos del 2012, era aumentar la reputación de Londres como un lugar para vivir, trabajar, estudiar, visitar o invertir.

Aspectos políticos y económicos

Las opiniones frente al evento realizado en Londres divergen en cuanto al real impacto que este dejó, el cual aún no es claro. Incluso las propias autoridades fracasaron en su intento de estimar los costos debido a la llegada de la crisis en el año 2008, en donde el Estado tuvo que asumir una gran parte de éstos, los cuales aumentaron muy por sobre lo presupuestado.

De acuerdo al portal de noticias de la BBC, la estimación de costos inicial que hizo el país era de aproximadamente US\$3.700 millones. Sin embargo, los costos ascenderían abruptamente pasados los años de preparación, llegando finalmente a los US\$14.147 millones, invertidos casi en su totalidad en el Parque Olímpico, transporte y seguridad (El País, 2012). De tal monto, US\$2.863 millones fueron destinados sólo al Parque Olímpico, el cual tiene un tamaño total semejante a 357 campos de fútbol y donde se instalaron 9 centros deportivos. El estadio de atletismo, por su parte, fue el más costoso, alcanzando los US\$672 millones. Hoy en día, se espera remodelarlo para pasar de la capacidad de 80.000 espectadores a la de 50.000 espectadores. En cuanto a la ceremonia de inauguración, ésta tuvo un costo US\$42 millones, la cual fue vista a nivel mundial por un total de 1.200 millones de personas.

El informe del parlamento británico señala también que los esfuerzos del gobierno se enfocaron en algunos puntos centrales para ser modificados y que sirvieran como legado. Estos eran: El Parque Olímpico, East London, la red de transporte y espacios públicos, un aumento en la participación deportiva ciudadana y maximizar las oportunidades educacionales (para fomentar la cultura deportiva), aumentar los niveles de voluntarios del evento, mejorar los recintos deportivos de forma que estos no se conviertan en “elefantes blancos”, potenciar el cuidado de los recursos naturales y aumentar el empleo gracias a la construcción.



La misma prensa ha escrito acerca del impulso económico que lograron darle las Olimpiadas al país en medio de la recesión. En ese enfoque, la construcción de la Villa Olímpica en el lado Este de Londres, logró fomentar el sector de la construcción, en donde un 95% de los contratos concedidos fueron otorgados a constructoras de Reino Unido, con un valor aproximado de 6 mil millones de libras. De esta Villa, 625 pisos serán puestos a la venta como viviendas de protección social mientras que el resto se venderán en el mercado inmobiliario.

En temas de seguridad la ciudad tampoco escatimó en gastos. El costo de US\$1.616 millones se debió a los 42,000 efectivos, entre militares, policías, seguridad privada y voluntarios entrenados. En la ciudad misma se gastó un total de US\$ 746 millones y en la vigilancia en los recintos deportivos un total de de US\$869 millones.

Debido a la organización del evento, la seguridad y los buenos resultados deportivos, el país fue reconocido tras el término del evento, elevándose en términos de marca país. Muy importante fue la reactivación de la zona Este de la ciudad donde se construyó el Parque Olímpico, con el fin de eliminar los residuos industriales en una parte de la ciudad abandonada por las autoridades, y que ahora logró ser revalorizado (Íñigo, 2013).

El ministro británico, Jeremy Hunt, admitió que las Olimpiadas generaban pocos beneficios económicos de corto plazo, esperando que a largo plazo Londres lograra cierto “perfil en el escenario global” y que se mejorara el comercio a nivel del país. Ambos argumentos son cuestionados debido a que la ciudad tiene una buena posición mundialmente, siendo el segundo centro financiero más importante (El economista, 2012).

Finalmente, se pueden encontrar grandes beneficios en el empleo el cual cayó a la tasa más baja del año: un 8%. La consultora Deloitte declaró que se crearon 200.000 empleos y que parte de la población inactiva fue también partícipe del evento.

#### Patrimonio, Cultura y Turismo

Antes de que empezara el evento en Londres, Tony Blair señaló que la organización de los Juegos era una gran oportunidad histórica para el turismo, y la ministra Tessa Jowell evaluó en 2007 el impacto en el turismo en un aumento de 2.000 millones de libras (Sáenz, 2013).

Otros sectores beneficiados fueron los restaurantes, hotelería, transporte y teatros, en donde estos dos últimos incluso duplicaron sus precios.

A pesar de lo anterior, muchos artículos señalan que la cantidad de gente en la ciudad no aumentó, sino que disminuyó, donde los propios londinenses permanecieron en casa para evitar las multitudes. Se esperaba un aumento de un millón de visitantes por día respecto a la misma fecha del año anterior.

Según un estudio divulgado por la cadena CNBC, en la primera semana de Juegos, hasta un 12% cayeron las visitas en las tiendas de la zona oeste en Londres. Un 9% las del este y un 5% en el centro. La asociación de taxistas de Londres declaró un descenso de clientes de entre el 20% y el 40% y la ocupación de los hoteles fue tan sólo del 85%.

Por su parte, la Oficina Nacional de Estadística británica confirmó que el número de extranjeros que llegaron a Reino Unido en agosto fue un 5% inferior a los que visitaron el país en agosto de 2011. A su vez, señala que esto pudo deberse además a factores como el tipo de cambio de libra o el mal tiempo durante julio de ese mismo año.

Boris Johnson, el alcalde de la ciudad informó que Londres ya era un destino turístico de primer orden antes de 2012, pero que muchos turistas extranjeros prefirieron no asistir esta vez para evitar coincidir con los turistas olímpicos.

Finalmente, los operadores turísticos y encargados de atracciones también se quejaron por

el descenso de turistas, afirmando que los museos y galerías cayeron un 13% y las atracciones al aire libre un 21,3%.

Según el diario británico Financial Times, el único legado para el país fue la “felicidad” que se reflejó en un aumento de la satisfacción de vida de la población. Este efecto de “felicidad” puede ser explicado por el disfrute de asistir a los eventos, por la proximidad de los acontecimientos, participar como voluntario, la unión de las personas, la inspiración para los niños, el legado de instalaciones deportivas o el orgullo nacional.

## B. LA COPA DEL MUNDO

Corea-Japón (2002)

La Copa realizada en Corea y Japón, fue la primera en realizarse en el continente asiático además de ser la primera en ser realizada por dos países (Alan Tomlinson y Christopher Young).

Aspectos políticos y económicos

Las preocupaciones y comentarios internacionales se dieron en temas como la relación de Corea con Japón, siendo la primera una ex colonia de la segunda, la base empresarial de la cultura deportiva en ambos países y los cambios demográficos y generacionales, debido al aumento de popularidad de la influencia occidental en el deporte.

Junichiro Koizumi, primer ministro japonés, visitó Corea en octubre del 2001 en medio de protestas y el rechazo de la oposición. Esta visita sirvió para pedir perdón por las atrocidades que Japón había cometido en el pasado y para consolidar las relaciones entre ambos países en la coorganización del campeonato.

Gracias a la política ‘sunshine’ instaurado por el gobierno surcoreano de Kim Dae-Jung, el país logra acercarse de a poco a Japón (John Horne y Wolfram Manzenreiter). Además ambos vieron la realización del mundial en conjunto como una forma de mejorar las relaciones diplomáticas entre ellos. Para Corea, quien siempre ha tenido un complejo de inferioridad al encontrarse en medio de dos potencias, China y Japón, el ser coanfitrión de la Copa le brindaba la posibilidad de mostrarse ante el mundo.

Según un estudio llevado a cabo por el Dentsu Institute For Human Studies, se estimó un impacto de US\$ 24.800 millones para Japón y US\$ 8.900 para Corea, representando el 0,6 y el 2.2% del total de los ingresos de los países respectivamente.

Nikolaus Eberl asegura que el Mundial no dejó más que una carga para Japón, debido a que los costos por mantención de los estadios son más altos que los ingresos que se pueden obtener de ellos. Según el autor, ocho de diez estadios construidos o renovados en el país pierden entre US\$ 2 millones y US\$ 6 millones al año, lo cual es pagado mediante impuestos por la población.

Ichiro Hirose, miembro del Comité Organizativo de Japón alega que sin estrategia no hay éxito, señalando que el país no tenía una estrategia clara para el uso de los estadios tras la finalización de los Juegos.

Patrimonio, Cultura y Turismo

El número total de visitantes extranjeros se estimó en 460.000 en Corea, una cifra que

coincidía con el número de visitantes extranjeros que había recibido el país durante el mismo periodo un año antes (Llopis, 2012). Esto puede deberse a que un aumento fue compensado por un descenso equivalente en el número de turistas habituales y visitas comerciales procedentes de Japón, muchos de los cuales evitaron desplazarse a Corea del sur por los inconvenientes de hacerlo mientras se celebraba el mundial.

Para Corea, tan solo la alegría de ser parte de la organización de tal evento, hizo que sus habitantes se sintieran gratificados y satisfechos. Los problemas políticos, la corrupción y las guerras sufridas, fueron simplemente olvidadas y muchos de ellos sintieron un real orgullo de ser coreanos.

#### Alemania (1976)

Entre el 9 de junio y el 9 de julio del año 2006 se disputa la segunda Copa Mundial en tal país, tras el primer evento realizado en 1974 en la antes llamada Alemania occidental (Martínez, 2012).

La cobertura televisiva de este mundial ha sido la más amplia de la historia de los mundiales hasta la fecha. Un total de 376 canales transmitieron el acontecimiento, frente a los 232 que lo hicieron en la justa de 2002 en Corea y Japón. Además, el certamen de Alemania se difundió en un total de 43.600 transmisiones en 214 países y territorios, que generaron una cobertura total de 73.072 horas. Esto significó un aumento del 76% con respecto a la edición del 2002. De esta forma, la Copa Mundial de la FIFA Alemania 2006 tuvo una audiencia total acumulada de más de 27 billones de televidentes (FIFA 2006, Horne y Manzenreiter, 2006)

#### Aspectos políticos y económicos

Los ingresos extras que trajo el evento fueron calculados en 300 millones de euros (US\$ 399 millones), además de 2 billones de euros en ventas de retail y 40 millones de euros por conceptos de venta de entradas. Todo lo anterior sumado a la creación de 50.000 nuevos empleos (DW, 2006)

Por otro lado, se solucionaron algunos problemas ambientales internos, como el manejo de los desperdicios y del consumo de agua y electricidad.

Según Nikolaus Eberl, los efectos se vieron reflejados en los siguientes ámbitos:

- Alemania avanzó a ser la marca país más valorada en el Nations Brand Index.
- Las reservas turísticas aumentaron un 31%.
- El desempleo cayó 29%.
- Mayor confianza de inversores desde la reunificación en 1990.
- Exportaciones crecieron 14% año tras año, haciendo el país la nación líder en exportación.

Los aspectos económicos no fueron significativos luego de la Copa, a pesar de la gran inversión en infraestructura, los estadios y el haber ganado un total de 500 millones de euros gracias a los turistas. El total de gastos realizados por infraestructura para hospedar tal evento alcanzaron los 3.7 billones de euros.

Los organizadores sabían que los impactos económicos no serían grandes, debido a que el problema general en las grandes economías es que para que el PIB de éstas crezca se necesitan gigantescas inversiones monetarias (Wyludda, 2008). A pesar de esto, sí cumplieron su mayor objetivo: renovar su imagen y mejorar las relaciones internacionales, lo cual conllevaría a largo plazo impactos mucho más significativos para el país.

## Patrimonio, Cultura y Turismo

El torneo ha sido clasificado como uno de los mejores de la historia, tanto por su organización como por el ambiente que lo rodeaba, en donde se crea el lema "A time to make friends" (un tiempo para hacer amigos).

El impacto de La Copa en el país se considera muy positivo, sobre todo en ámbitos culturales y de relaciones internacionales. Alemania ganó una gran reputación, que había perdido en los años de la Guerra Fría, donde fue calificado como un país con imagen 'hospitalaria', gracias a la implementación del programa de apoyo a la Copa Mundial (Wyludda, 2008). De esta forma, Alemania pasó de ser considerado un país 'austero y sin humor' a un país 'divertido y amistoso'. Internamente, el efecto más grande fue un incremento en los sentimientos de alegría que declaraban los propios residentes, (Allmers y Maenning, 2009).

Otros aspectos a considerar incluyen a los visitantes del país, donde se accedió a nuevos grupos de consumidores. Según Eberl, una encuesta realizada tras el evento, reveló que tres cuartos de los encuestados habían ido a Alemania específicamente para la Copa y la mitad de ellos la habían visitado por primera vez. Por otro lado, la encuesta señaló que un 88% de ellos recomendarían el país a su familia y amigos. Además, se estima que por cada visitante del Mundial, otros 150 serán indirectamente influenciados en sus percepciones acerca del país anfitrión, gracias al boca a boca. Debido a que Alemania tuvo 2 millones de visitantes, la potencial audiencia será de 300 millones de personas.

## Sudáfrica (2010)

La reciente experiencia Sudafricana en el mundial de fútbol, aún posee ciertas aristas por resolver. Lo que buscaba el país al postular como anfitrión del torneo, era el hecho de aumentar la reputación del país y la confianza de los inversores extranjeros, como también de buscar el progreso en el interior. El país había pasado por una historia de represión debido al Apartheid, la cual había terminado en el año 1991, para lo cual el gobierno creó diversas medidas de reunificación interna (Llopis, 2012).

Sudáfrica logró la tercera mayor audiencia luego de Alemania 2006 y Estados Unidos 1994, con lo que se considera que la percepción del país como exitoso en el Mundial ya se ha legitimado (Berg, 2010).

## Aspectos políticos y económicos

Muchas personas y naciones criticaron la elección del país, debido al escepticismo acerca de si éste podía cumplir con los estándares de llevar a cabo tal proyecto, como lo habían logrado países en mejores condiciones económicas. Además de esto, muchos estaban reacios a visitarlo por los problemas de delincuencia y violencia social que afectaban al país (Llopis, 2012).

Según el ministro de finanzas, Pravin Gordhan, "*Hoy, hemos Ganado la reputación de un país que realmente puede cumplir, y eso es bueno para un crecimiento futuro*", agregando que el evento había ayudado al fin de un pesimismo-afro que había dominado en la prensa extranjera por años.

Según el economista Nouriel Roubini para un artículo en Forbes, "*las preparaciones para la Copa Mundial ayudaron a compensar algunas debilidades de la economía sudafricana y ayudó a impulsar la infraestructura que permanecerá por mucho tiempo tras el evento*".

Es claro que otro legado importante que dejó la realización del mundial en el país, fue la

infraestructura creada o mejorada para la ocasión. Para estar al nivel de otros eventos previos, se trabajó en la construcción de nuevos estadios, se mejoraron caminos y aeropuertos, y se invirtió en el transporte público (Harding, 2010).

Gordhan enfatizó además que *“La infraestructura que hemos construido no es de corto plazo (...) Hemos aumentado la productividad de la gente en Sudáfrica, y todo eso es parte de nuestro desarrollo y planeación a largo plazo para nuestro país”*.

En cuanto a los estadios, el promotor de conciertos Big Concerts, señaló que gracias a la disponibilidad de estadios de clase mundial, el país ha recibido a exitosos y reconocidos artistas como Coldplay, U2, Kings of Leon y The Script. Sin embargo, Saunders, cabeza de la empresa de asesoramiento y auditoría Grant Thornton, señala que *“la rentabilidad a largo plazo depende del uso de este en variadas actividades, que con certeza necesitarán del involucramiento del sector privado y estructuras que creen un afán de lucro”* (Harding, 2010).

Las empresas y sus trabajadores también se vieron afectadas positivamente. Se estimó que se crearon 130.000 empleos, especialmente ligados a la Copa en ámbitos como la construcción de infraestructura, carreteras, transporte, y la industria hospitalaria.

Dentro de los sectores económicos que obtuvieron mayores ganancias se encontraba el retail, donde las ventas variaron en un 7,4% entre junio del 2009 y junio del 2010. Lo mismo sucedió con la cadena de restaurantes Famous Brands, quien anotó un 24% de crecimiento en las ventas comparado a junio del 2009.

Los efectos buscados a largo plazo están más bien ligados a la inversión extranjera. Ya el país había atraído el interés de varios inversionistas y multinacionales, lo cual significaba que estaba proyectando una buena imagen que quería mantener y fomentar con el Mundial. Especial interés mostraron empresas Alemanas en invertir en el país, el cual aseguraron se debía al éxito de la Copa realizada (Harding, 2010). Por otro lado, se puede ver parte del triunfo sudafricano gracias al hecho de que el país fue invitado a unirse al BRIC, el grupo de economías emergentes compuesto por Brasil, Rusia, India y China.

A pesar de las buenas ganancias del país y de la buena impresión dejada, algunos aspectos como el Estado de derecho, las leyes de propiedad, la infraestructura y la corrupción seguirán jugando un rol fundamental en la influencia de las decisiones de inversión, por lo tanto es labor de todo el continente, asegurarse de que lo realizado en la Copa del mundo no se pierda en un futuro.

#### Patrimonio, Cultura y Turismo

Uno de los legados más importantes que dejó la Copa, fue ser la fuente de orgullo nacional, marcando el segundo hito más importante de la nueva historia democrática del país, luego del fin del apartheid y la elección de Nelson Mandela como presidente en el año 1994 (Berg, 2010).

Por otro lado, la industria del turismo obtuvo grandes beneficios. Se estima que 350.000 turistas llegaron al país para ver la Copa, quienes gastaron 3640 millones de rands (300 millones de euros aproximadamente) durante su estadía.

Según un trabajo realizado por el departamento nacional de turismo de Sudáfrica (PND), que cita la FIFA, se produjo un cambio radical de mentalidad entre los turistas que visitaron el país durante el campeonato, ya que la mayoría de ellos miraban con escepticismo el país debido a lo expuesto por los medios de comunicación.

Esta investigación concluye que la Copa Mundial ayudó profundamente a mejorar la impresión precio. Por otra parte, más de 2/3 de los turistas que asistieron al campeonato se llevaron la impresión de que Sudáfrica había sido un magnífico país anfitrión.

Según Grant Thornton, un 96% de los visitantes de la Copa mundial confirmaron que visitarían Sudáfrica otra vez, y un 92% dijo que recomendaría el país a familiares y amigos. Por otro lado, de acuerdo a SA Tourism, luego de finalizado el evento, el conocimiento de Sudáfrica como un destino de viajes de ocio, creció en un 9%, mientras que las intenciones de visitar el país a corto plazo crecieron en un 35%.

Saunders expone además, *“Pensamos que el lento crecimiento actual de la industria del turismo en el último año es el resultado de que la economía mundial se está demorando más de lo esperado en recuperarse de la recesión, y que esto está reduciendo significativamente los viajes en el extranjero. Un ejemplo de esto es la ciudad de Cape Town, quien albergó nuevos hoteles para el evento que ahora permanecen con una considerable sobreoferta de habitaciones”*.

### C. EL DAKAR EN TERRITORIO SUDAMERICANO

El Dakar en Sudamérica ha sido una ventana muy eficaz de promoción para los tres países que han albergado el evento: Argentina, Perú y Chile. Debido a la gran atención que convoca este evento deportivo de alto riesgo, las naciones han logrado difundir su marca país en los cinco continentes (Cancino, 2010).

En cuanto a los montos invertidos por los países para ser parte del evento, varían según las negociaciones con ASO (Amaury Sport Organisation), una organización francesa que organiza eventos deportivos, incluyendo el Dakar.

Para el año 2014, Chile invirtió la suma de 6 millones de dólares para ganar un puesto entre las naciones anfitrionas, de los cuales cinco son para ASO y uno para los gastos de organización. Con esto pretende ser el país que tenga la meta de la competencia, lo cual si no se da, bajará su aporte a 4 millones de dólares (Siredey, 2013).

Para Bolivia en cambio, la inversión por derechos de franquicia de 2 millones de dólares, no será suficiente, ya que el gobierno deberá invertir en otros proyectos de infraestructura de la zona, ascendiendo el monto final a cerca de 20 millones de dólares.

#### Aspectos políticos y económicos

En este sentido, en el caso peruano, el ministro de Comercio Exterior y Turismo, José Luis Silva, informó que *“se espera cerrar el año con un crecimiento por encima de 9%, mientras que las exportaciones no tradicionales terminarían con una expansión mayor al 7%”* (Rpp, 2012).

En el año 2012, el impacto económico directo e indirecto en el país fue de más de US\$520 millones. Esta cifra incluye el impacto por imagen en publicidad y promoción de destinos turísticos (US\$450 millones), sumado al beneficio directo y propio de la actividad económica de la competencia (US\$70 millones) (Cancino, 2010).

Para el año 2013, se estimó que la competencia dejará US\$770 millones para el país, US\$270 millones gracias a la industria del comercio, hoteles y restaurantes, y US\$500 millones tan sólo por el impacto de la exposición de imágenes de Perú en el mundo.

En el caso argentino, el Ministerio de Turismo informó que en el año 2012, la competencia generó beneficios económicos para el país de 730 millones de pesos argentinos. Para el año 2013, el ministro de Turismo, Enrique Meyer dijo que *“se espera un fuerte nivel de reservas y gastos. Creemos que vamos a estar arriba de los US\$200 millones en flujos directos e indirectos”*. En el año 2009, Meyer, quien se desempeñaba como secretario de turismo en la

época, aseguró que *"El Dakar fue la acción de promoción turística más importante en toda la historia de Argentina"*.

En Chile, Daniel Pardo afirmó que en la edición del año 2012 las cifras fueron exitosas: *"Se estima que sólo en la región de Atacama la competencia dejó más de 30 millones de euros (US\$39M) por concepto de alojamiento, gastos en transporte, inversiones y comercios asociados"*, y a nivel nacional *"el evento dejó directamente entre US\$50 y US\$60 millones para el país"*.

Para el año 2013, esta suma ascendió a más de US\$100 millones, los cuales señaló Pardo: *"se distribuyen principalmente en transporte, combustibles, alojamiento, alimentación y en los comercios asociados a partir de la visita de la organización, corredores, equipos y turistas"* (La Nación, 2013).

Evo Morales, presidente de Bolivia, declaró que los recursos involucrados deben además destinarse al municipio de Uyuni, en Potosí, que es por donde atravesará el rally. Además, se deberá dotar de sistemas de iluminación y comunicación al aeropuerto internacional de Uyuni y otras acciones destinadas a mejorar su imagen (El deber, 2013). Asimismo, se instalará en el municipio, un sistema de internet de banda ancha 4G impulsado por la Empresa Nacional de Telecomunicaciones y el Ministerio de Obras Públicas (Siles, 2013).

Este decreto "con fines de inversión rápida e inmediata, en Uyuni en especial", se une al decreto supremo que pretende "otorgar facilidades a las empresas turísticas para que puedan obtener recursos económicos de nuestras entidades financieras y hacer una mayor inversión".

A nivel regional, el impacto que ha tenido la competencia, ha permitido potenciar tanto la inversión extranjera, como la internacionalización de las empresas locales, propiciando además que otros países sudamericanos como Brasil, Ecuador y Bolivia inicien negociaciones para llevar el Dakar a sus territorios (Cancino, 2010).

#### Patrimonio, Cultura y Turismo

Dentro de los países anfitriones, los rubros con mayores ganancias son los asociados al turismo, como la hotelería, el comercio, los restaurantes y el transporte (Cancino, 2010).

De acuerdo a Daniel Pardo, director del Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR), el objetivo principal para traer el Dakar a un país, es promocionar el destino, tanto a nivel nacional como internacional. Según menciona, *"esto significa, no sólo ocupar la hotelería, sino esperar que la promoción crezca con el tiempo, a partir de este evento"*. Por otro lado afirma que *"es una valoración importante de lo que fue la muestra de la imagen de nuestro territorio y esto nos permite afirmar que Chile está capacitado para organizar eventos de esta magnitud"*.

#### El DAKAR como medio para mostrarse al mundo

Felipe Horta, productor y organizador del Rally Atacama Patagonia, competencia Chilena, enfatiza las ganancias de las naciones en cuanto a marca país: *"Esta competencia está enfocada principalmente en las marcas. Los gobiernos de Chile, Argentina y Perú han invertido dinero en la organización, para que la carrera esté en estas latitudes y de esta manera se exhiban al mundo"*.

La transmisión televisiva es un aspecto fundamental a la hora de realzar el evento, ya que según los organizadores de este, son 1.000 millones de personas las espectadoras. Además, de acuerdo a cifras del Dakar 2012, hubo 1.200 horas de difusión por televisión en 190

países, lo que concentró a más de 4,5 millones de espectadores directos (Cancino, 2010).

Muy importante para los países Sudamericanos anfitriones, es el hecho que confirmó la comisión organizadora de tal ocasión, quien dijo: *"una encuesta de notoriedad realizada con muestras representativas de la población de nueve países (Francia, España, Países Bajos, Alemania, Argentina, Brasil, China, Estados Unidos, Japón), confirmó la ganancia de notoriedad que aportó el Dakar. Así, 730 millones de personas declararon haber descubierto la existencia de los países anfitriones, mientras que el 67% de ellos dijeron querer visitar esas latitudes"*.

Para el caso chileno, el director regional de ProChile, expresó que *"la oportunidad que nos ofrece el Dakar es inmejorable al disponer de más de 250 medios de comunicación acreditados para cubrir el evento, situación casi imposible de realizar con otros objetivos, salvo que se produjesen hechos de similar impacto comunicacional al de los 33 mineros de la mina San José en Copiapó, donde también la llegada de medios internacionales se dio de forma masiva"*.

El director señaló también, que esto permite que se destaquen aspectos positivos del país en otros ámbitos: *"en la versión pasada, Chile logró una enorme sintonía en la televisión a nivel mundial, donde no sólo se expuso el desarrollo de este importante evento tuerca, sino también se destacaron la estabilidad política, la alta seguridad y la amplia oferta turística y exportable de Chile"*.

Esto es un claro beneficio también para las al menos 20 marcas patrocinadoras, que incluyen diversos rubros, como son: Michelin, Red Bull, Honda, Mitsubishi, Philips, Xplod, entre otras. Esto gracias a que la amplia transmisión que permite mostrar el evento a 190 países y donde el cálculo de valorización de la exposición publicitaria alcanza los US\$ 386 millones (El Economista, 2013).

En este sentido, el estudio hecho por la Fundación Imagen de Chile, "ChileMonitor Enero-Marzo 2013", que documenta las menciones que posee Chile en 100 medios de prensa de 25 países, tiene resultados irrefutables. Juntos, el Rally Dakar y el ATP de Viña del Mar, concentraron un 21% de la cobertura en cuanto a artículos deportivos en donde se mencionaba a Chile.

Dentro de los artículos deportivos en donde Chile fue protagonista de este, el Dakar 2013 aporta con un 11% en el segundo lugar, debajo de las clasificatorias a Brasil 2014 con un 22%.

El Dakar y el ATP de Viña fueron dos de los eventos deportivos más relevantes del trimestre y concentraron un 21% de la cobertura en esta materia al considerarse el total de las menciones de Chile. En el caso del rally se ubicó en el tercer lugar del ranking general de hitos noticiosos sobre el país y concentró un 3,5% de la difusión sobre Chile.