



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA Y  
TURISMO**

**TESINA DE LICENCIATURA EN TURISMO**

**“Eventos deportivos automovilísticos  
en las ciudades de Toay y Santa Rosa  
como oportunidad de desarrollo  
turístico”**

**Tesista: Sepúlveda, Tomás**

**Directora: Gil, Valeria**

**BAHÍA BLANCA, 2022**

**Agradecimientos**

*A la Universidad Nacional del Sur*

*A mi directora Valeria Gil, por toda su predisposición durante el desarrollo de la tesis*

*A mis padres, hermana y familia, por todo el apoyo y ayuda a lo largo de estos años*

*A mi novia por su acompañamiento durante todo este tiempo*

*A mis amigo/as por estar siempre presentes*

*A los informantes clave que brindaron datos útiles para esta investigación*

*A todos de los que formaron parte de este proceso, ¡muchas gracias!*

## Índice

<b>Introducción</b> .....	<b>4</b>
<b>Capítulo I: Abordaje metodológico</b> .....	<b>6</b>
1.1. Planteamiento del problema .....	6
1.2. Objetivos.....	10
1.2.1. Objetivo general .....	10
1.2.2. Objetivos específicos.....	10
1.3. Hipótesis .....	11
1.4. Metodología y técnicas.....	11
<b>Capítulo II: Marco de referencia</b> .....	<b>13</b>
2.1. Marco conceptual .....	13
2.1.1. Turismo de reuniones y eventos .....	13
2.1.2. Turismo deportivo .....	14
2.1.2.1. Tipologías del turista deportivo.....	16
2.1.3. Turismo de eventos deportivos.....	17
2.1.4. Eventos deportivos automovilísticos .....	18
2.1.4.1. Relación de los eventos automovilísticos y la actividad turística .....	20
2.1.4.2. Perfil de los participantes de eventos automovilísticos .....	20
2.2. Marco situacional .....	22
2.2.1. Eventos automovilísticos a diferentes escalas y repercusiones turísticas.....	22
2.2.2. Eventos automovilísticos en Argentina .....	25
2.2.2.1. Repercusiones turísticas producidas en destinos nacionales .....	26
2.2.3. Consecuencias del COVID-19 en los eventos automovilísticos .....	29
2.3. Marco regulativo y legal.....	30
2.3.1. Requerimientos de los eventos automovilísticos.....	30
2.3.2. Planificación turística de la provincia de La Pampa.....	31
2.3.2.1. Consideración de los eventos deportivos automovilísticos .....	32
2.3.3. Planificación de las ciudades de Toay y Santa Rosa .....	34
<b>Capítulo III: Caracterización del área de estudio</b> .....	<b>35</b>
3.1. Localización geográfica.....	35
3.2. Productos turísticos pampeanos .....	36
3.3. Oferta turística de las ciudades de Toay y Santa Rosa .....	37
3.4. Eventos automovilísticos en la provincia de La Pampa .....	38
3.4.1. Antecedentes de eventos automovilísticos en La Pampa .....	38

3.4.2. Organismos relacionados con la gestión de eventos deportivos .....	40
3.5. Autódromo Provincia de La Pampa .....	41
3.5.1. Características e instalaciones .....	42
3.5.2. Otras actividades desarrolladas .....	44
<b>Capítulo IV: Análisis y diagnóstico.....</b>	<b>46</b>
4.1. Análisis de eventos deportivos desarrollados en el Autódromo Provincia de La Pampa .....	46
4.1.1. Perfil de los asistentes.....	46
4.1.1.1. Turismo Carretera 2014.....	46
4.1.1.2. Turismo Carretera 2021 .....	47
4.1.1.3. Turismo Nacional 2021 .....	51
4.1.1.4. Categorías de la FEPAD 2021 .....	55
4.2. Análisis del rol de la Secretaría de Turismo de La Pampa.....	56
4.3. Diagnóstico.....	60
4.4. Análisis FODA .....	65
<b>Reflexiones finales .....</b>	<b>68</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>72</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>82</b>
Anexo I: Cuestionario.....	82
Anexo II: Entrevista .....	84

## Índice de figuras

Figura 1: Tipologías de turistas deportivos .....	17
Figura 2: Localización del área de estudio .....	35
Figura 3: Conglomerado urbano de las ciudades de Santa Rosa y Toay.....	36
Figura 4: Localización del Autódromo Provincia de La Pampa .....	41
Figura 5: Circuito y variantes del Autódromo Provincia de La Pampa.....	42
Figura 6: Instalaciones y equipamientos del Autódromo Provincia de La Pampa.....	43
Figura 7: Cantidad de integrantes por grupo .....	47
Figura 8: Cantidad de pilotos por equipos encuestados en la 14° fecha del TC y TC Pista 2021 en relación a la totalidad de equipos.....	48
Figura 9: Procedencia de los asistentes por provincia.....	48
Figura 10: Composición del gasto .....	49
Figura 11: Procedencia de los asistentes por provincia.....	52
Figura 12: Modalidad de alojamiento de los espectadores.....	52
Figura 13: Composición del gasto .....	53
Figura 14: Espacio o actividad más atractiva del evento deportivo .....	53
Figura 15: Observaciones y sugerencias vinculadas al evento deportivo .....	54
Figura 16: Procedencia de pilotos por provincia de las categorías de asfalto de la FEPAD .....	56

## Índice de tablas

Tabla I: Repercusiones turísticas de eventos deportivos automovilísticos a diferentes escalas .....	24
Tabla II: Repercusiones turísticas producidas en destinos nacionales .....	29
Tabla III: Pilotos inscriptos por cada categoría en el calendario 2021 de la FEPAD .....	55
Tabla IV: Análisis FODA.....	66

## Introducción

El turismo de reuniones y eventos comprende una de las modalidades turísticas de mayor expansión y crecimiento en las últimas décadas. Esta tipología turística se encuentra en transformación constante, resultado de las actividades que forman parte de ella y la dinámica en el desarrollo de los acontecimientos a lo largo del tiempo. El desarrollo de eventos genera considerables repercusiones en el ámbito turístico y de la economía en general, reflejados en los destinos anfitriones, fundamentalmente con la venta de pasajes, gastos vinculados al alojamiento y gastronomía, entradas para shows o acontecimientos de distinta índole, entre otros (Nardone, 2019).

Por su parte, el deporte como actividad constituye un fenómeno social de gran arraigo con una considerada capacidad de movilización y con importantes efectos en el ámbito económico como motor de desarrollo al vincularse con actividades de distintos rubros. Los eventos deportivos implican una motivación para la realización de actividades relacionadas con el deporte y el turismo. De esta manera, eventos como los Juegos Olímpicos o las competencias mundiales de diferentes disciplinas deportivas atraen a multitudes, contribuyendo con grandes derrames económicos en los destinos anfitriones. Por consiguiente, estos acontecimientos brindan elevadas posibilidades de desarrollo turístico en destinos internacionales, nacionales, regionales y locales (Ramos Sánchez y Terrazas Juárez, 2019). Los participantes involucrados en los eventos deportivos se distinguen en función de su participación, ya sea activa o pasiva, la motivación y el índole competitivo o recreativo de la actividad considerada (Jiménez-Naranjo, 2019).

La presente investigación aborda el concepto de eventos deportivos de motor y sus repercusiones turísticas asociadas, haciendo hincapié en el conglomerado urbano de las ciudades de Santa Rosa y Toay (La Pampa). La provincia de La Pampa dispone de planificación turística e instituciones vinculadas al desarrollo de la actividad turística, lo que implica una oportunidad para posicionarse como destino de eventos deportivos, además de contar con un espacio deportivo como el Autódromo Provincia de La Pampa.

El propósito de la investigación consiste en analizar los eventos deportivos automovilísticos desarrollados en el conglomerado urbano de Santa Rosa y Toay como oportunidad de desarrollo turístico para la provincia de La Pampa. La tesis se estructura en cuatro capítulos. En primer lugar, en el capítulo I se expone el abordaje metodológico. En el capítulo II, se presenta el marco de referencia distinguiendo los aspectos conceptuales, situacionales y regulativos – legales. El capítulo III describe la caracterización del área de estudio,

comprendiendo la localización geográfica, productos turísticos de la provincia de La Pampa, eventos automovilísticos desarrollados e instituciones turísticas vinculadas y al espacio deportivo del Autódromo Provincia de La Pampa. El capítulo IV comprende un análisis de las encuestas y la entrevista realizadas para la presente investigación, de manera conjunta con la presentación de un diagnóstico que expone la situación actual del conglomerado urbano de Santa Rosa y Toay ante la presencia de los eventos deportivos automovilísticos. Por último, se presentan las reflexiones finales, indicando los aportes de la presente investigación.

# CAPÍTULO I



**Abordaje metodológico**



## **Capítulo I: Abordaje metodológico**

### **1.1. Planteamiento del problema**

El concepto de eventos programados se define como fenómenos espaciales y temporales con características únicas en relación a un espacio, personas involucradas y sistemas organizativos. Los acontecimientos se clasifican de acuerdo a diversos criterios como el sector involucrado, alcance geográfico, tipologías de actividades desarrolladas, entre otros (Ortega Nuere e Izaguirre Casado, 2010).

En relación a la actividad turística, los eventos son considerados como estrategias de desarrollo turístico para los destinos. De esta manera, la celebración de eventos permite, entre las repercusiones más importantes, incrementar el número de turistas, ampliar la duración de la estancia, fomentar el crecimiento económico y potenciar la consolidación de la imagen del destino. Además, la organización de eventos potencia la regeneración urbana con el desarrollo de infraestructuras y, en relación con las fechas de celebración, brindan la posibilidad de reducir la estacionalidad turística, debilidad que presentan muchos destinos turísticos (González Reverté y Morales Pérez, 2012). Por consiguiente, es que cada vez son más los destinos que buscan posicionarse o reposicionarse dentro del mercado turístico desarrollando dicha modalidad.

Por lo que se refiere a la clasificación de eventos, se presentan actividades deportivas que involucran a los eventos deportivos, definidos como acontecimientos relacionados con la competición y práctica deportiva (González Reverté y Morales Pérez, 2012). En relación con esta tipología de acontecimientos, el turismo de eventos deportivos implica a “...aquellas actividades o competiciones deportivas capaces de atraer un número considerable de visitantes con el objeto de participar o asistir como espectadores” a las mismas (Revuelta Carbajo, 2006: 400). Por su parte, de acuerdo a Fernández Alles (2014), los eventos deportivos se comportan como dinamizadores del sector turístico, otorgando la posibilidad de aumentar los atractivos presentes en un destino. En este sentido, los acontecimientos se constituyen como un claro instrumento de desarrollo turístico estimulando no solo al arribo de personas y a la promoción del destino, sino también colaborando con la desestacionalización turística y el mayor ingreso de divisas.

En cuanto a eventos deportivos internacionales, se destacan la Copa Mundial de Fútbol de la FIFA, la Copa Mundial de Básquet de la FIBA y otros campeonatos mundiales de diferentes disciplinas. Este tipo de acontecimientos, denominados mega eventos,

comprenden eventos de status internacional y son considerados facilitadores de la actividad turística (Ortega Nuere e Izaguirre Casado, 2010).

Por otra parte, en referencia a eventos deportivos automovilísticos, a nivel internacional se destacan categorías como la Fórmula Uno, el Campeonato Mundial de Turismos (WTCR), el Mundial de Rally (WRC), Indycar, entre otras. La celebración de estas competiciones produce repercusiones turísticas en los destinos anfitriones, brindando una oportunidad de desarrollo en los distintos eslabones productivos de la cadena turística. Entre ellos, se encuentran el alojamiento, los espacios gastronómicos, las agencias de viajes, el transporte, entre otros (Huang, 2017).

En la escala nacional, la categoría más popular y la de mayor trayectoria (más de 80 años de historia) es la del Turismo Carretera (TC). De acuerdo al sitio Web oficial de la Asociación Corredores de Turismo Carretera (ACTC), a lo largo de un año de competición, el TC se desarrolla en diferentes autódromos del país, con un imponente "...show deportivo, el cual convoca un promedio de 35.000 personas por carrera, provenientes de diferentes grupos geográficos y demográficos" (ACTC, 2022). Según datos provistos por dicha Asociación, en el año 2019, aproximadamente 575.000 espectadores asistieron a las carreras en un total de quince fechas en diez provincias, un promedio de 38.333 personas por acontecimiento (Coronel, 2020); datos que marcan la relevancia de dicha modalidad deportiva a nivel nacional y el potencial impacto positivo que genera en cada uno de los destinos en donde se localizan los circuitos.

Así mismo, la Argentina dispone de una amplia oferta de eventos deportivos de automovilismo y motociclismo entre los que se destacan, en la disciplina automovilismo, el Turismo Nacional, TC 2000 y Top Race; y por el lado del motociclismo, el más representativo es el Superbike Argentino. Las categorías de competición se encuentran representadas por diversas asociaciones y se desarrollan en diferentes destinos del país. A continuación, se presentan dos ejemplos de eventos deportivos automovilísticos, su relación con la actividad turística y los efectos producidos.

En la ciudad de Termas de Río Hondo (provincia de Santiago del Estero) se desarrolla el Gran Premio de MotoGP Argentina, contemplado en el Campeonato Mundial de Motociclismo. El evento se presenta en el Autódromo Internacional de Termas de Río Hondo desde el año 2014 y ha incrementado el número de asistentes a lo largo de los años. Para los años 2014 y 2015 contó con 125.000 y 130.000 espectadores respectivamente (Castro, 2014 y Subsecretaría de Turismo de Santiago del Estero, 2022). Para la edición del año 2019,

concurrieron 170.000 espectadores provocando repercusiones turísticas, no solo en la ciudad anfitriona, sino también en la región norte del país. Las mismas se vieron reflejadas en el incremento de la llegada de personas, la actividad plena del sector de alojamiento y los gastos realizados por los asistentes. El acontecimiento cuenta con la presencia de turistas internacionales provenientes de Europa, Estados Unidos, Japón y Brasil. El evento generó un impacto económico estimado, en pesos argentinos, de \$1.600 millones (Ledesma Abdala De Zamora, et al., 2020).

Como consecuencia del desarrollo de los eventos deportivos y otros acontecimientos programados, la ciudad de Termas de Río Hondo se ha consolidado turísticamente. A su vez, se destacan acciones realizadas por el gobierno provincial como la dotación de infraestructura turística en Termas de Río Hondo. De esta manera, Termas de Río Hondo se ha posicionado como destino turístico, colaborando consecuentemente con el posicionamiento de la Argentina en el mapa del turismo deportivo mundial (Ledesma Abdala De Zamora, et al., 2020).

Como segundo ejemplo, en la ciudad de Viedma (provincia de Río Negro) se presentan, de manera anual, las principales categorías automovilísticas del país. Para la celebración del Turismo Carretera en el año 2020, reunió a 35.000 asistentes con un impacto económico, en pesos argentinos, de \$110 millones. Durante los días del evento, se completó la capacidad hotelera junto con la actividad plena del sector gastronómico (Portal de comunicación de Río Negro, 2022).

En lo que respecta a la provincia de La Pampa, la ciudad de Toay cuenta con el Autódromo Provincia de La Pampa, inaugurado en el año 2012. En el autódromo se llevan a cabo diversos eventos de las categorías automovilísticas nacionales y locales, competiciones de motociclismo, como así también, otras actividades deportivas y exposiciones varias. En lo referido al automovilismo, de acuerdo a lo expresado por Coronel (2020) en la visita de la 14° fecha del Turismo Carretera, en el año 2019, contó con más de 54.000 espectadores provenientes de diferentes puntos del país.

Con respecto a la planificación turística, la provincia de La Pampa posee varios documentos que dan cuenta de la situación actual y la importancia que se le da a la actividad turística en el plano provincial. Entre ellos, en el Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico elaborado en el año 2013, se describe la situación turística de la provincia. En referencia a los eventos deportivos vinculados al automovilismo, los mismos se encuentran contemplados y

jerarquizados, alcanzando la puntuación más elevada en relación al resto de los acontecimientos programados (Consejo Federal de Inversiones, 2013).

En el año 2018 se aprobó la Ley Provincial de Turismo N° 3092, en donde se otorga prioridad a la actividad turística como política de Estado. Si bien en la mencionada ley no se hace hincapié específico en la actividad automovilística, es destacable la presencia de la misma como marco rector de planificación de la actividad turística.

Por otra parte, en el año 2019 se presentó el Plan de Gestión 2019-2023, en donde se trabajó en lineamientos y políticas tendientes a fortalecer el posicionamiento turístico de la provincia para un desarrollo sostenible y competitivo. En el mismo se menciona la importancia de “...analizar y potenciar el turismo vinculado a los eventos en general y los deportivos en particular” (Consejo Federal de Inversiones, 2019: 134). A su vez, se detalla la existencia de condiciones suficientes para el desarrollo del turismo como actividad socioeconómica.

Las ciudades de Toay y Santa Rosa conforman un subsistema central con base en Santa Rosa, comprendiendo el centro-este de la provincia. Este subsistema, “...representa la célula principal de la provincia; por la cantidad de población, las actividades socio-económicas, y por contener a la capital provincial, principal centro administrativo” (Subsecretaría de Planificación Territorial de la Inversión Pública de la Nación, 2014: 21). A su vez, las ciudades se encuentran contempladas en el Plan Estratégico como “puerta”, definida como “bisagra de comunicación central de La Pampa y base de todos los servicios” (Consejo Federal de Inversiones, 2013: 93). Así mismo, la ciudad de Santa Rosa también es considerada como “puerta actual” en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025, entendiendo a la misma como “...núcleos urbanos proveedores de servicios turísticos, convenientemente equipados como nodos de comunicaciones” (Ministerio de Turismo de la Nación, 2015: 123).

De acuerdo con información obtenida del Plan Estratégico Turístico y del Plan de Gestión en Turismo, de sus objetivos y de los análisis FODA que se presentan (Consejo Federal de Inversiones, 2013 y 2019), la provincia de La Pampa, a pesar de contar con múltiples recursos y atractivos, no se encuentra posicionada como un destino turístico relevante para la Argentina. Es considerada un centro de escala, que pretende consolidarse como un destino de estancia a través del aumento de pernoctes a dos noches, buscando captar una mayor cantidad de turistas e incrementar su gasto asociado. Así mismo, se menciona la carencia de agencias receptoras que comercialicen a la provincia. Otro rasgo a tener en cuenta es que, desde su sitio Web oficial de turismo, la provincia presenta diferentes productos turísticos

definidos como experiencias, entre ellas: experiencia rural, bienestar, cultural, aventura y cinegética; observándose la ausencia de un producto o experiencia que tenga relación con los eventos programados o la actividad deportiva.

Por lo tanto y ante lo expuesto, y considerando los potenciales efectos positivos que los eventos deportivos automovilísticos generan, la presente investigación se fundamenta en analizar al sector turístico en relación con los eventos deportivos automovilísticos como oportunidad de desarrollo turístico para el conglomerado urbano de Toay y Santa Rosa.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo general**

- Analizar los eventos deportivos automovilísticos presentes en las ciudades de Toay y Santa Rosa como oportunidad de desarrollo turístico para la provincia de La Pampa.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Describir los eventos deportivos automovilísticos y su vinculación con la actividad turística en las ciudades de Toay y Santa Rosa.
- Conocer las fortalezas y debilidades del proceso de planificación de los eventos automovilísticos que se desarrollan en las ciudades de Toay y Santa Rosa.
- Identificar las instalaciones del Autódromo Provincia de La Pampa.
- Exponer la oferta turística del conglomerado urbano de las ciudades de Toay y Santa Rosa.
- Realizar una aproximación del perfil de los participantes de los eventos deportivos automovilísticos en las ciudades de Toay y Santa Rosa.
- Describir la situación actual, mediante el desarrollo de un diagnóstico, de las repercusiones turísticas producidas en el área de estudio ante la presencia de los eventos deportivos automovilísticos.

### 1.3. Hipótesis

Los eventos deportivos automovilísticos presentes en las ciudades de Toay y Santa Rosa comprenden una oportunidad de desarrollo turístico para la provincia de La Pampa.

### 1.4. Metodología y técnicas

La metodología aplicada a la presente investigación posee un alcance exploratorio y descriptivo junto con un enfoque mixto cuantitativo – cualitativo que brinda una perspectiva más profunda del fenómeno implicado.

En primer lugar, el alcance exploratorio se fundamenta en que se trata de un tema aún no investigado en el área de estudio, implicando un fenómeno reciente (Hernández Sampieri et. al., 2014). Por el lado del alcance descriptivo, en referencia a los autores mencionados (2014: 92) su propósito es “...especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice” y [...] “son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación”.

El enfoque cualitativo consiste en, siguiendo a Hernández Sampieri et. al. (2014), entender y comprender sobre fenómenos sociales complejos. Para la temática de estudio, se busca profundizar sobre la vinculación de la actividad turística con los eventos deportivos automovilísticos. En lo que respecta a la perspectiva cuantitativa, implica la utilización de mediciones numéricas y análisis estadísticos para contrastar teorías. En la investigación, se trabajó con diferentes estudios de caso, que involucran estadísticas y análisis económicos, relacionados a los eventos deportivos automovilísticos y los destinos anfitriones, con el propósito de abordar las repercusiones turísticas de los acontecimientos y establecer una aproximación hacia el perfil de los asistentes, a través de un sondeo.

En cuanto a las técnicas de recopilación de información, como fuentes primarias se trabajó con cuestionarios aplicados durante dos eventos deportivos de automovilismo, del Turismo Carretera y del Turismo Nacional, en el Autódromo Provincia de La Pampa. El diseño de los mismos (Anexo I) comprendió preguntas abiertas, cerradas y categorizadas (Ander-Egg, 1987). A su vez, se aplicó un muestreo no probabilístico o dirigido (Hernández Sampieri et. al., 2014) involucrando a los asistentes de los eventos automovilísticos mencionados. Además, se realizó una entrevista a la actual Secretaria de Turismo de La Pampa, con la intención de conocer el rol del organismo ante el desarrollo de eventos deportivos y abordar cuestiones relacionadas con la planificación turística. La misma fue confeccionada con

preguntas abiertas (Anexo II). Por otra parte, se obtuvo información acerca de las categorías zonales de la Federación Pampeana de Automovilismo Deportivo por medio de comunicaciones personales con el Secretario Administrativo de la Institución. Por el lado de la información secundaria, se consultó bibliografía general y específica de la temática de estudio para la confección del marco de referencia. A su vez, se efectuó una revisión de los documentos de gestión turística a nivel provincial y los planes estratégicos de las ciudades de Toay (2014) y Santa Rosa (2018). Por último, se recopiló información proveniente de artículos periodísticos y de sitios Webs oficiales de organismos de interés acerca de los eventos deportivos automovilísticos.

Para el análisis de la información, se desarrolló una descripción de los resultados obtenidos y se elaboró un perfil de los asistentes de los eventos considerados en base a los datos obtenidos en el sondeo realizado. Con la información adquirida se formuló un diagnóstico de la situación actual y se aplicó un análisis FODA respecto a los eventos deportivos automovilísticos y su nexa con la actividad turística del área de estudio.

# CAPÍTULO II



**Marco de referencia**



## Capítulo II: Marco de referencia

### 2.1. Marco conceptual

#### 2.1.1. Turismo de reuniones y eventos

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019) define al turismo de reuniones como una actividad turística desarrollada por visitantes en alusión a causas profesionales de trabajo, en lugares fuera de su entorno habitual, con el propósito de asistir a una reunión, congreso, evento, conferencia, entre otras actividades derivadas del ámbito profesional.

Acorde con Perlaza Lopera, et al. (2015: 39) el término reunión alude al “...encuentro de un número de personas en un lugar, con el objetivo de organizar o llevar a cabo una actividad concreta”. Entre los involucrados a esta actividad, siguiendo al sitio Web de AOCA (2022), se encuentran profesionales que viajan para participar, de forma activa o pasiva, en actividades implicadas en el turismo de reuniones y todas aquellas personas que acompañan a los asistentes.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Promoción Turística (IMPROTUR, 2009: 3) el turismo de reuniones “...es el segmento turístico de mayor crecimiento en la última década, que exhibe un gasto por visitante marcadamente más alto que el arrojado por otras actividades”. Los destinos se interesan por desarrollar esta modalidad turística a causa de los beneficios asociados, entre ellos se destacan: regular la estacionalidad de la demanda turística y la creación de empleos, en conjunto con la capacitación e intercambio profesional y de conocimientos. Así mismo, el turismo de reuniones constituye una herramienta para la generación de ingresos, producto del eslabonamiento productivo de otras actividades económicas y fomenta las acciones relacionadas con la promoción turística.

En la presente investigación, se vincula al turismo de reuniones con el concepto de turismo de eventos, en referencia a la celebración de diferentes clases de acontecimientos deportivos. De esta manera, autores como Martos Molina (2013), Perlaza Lopera, et. al (2015) y Nardone (2019) utilizan el término turismo de reuniones y eventos de manera conjunta. En lo que refiere al turismo de eventos, Martos Molina (2013: 58) lo define como:

“...modalidad turística en la que el atractivo que genera los flujos turísticos es la celebración de un evento”, [...] comprende “...una tipología turística que incluye el turismo de convenciones, congresos y reuniones, y que requiere el conocimiento de la realidad económica, social, cultural y ambiental dentro de una visión sistémica y de oportunidades”.

En lo que respecta a los eventos, autores como Martos Molina (2013) y Perlaza Lopera et al. (2015), sostienen que los acontecimientos programados comparten características con otros productos turísticos, en razón de pertenecer al sector de servicios. En este sentido, la intangibilidad comprende a la experiencia vivida. A su vez, al representar una experiencia, aunque la celebración se repita, cada evento es único y para cada edición ocurren diferentes sucesos, lo que otorga la característica de unicidad. Los eventos se encuentran integrados por una amplia gama de servicios y productos, lo que los hace heterogéneos, además de percibirse de distintas formas por cada participante. Por último, el consumo y la producción ocurren de manera simultánea, es necesaria la presencia del productor y el consumidor, particularidad relacionada con la inseparabilidad. De esta característica deriva la incapacidad de almacenamiento, a causa de que los eventos son perecederos, no pueden ser guardados para un consumo a futuro.

En el mismo orden de ideas, ya Shone y Parry (2010) describían características particulares de los eventos; entre ellas, el ambiente, el cual representa el espacio donde se desarrolla la actividad y los servicios, que implican a las prestaciones necesarias para la conmemoración del acontecimiento. Así mismo, durante la celebración de un evento, se produce el contacto personal e interacción entre los asistentes que viven el momento de manera directa, lo que lleva a determinar la calidad de la experiencia. Por otro lado, una particularidad asociada a la organización de los acontecimientos consiste en la intensidad de trabajo, la cual implica brindar los servicios de manera adecuada a los participantes, asistentes e involucrados. Otro aspecto comprende a la escala temporal fija, vinculada a que un evento dispone de fechas determinadas con anterioridad. Del mismo modo, se fija un cronograma de horarios con actividades planificadas para el transcurso de la celebración.

Por otra parte, en referencia a los eventos deportivos, Nardone (2019) agrega que el sector deportivo se ha desarrollado en magnitud y relevancia dentro del turismo de reuniones y eventos, dado que la celebración de los diversos acontecimientos deportivos genera repercusiones en la economía y en el ámbito turístico de los destinos sede en donde se presentan.

### **2.1.2. Turismo deportivo**

De acuerdo a lo expresado en el sitio Web de la OMT (2022), los términos deporte y turismo se conectan y complementan entre sí. Por el lado de los deportes, son considerados como

actividad profesional, de afición o entretenimiento con la participación de personas, de manera activa o pasiva, en competencias desarrolladas en diferentes destinos del mundo. Desde el turismo, eventos deportivos como los Juegos Olímpicos o las competencias mundiales de distintas disciplinas se transforman en importantes atracciones turísticas que posibilitan el desplazamiento de turistas, beneficiando a la imagen turística del destino anfitrión. De esta manera, siguiendo a la página Web de la OMT (2022), los acontecimientos deportivos “...atraen a los turistas como participantes o espectadores y los destinos intentan añadir su sabor local para distinguirse y proporcionar experiencias locales auténticas”.

Ramos Sánchez y Terrazas Juárez (2019: 90), desarrollan una definición de turismo deportivo en la cual lo vinculan con sus alcances económicos, sociales y culturales, en conjunto con la participación de actores con diferentes niveles de intervención. A su vez, plantean la importancia de la planificación de los destinos sede para el desarrollo de las actividades implicadas dentro de esta tipología turística. De esta manera, entienden por turismo deportivo:

“...una modalidad turística que consiste en la participación activa en un deporte, puede ser como profesional, amateur o deportista de ocasión, incluye a las personas que acompañan a estos deportistas, también a los espectadores de los eventos deportivos; todos ellos ejercen actividades por ocio o por negocio, fuera del lugar de residencia habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, lo que genera múltiples interrelaciones de tipo económico-comercial y sociocultural, donde puede fomentarse la participación activa de múltiples actores para la búsqueda de beneficios particulares y de bien común” (Ramos Sánchez y Terrazas Juárez; 2019: 91).

Siguiendo con los mismos autores, el deporte aporta posibilidades de desarrollo en destinos turísticos internacionales, nacionales, regionales o locales. A modo de ejemplo, eventos como el mundial de fútbol congrega a multitudes, proporcionando un gran derrame económico en la comunidad anfitriona. A su vez, los autores mencionados, en referencia a Weed y Bull (2004), contemplan al deporte como generador de corrientes de viajes, sumado a la contratación de servicios de alojamiento, gastronomía y transporte, que involucran a diferentes destinos del mundo dentro de las sociedades contemporáneas. A partir de la motivación de participación de manera activa o pasiva en una actividad deportiva, los visitantes contribuyen al perfil y las particularidades de cada destino turístico.

Ramírez Hernández (2013), distingue tres categorías dentro del turismo deportivo. En primer lugar, las actividades de turismo deportivo hacen referencia a las prácticas deportivas con la participación activa por parte del turista. En segundo lugar, el turismo deportivo de nostalgia comprende viajes con la finalidad de visitar museos, salones de la fama y tours encaminados

a leyendas o personas destacadas del ámbito deportivo. Por último, los eventos del turismo deportivo integran a todos los acontecimientos deportivos sin importar su escala.

### **2.1.2.1. Tipologías del turista deportivo**

Por lo que se refiere a la clasificación del turista deportivo, Jiménez-Naranjo (2019) desarrolló un modelo de los escenarios surgidos a partir de las concepciones del turismo deportivo proporcionadas por diferentes autores (Figura 1). El planteo se basa en distintos atributos que comprenden al tipo de actividad deportiva considerada, pudiendo ser competitiva o no, la participación activa o pasiva de los involucrados y, por último, la motivación del viaje, generada por ocio u otras finalidades. A partir de este modelo de turismo deportivo, se desprenden ocho categorías que diferencian el rol ocupado por el turista. A continuación, se desarrolla una descripción de cada tipología de turista:

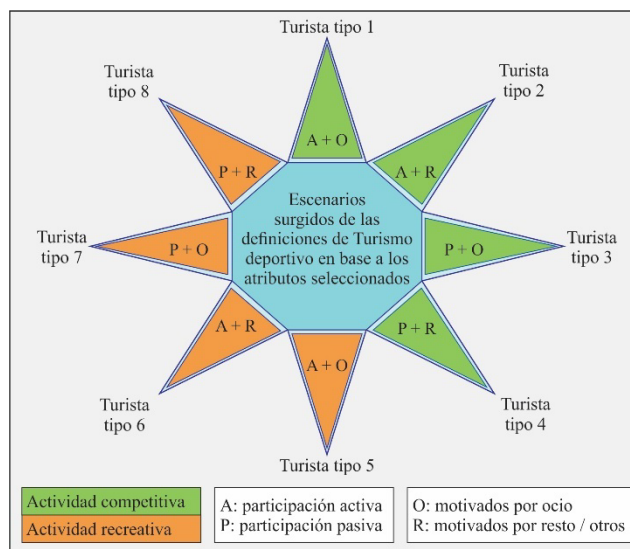
- ❖ Turista tipo 1: involucra a turistas que realizan una participación activa con motivaciones de ocio. Por ejemplo, los turistas que participan en torneos de golf durante sus vacaciones.
- ❖ Turista tipo 2: implica a los deportistas que participan activamente en una competencia con una motivación profesional. Como ejemplo, los pilotos de una carrera de Fórmula Uno.
- ❖ Turista tipo 3: contempla la participación pasiva en competiciones deportivas con fines de ocio. A modo de ejemplo, los turistas que asisten como espectadores a los Juegos Olímpicos.
- ❖ Turista tipo 4: integrado por la presencia pasiva de asistentes con motivos profesionales en competiciones deportivas. Por ejemplo, la presencia de los árbitros, personal de fiscalización y organización en un mundial de fútbol.
- ❖ Turista tipo 5: implica una participación activa con fines de ocio en actividades deportivas no competitivas. Como ejemplo, una familia que practica esquí durante sus vacaciones.
- ❖ Turistas tipo 6: comprende una participación activa en actividades deportivas no competitivas con diferentes motivaciones. Por ejemplo, la práctica de senderismo con el objetivo de fomentar la convivencia entre directivos de una empresa dentro de un viaje que implica un congreso anual.
- ❖ Turistas tipo 7: involucra a personas que participan de manera pasiva en una actividad deportiva no competitiva, con motivaciones de ocio. A modo de ejemplo, aquellos turistas

que durante sus vacaciones visitan sitios de interés relacionados al deporte como un estadio de fútbol.

❖ Turistas tipo 8: contempla la participación pasiva de turistas con distintos tipos de motivación en una actividad deportiva no competitiva. Como ejemplo, un viaje de negocios en el cual, durante la estadía, se visita un museo de automovilismo.

Figura 1

### Tipologías de turistas deportivos



Fuente: Jiménez-Naranjo, H.V. (2019).

### 2.1.3. Turismo de eventos deportivos

El turismo de eventos deportivos comprende a todas "...aquellas actividades o competiciones deportivas capaces de atraer un número considerable de visitantes con el objeto de participar o asistir como espectadores" (Revueña Carbajo, 2006: 400). Dentro del segmento del turismo deportivo, los eventos representan un elemento fundamental en razón del número de turistas involucrados y su repercusión económica asociada. Esta modalidad turística abarca a un importante nicho de mercado para los diferentes destinos. Entre los asistentes involucrados se encuentran espectadores, deportistas, acompañantes de los participantes, oficiales de fiscalización, jueces deportivos, agentes de empresas patrocinadoras y representantes de los medios de comunicación.

En lo que refiere a la clasificación del turismo de eventos deportivos, Ortega Nuere e Izaguirre Casado (2010) afirman que los acontecimientos se agrupan en tres categorías. En primer lugar, los "mega eventos" se vinculan a ferias, exposiciones, actividades culturales y

deportivas de carácter internacional que promueven a la actividad turística posterior al desarrollo del evento. Con respecto a esta categoría, se presentan la Copa del Mundo de Fútbol de la FIFA y el Campeonato de Fórmula Uno de la FIA. En segundo lugar, los “eventos de prestigio” son desarrollados en más de una ocasión o de manera recurrente, con una duración limitada. El objetivo de los mismos implica aumentar el conocimiento, la atracción y la rentabilidad de un destino turístico. Ejemplos de esta tipología son las finales del campeonato de fútbol de la UEFA Champions League y el Gran Premio de Mónaco de la Fórmula Uno. Por último, se encuentran los “eventos de menor dimensión” que utilizan infraestructuras existentes, minimizando la inversión pública y se caracterizan por ejecutar una planificación más sencilla, en términos de asistentes y masificación, a diferencia de las categorías mencionados anteriormente. Como ejemplo, se pueden mencionar los campeonatos deportivos de distintas disciplinas de carácter local o regional.

A su vez, los eventos deportivos se diferencian desde tres perspectivas. Desde la concepción del destino, se contemplan como una forma de desarrollo que otorga beneficios económicos y sociales para una comunidad. A partir del punto de vista de la organización, son considerados como atractivos que generan una gran cuota de mercado y patrocinadores. Por último, los aspectos vinculados al turista deportivo comprenden el desplazamiento realizado para asistir como espectador o participar de manera activa en eventos deportivos (Sarmiento Guede et al., 2015).

#### **2.1.4. Eventos deportivos automovilísticos**

El concepto de automovilismo, en términos deportivos, involucra a la utilización deportiva del automóvil. Entre sus participantes, además de la figura principal del piloto, se encuentran empresas patrocinadoras, fabricantes de automóviles y autopartes e ingenieros. La actividad automovilística deportiva implica el desarrollo de competiciones con vehículos de diversas características conducidos por pilotos profesionales. Los eventos deportivos automovilísticos se llevan a cabo, en su gran mayoría, durante fines de semana por el lapso de dos o tres jornadas, implicando a los días viernes, sábado y domingo, en autódromos y circuitos urbanos. Las competiciones están contempladas en un calendario deportivo, para el cual, cada categoría determina la cantidad de fechas y de qué circuitos formarán parte (Fernández, s.f.).

El término de categoría automovilística comprende a la organización, la fiscalización, el control y la regulación de un torneo o competición deportiva de vehículos. A nivel general, un reglamento técnico determina las especificaciones con las que debe cumplir cada vehículo. A su vez, las categorías disponen de un reglamento deportivo que precisa las cuestiones relacionadas con los eventos, como la cantidad de fechas dispuestas en un calendario anual, sistemas y formatos de las competiciones, en conjunto con diferentes determinaciones de la actividad deportiva en cuestión.

En cuanto a la dinámica de los eventos, los mismos se desarrollan en diferentes jornadas que comprenden sesiones de entrenamientos libres, tandas o series de clasificación y la carrera final que tiene lugar el último día del evento. Las competencias cuentan con una cantidad de vueltas y un tiempo total predeterminado, a modo de ejemplo una carrera final del Turismo Carretera implica un total de 25 vueltas o una duración máxima de 50 minutos. Al finalizar la carrera, se declara como ganador al piloto que llegue primero a la línea de meta luego de las vueltas establecidas para la carrera final y cuyo vehículo cumpla con las revisiones técnicas del reglamento de la categoría en cuestión.

Las categorías que nuclean a los eventos deportivos automovilísticos se diferencian en cuanto al alcance de jurisdicción. Por un lado, las categorías internacionales comprenden competiciones organizadas en diferentes países, con la participación de equipos deportivos y pilotos de diferentes nacionalidades, ejemplo de esto son la Fórmula Uno y el Campeonato Mundial de Turismos (WTCR). Por otro lado, las categorías nacionales implican a la actividad deportiva automovilística dentro de un país, llevando a cabo eventos en diferentes destinos. Entre estas se encuentran el NASCAR en Estados Unidos y el Turismo Carretera en Argentina. Por último, las categorías zonales incluyen competiciones con menor jurisdicción, más acotada y con competencias desarrolladas en circuitos de un área predeterminada, como por ejemplo el TC del Sudoeste en la provincia de Buenos Aires o el Supercar Pampeano en la provincia de La Pampa. Sumado a lo anterior, siguiendo a Fernández (s.f.), otra forma de diferenciar a las categorías es en base a términos técnicos y deportivos de acuerdo al vehículo utilizado, existiendo distintas tipologías. A modo de ejemplo, se presentan súper turismo, turismo, fórmulas o monoplazas y karting.

#### **2.1.4.1. Relación de los eventos automovilísticos y la actividad turística**

El turismo vinculado a la celebración de eventos deportivos automovilísticos implica una gran atracción de turistas. La conmemoración de los acontecimientos produce un efecto multiplicador en la economía, beneficiando a otros sectores productivos como aerolíneas, hoteles, restaurantes, transporte terrestre, guías de turismo y al sector comercial en general, adicionando puestos de empleos a los existentes (Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo, 2019). Por otra parte, la organización de estos acontecimientos en periodos de menor afluencia turística resulta positivo para desestacionalizar a la demanda turística, otorgando un impacto directo en la imagen de las ciudades anfitrionas y promocionándolas como destinos turísticos (Fernández Alles, 2014).

En el año 2021, la Federación Internacional del Automóvil (FIA) desarrolló un estudio mundial, a cargo de la empresa EY-Parthenon B.V., para la medición del impacto económico y social de la industria del deporte motor durante el año 2019. Los resultados reflejan la importancia del deporte automovilístico, evidenciados de forma directa e indirecta en €160.000 millones de producción bruta total anual y la presencia de 1.5 millones de puestos de trabajo remunerados totales. De acuerdo con este informe, se contabilizaron 60.000 eventos automovilísticos de diferentes tipologías que utilizaron más de 7.200 circuitos, lugares e instalaciones en todo el mundo. La participación total alcanzó a 2.7 millones de personas, entre los que se encuentran competidores, oficiales de fiscalización, comisarios del ámbito deportivo automovilístico y voluntarios. De acuerdo con estos datos, la FIA destaca la contribución por parte de la celebración de los eventos deportivos de motor sobre la micro y macro economía y para su repunte en tiempos de COVID-19 (FIA, 2021).

#### **2.1.4.2. Perfil de los participantes de eventos automovilísticos**

A continuación, se presentan ejemplos de estudios y artículos publicados en busca de realizar una aproximación hacia el perfil de los participantes de eventos deportivos automovilísticos.

De acuerdo con Cortés (2020), entre los asistentes al Gran Premio de México de la Fórmula Uno desarrollado en Ciudad de México en el año 2019, el 44,6% fueron residentes de la ciudad anfitriona, el 18,3% implicó a personas de otros estados del país, seguido por el 5,5% que representó a extranjeros y del restante porcentaje no se detalló su origen. Se registró una estadía promedio por parte de turistas nacionales de 3 noches. A su vez, se destaca que el 76% de los asistentes indicaron que la celebración del evento deportivo fue el motivo de



desplazamiento, mientras que el 13% estuvo en el destino durante la fecha del evento por negocios y el 11% por vacaciones. El gasto promedio de los turistas fue de 8.650 pesos mexicanos (aproximadamente USD450). El mismo se dividió en un 30% para alojamiento, 21% en alimentos y bebidas, 21% en entretenimiento, 16% en ventas y 12% en transporte.

Las autoras Aragonés Jericó et al. (2021) desarrollaron un análisis sobre una muestra de 148 asistentes del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno celebrado en el año 2012, en la ciudad de Valencia, España. En concordancia con la motivación para el consumo deportivo y las características básicas, se determinaron cuatro grupos de personas que concurrieron al acontecimiento deportivo. En primer lugar, los intrépidos agruparon al 37,8% de la muestra, los cuales fueron atraídos por la adrenalina y la emoción de la experiencia. En segundo lugar, los experimentados formado por el 20% de los encuestados, se caracterizaron por ser grandes conocedores del evento. En tercer lugar, los sociales representaron al 17,6% de la muestra, conformado por aquellos que obtuvieron fuertes connotaciones sociales al concurrir al evento y suelen viajar en familia. Por último, los ostentosos compuesto por el 17,5% del grupo encuestado, no poseen una motivación especial de asistencia, pero se destacan por sus ingresos elevados. En tal sentido, partiendo de estos resultados, los turistas que participan de eventos deportivos poseen características diferenciales y comportamientos de consumo particulares, a considerar por parte de los tomadores de decisiones del sector turístico.

Por otro lado, un estudio enfocado en los eventos de rallies de asfalto en Galicia (España) recogió datos a través de encuestas aplicadas a 504 personas en el año 2019. Los resultados revelan la participación de hombres en un 85% con un rango de edades formado, en su mayor parte, por personas de entre 19 y 44 años para estos acontecimientos. Al tratarse de un evento local, el 74,6% de los espectadores corresponden a residentes de Galicia, seguidos por habitantes de otras comunidades cercanas. Se destaca que el 83% afirmó viajar hacia otras comunidades para presenciar este tipo de eventos. Respecto al gasto turístico, incluyendo alojamiento y complementarios, se determinó entre €40 y €70 (Rico Bouza, et al., 2021).

En lo que respecta a Argentina, Gerk (2015) analiza la incidencia de la actividad automovilística en la localidad de Pigüé (provincia de Buenos Aires). En la misma se presentan categorías zonales, de karting y picadas. Por medio de encuestas aplicadas a espectadores, pilotos y mecánicos que participan de los eventos, se obtuvo un perfil de la demanda. En relación al sexo y la edad, predominan masculinos (75% de los encuestados) mayores de 50 años. El periodo de estadía del público encuestado consiste en un 30% que permanece de dos a tres noches, seguido del 20% que pernocta una noche. El 50% restante

no se alojó en la ciudad a causa de recurrir desde localidades cercanas o de asistir únicamente el día domingo. Por otra parte, para el grupo integrado por los equipos deportivos el periodo de estadía es de tres días vinculado a la duración de días del acontecimiento deportivo. Respecto a la ciudad de origen de los asistentes, los centros emisores comprenden un radio de influencia, en mayor medida, que no supera los 300 km. involucrando a localidades del oeste y sudoeste de la provincia de Buenos Aires, Viedma (provincia de Río Negro) y localidades de La Pampa. El gasto promedio se situó entre los \$500 y \$1.000 (51% de respuestas) destinados a la entrada del evento, combustible, alimentación y alojamiento.

En función de lo expresado y realizando una sutil aproximación hacia el perfil de los participantes de eventos deportivos automovilísticos se puede afirmar que el mismo abarca a un público, en su mayoría, masculino en edades comprendidas entre los 18 y 50 años. La motivación principal de desplazamiento implica la asistencia al acontecimiento deportivo, comportándose como aficionados de esta tipología deportiva. De acuerdo a los resultados de las encuestas de estos análisis, se registra un considerable gasto turístico diario en el rubro de alojamiento, restauración y compras; con una estadía promedio vinculada con la duración del evento, que se extiende para los acontecimientos de carácter internacional. Por último, las repercusiones turísticas de estos eventos se ven reflejadas en el destino anfitrión y en la región a la cual pertenecen o áreas de aproximación, vinculadas con la relevancia de los acontecimientos, en términos de dinamización turística y efectos económicos, resultado de la contratación de los servicios que integran la oferta turística.

## **2.2. Marco situacional**

### **2.2.1. Eventos automovilísticos a diferentes escalas y repercusiones turísticas**

A nivel mundial, la Federación Internacional del Automóvil (FIA) es la organización internacional que promueve el automovilismo deportivo. La institución fue fundada en 1904. La misma tiene a su cargo la regulación de las competiciones más importantes de nivel internacional y a las organizaciones miembros de diferentes países del mundo que forman parte de ella (FIA, 2022).

La Fórmula Uno representa a la categoría automovilística de mayor jerarquía en lo que refiere a los eventos deportivos automovilísticos. Para el año 2019, la categoría contó con una asistencia total de 4.164.948 personas provenientes de diferentes partes del mundo (Sáez, 2019).

De acuerdo con un estudio que vincula a la economía turística de Shanghái (China) con la organización del Gran Premio de Fórmula Uno (Huang, 2017), el evento deportivo se transformó en una atracción turística. Según datos estadísticos, se presentan más de 50.000 aficionados internacionales en la ciudad para cada edición del acontecimiento. En consecuencia del desarrollo del Gran Premio de Shanghái, a partir del año 2004 en la ciudad homónima, se impulsó la construcción de infraestructura turística como se refleja en el sector hotelero. Para ese momento, solo había dos hoteles sin categorización de estrellas en las cercanías al Circuito Internacional de Shanghái. Actualmente, en los alrededores del circuito se localizan cinco centros comerciales y más de 25 hoteles, de los cuáles diez son de categoría cinco estrellas. A su vez, entre las medidas implementadas, se ha incrementado la renovación y promoción de productos turísticos urbanos, combinando la asistencia al evento deportivo con la práctica de la actividad turística, ofreciendo paquetes turísticos con diferentes servicios a los asistentes. De esta manera, se presenta “...una oportunidad de desarrollo para diversas industrias turísticas como hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transportes turísticos y destinos turísticos locales, etc.” (Huang, 2017:39).

Así mismo, si bien existen diversas categorías a nivel mundial, a continuación se mencionan algunas categorías de relevancia:

- ❖ Campeonato Mundial de Turismos (WTCR): dispone de un calendario de eventos desarrollados en ciudades de Europa y Asia. En la presencia de la categoría durante el año 2016 en el Circuito Internacional de Vila Real (Portugal), se registró la asistencia de 198.000 espectadores. Para dicha edición, se realizó una inversión destinada a la organización del evento de €1.1 millones y se reflejó un impacto económico de €15 millones provenientes de los rubros de alojamientos, comidas, transportes y compras (Ponto Final, 2017).

- ❖ FIA World Endurance Championship: implica competiciones de resistencia, destacando al automovilismo desde el punto de vista técnico. Uno de los eventos más reconocidos comprende a las 24 horas de Le Mans, llevado a cabo en la ciudad homónima en el circuito de La Sarthe, Francia. En este acontecimiento, se han registrado cifras de entre 250.000 y 300.000 espectadores en Le Mans, que cuenta con una población estable de 144.000 habitantes (Camós, 2017). Para el año 2018, el evento deportivo tuvo un impacto económico de €82.5 millones (Marca Motor, 2019).

- ❖ Mundial de Rally (WRC): se desarrolla en diferentes destinos comprendidos en un calendario deportivo anual. Respecto a eventos, la 34° edición del Mundial de Rally disputada en la provincia de Córdoba (Argentina) en el año 2014 generó un impacto turístico

de USD38 millones, con la presencia de alrededor de 800.000 espectadores durante los cuatro días del evento (Ámbito, 2014).

❖ Rally Dakar: el campeonato actualmente es disputado en Arabia Saudita. Esta competición se desarrolló en Argentina durante el periodo de los años 2009 y 2018. Puntualmente la edición del año 2017, disputada en Argentina, Bolivia y Paraguay, recorrió trece provincias argentinas contando con la presencia de 150.000 espectadores que reflejaron un gasto total de \$90 millones, cerca de USD5.6 millones en ese momento (Hecker, 2017).

❖ Indycar: categoría de monoplazas disputada en Estados Unidos. Para la edición del año 2018 de la Indy500, se registró un impacto económico de €267 millones (Marca Motor, 2019). Además, en Estados Unidos se destaca la presencia de la categoría NASCAR.

❖ Nascar Peak México Series: categoría desarrollada en México y considerada la más importante del país. Durante el año 2019, en las competencias celebradas en Aguascalientes, Puebla, Chihuahua, Querétaro y San Luis Potosí acumularon 106.713 espectadores con un efecto económico, en pesos mexicanos, de 68.4 millones (USD3.26 millones) (Ladevi México, 2019). A su vez, en Ciudad de México se disputa el Gran Premio de México de Fórmula Uno. Para la edición del año 2021, contó con 372.000 asistentes durante los tres días del evento. La celebración del acontecimiento significó un impacto económico de, en pesos mexicanos, 14 mil 375 millones (alrededor de USD 668 millones) (Infobae, 2021).

Por otra parte, la ciudad de San Pablo es sede del Gran Premio de Brasil de la Fórmula Uno. La competencia del año 2019 significó un impacto económico total de USD134 millones (Marketing Registrado, 2021). Para la edición del año 2021, se vendieron 170.000 entradas para los tres días de actividad, que oscilaron entre USD100 y USD2.300 (Marca, 2021).

A modo de síntesis, a continuación (Tabla I) se presentan las repercusiones turísticas de los eventos deportivos mencionados anteriormente.

Tabla I

**Repercusiones turísticas de eventos deportivos automovilísticos a diferentes escalas**

<b>Destino / ciudad</b>	<b>Evento</b>	<b>Año</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos</b>
Vila Real (Portugal)	Campeonato Mundial de Turismos	2016	198.000	€15 millones
Le Mans (Francia)	24 Horas de Le Mans	2018	250.000	€82.5 millones
Córdoba (Argentina)	34° edición del Mundial de Rally	2014	800.000	USD38 millones
Argentina	Rally Dakar	2017	150.000	USD5.6 millones
Indianápolis (Estados Unidos)	Indy 500	2018	-	€267 millones

México	NASCAR Peak México Series	2019	106.713	U\$D3.26 millones
Ciudad de México	Gran Premio de Fórmula Uno	2021	372.000	U\$D668 millones
San Pablo (Brasil)	Gran Premio de Fórmula Uno	2019	-	U\$D156 millones

Fuente: Sepúlveda, T., 2022.

### 2.2.2. Eventos automovilísticos en Argentina

Argentina dispone de una amplia oferta de eventos deportivos automovilísticos. En lo que respecta a circuitos de automovilismo presenta un total de cuarenta y cinco autódromos, de los cuáles aproximadamente veinte tienen actividad vigente (Carburando, 2022). En los últimos diez años, se han inaugurado autódromos en diferentes puntos del país, como en las ciudades de Termas de Río Hondo (Santiago del Estero), Toay (La Pampa), Villa Mercedes (San Luis), San Juan, San Nicolás de los Arroyos (Buenos Aires); sumado a las remodelaciones del Autódromo de Bahía Blanca (Buenos Aires) y otras plazas del país. Para el año 2022, se encuentran en construcción circuitos en El Calafate (Santa Cruz) y en Sáenz Peña (Chaco).

En una emisión del programa deportivo Carburando (2022), los periodistas deportivos Leonardo Regueira, Christian Rouco y Mauricio Mansilla comentaron que muchas políticas implementadas por los gobiernos provinciales giran en torno al deporte de motor, a modo de ejemplo en San Juan con el caso del circuito de Villicum. La cuestión radica en mantener en el tiempo estas medidas para que no suceda como en algunos escenarios del país, en donde los espacios quedan, por diversas razones, en el olvido sin continuación de la actividad deportiva de nivel internacional o nacional. Ejemplos de ello son los circuitos de Villa Mercedes y Potrero de Los Funes (provincia de San Luis) o en Río Gallegos (provincia de Santa Cruz). De esta manera, mencionan que este tipo de proyectos deberían ejecutarse a largo plazo, sin pensarlo desde las dirigencias políticas, justificando las grandes inversiones promovidas en las retribuciones que generan los eventos de esta tipología, como por ejemplo en la actividad turística, en alojamiento y gastronomía. A su vez, sostienen que es necesario que se presenten eventos con regularidad en los diferentes escenarios disponibles en todo el país, para proporcionarles actividades a los circuitos.

En lo que respecta a categorías nacionales que nucleen eventos automovilísticos deportivos, se destacan:

- ❖ Turismo Carretera (TC): implica a la categoría más antigua del país, originada en 1937. De acuerdo a datos provistos por la Asociación Corredores de Turismo Carretera (ACTC), para el año 2019, el TC contó con aproximadamente 575.000 asistentes en un total de quince fechas disputadas en diez provincias, lo que resulta un promedio de 38.333 personas por evento (Coronel, 2020).
- ❖ TC 2000: en su sitio Web se define como “la categoría automovilística más sofisticada y de mayor desarrollo tecnológico en Latinoamérica” (Super TC2000, 2022). Para el año 2019, esta categoría registró 130.500 asistentes en doce competencias (Campeones, 2019).
- ❖ Turismo Nacional (TN): comprende una de las categorías más federales, al contar con la participación de pilotos provenientes de diecisiete provincias (APAT, 2022). La categoría fue presenciada por 68.000 personas con la presentación de doce carreras en el año 2019 (Campeones, 2019).
- ❖ Top Race: dispone de autos modernos de alta gama preparados para la competición. Para el año 2019, contó con 50.500 espectadores en doce eventos (Campeones, 2019).
- ❖ Fórmula 4 Argentina: la categoría de monoplazas comprende el primer paso, luego del karting, para aquellos pilotos que aspiran a competir en la Fórmula Uno. La temporada del año 2021 constituyó la edición inaugural en la Argentina.

### **2.2.2.1. Repercusiones turísticas producidas en destinos nacionales**

A continuación, se presentan repercusiones turísticas de eventos deportivos motorizados en diferentes destinos del país.

La provincia de Neuquén dispone del Autódromo Parque Provincia de Neuquén, ubicado en Centenario, próximo a la ciudad capital. Para la presentación del Turismo Carretera (TC) en el año 2019, se estimaron ingresos en alojamientos por más de \$29 millones con la venta de 6.775 camas a 4.268 personas en 64 alojamientos habilitados de Centenario y Neuquén. El evento fue presenciado por 72.000 personas. Por otra parte, el TC desarrolló la segunda fecha del campeonato 2022 en el escenario mencionado. El acontecimiento fue presenciado por 60.000 espectadores, generando un impacto económico de \$400 millones (Ministerio de Turismo de Neuquén, 2022).

Por otro lado, en la ciudad de Viedma, capital de la provincia de Río Negro, se lleva a cabo la apertura del calendario de eventos del Turismo Carretera (TC) desde el año 2016. De

acuerdo con información publicada en el Portal de Comunicación de Río Negro (2022), la edición del año 2020 del TC, convocó a 35.000 asistentes con un impacto económico de \$110.000.000. Durante los tres días de competencia, la capacidad hotelera estuvo completa junto con el pleno trabajo del rubro gastronómico.

La provincia de Entre Ríos cuenta con tres autódromos, localizados en las ciudades de Paraná, Concordia y Concepción del Uruguay, en los que se presentan las categorías del automovilismo nacional. La competencia del Turismo Carretera desarrollada en Paraná en el año 2019 generó ingresos por \$30 millones durante el fin de semana, logrando una ocupación hotelera del 90%. Para este destino, el 70% de los turistas arribados se movilizaron como producto de los eventos deportivos. En relación con la actividad turística, la presencia de estos eventos fomenta a las empresas de hotelería, gastronomía y aquellas vinculadas con el sector comercial en temporadas de menor afluencia turística. Por otra parte, para la ciudad de Concordia, los acontecimientos deportivos atraen, además de asistentes nacionales, a extranjeros provenientes de Uruguay (Diario Río Uruguay, 2020).

En Santiago del Estero, la ciudad de Termas de Río Hondo se ha posicionado tanto a nivel nacional como internacional en el segmento de turismo deportivo a través de los eventos deportivos de motor desarrollados en el Autódromo Internacional Termas de Río Hondo. En el año 2017, se desarrolló una fecha compartida entre el campeonato brasileño Porsche GT3 Cup Challenge y el Turismo Carretera. El acontecimiento deportivo produjo un impacto económico, en pesos argentinos, de más de \$70 millones con la presencia de 35.000 espectadores (Ministerio de Turismo de la Nación, 2017).

En la ciudad de Termas de Río Hondo se realiza de manera anual el Gran Premio de MotoGP Argentina, contemplado en el Campeonato Mundial de Motociclismo. La ciudad se presenta como la única referencia sudamericana de dicho campeonato. Para la edición de la tercera fecha del campeonato de MotoGP en el año 2022, el evento fue presenciado por 186.759 personas durante los tres días del evento. La llegada de turistas se reflejó en el ingreso a la ciudad de unos 60.000 vehículos, más de 50 vuelos (entre comerciales, privados y charters) y una ocupación entre los días jueves y domingo del 97% en hoteles de una y dos estrellas, el 95% para establecimientos de tres estrellas y el 100% para alojamientos de cuatro y cinco estrellas (Ministerio de Turismo y Deportes de La Nación, 2022). El impacto económico del evento fue de, en pesos argentinos, \$3.200 millones implicando a la región norte del país en los rubros de hotelería, gastronomía, ocio y gastos directos e indirectos. Conforme con información publicada por el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, el incremento

de la llegada de turistas extranjeros es resultado de la estrategia de promoción internacional desarrollada por el INPROTUR a través de ferias de turismo presentes en diferentes destinos, a modo de ejemplo Fitur (España) y Anato (Brasil y Colombia).

Respecto al posicionamiento turístico de la ciudad de Termas de Río Hondo, el Secretario Ejecutivo del Instituto Nacional de Promoción Turística, Ricardo Sosa, mencionó:

“...desde la primera edición del Moto GP hasta ahora la ciudad tuvo un crecimiento exponencial que se ve reflejado en la multiplicación de plazas hoteleras, en servicios e infraestructura a partir de una inversión planificada y pensada para el desarrollo del turismo como estrategia de crecimiento” (Ministerio de Turismo y Deportes de La Nación, 2022).

Con este escenario, la ciudad de Termas de Río Hondo logró consolidarse turísticamente, pasando de ser un destino tradicional para la tercera edad, con un promedio de 350 mil turistas anuales distribuidos en cuatro meses de actividad, a disponer de diez meses de temporada con más de un millón de turistas. La mitad de ellos, corresponde a turistas relacionados con eventos deportivos de categoría internacional y nacional, junto con otros eventos programados y el resto, por turistas a nivel general. Estos resultados fueron consecuencia de las acciones desarrolladas por el gobierno de la provincia de Santiago del Estero a través de la dotación de una gran infraestructura de turismo a la ciudad de Termas de Río Hondo. Entre ellas, se destacan la instalación de un nuevo aeropuerto, la construcción de un hotel dentro del autódromo, la recuperación del Centro de Convenciones y Congresos, entre otras acciones. Sumado a esto y en virtud de la presencia del acontecimiento de MotoGP, la ciudad de Termas de Río Hondo se ha posicionado como destino turístico, colaborando consecuentemente con el posicionamiento de la Argentina en el mapa del turismo deportivo mundial (Ledesma Abdala De Zamora, et al., 2020).

Otra provincia que se ha desarrollado como un destino de turismo deportivo es San Juan. La ciudad es sede, por medio del Autódromo San Juan Villicum, de una fecha del Campeonato Mundial de Superbike (WSBK), categoría internacional de motociclismo. Para la cita del año 2018, en la fecha N°12 del WSBK, se registró el mayor número de espectadores en los últimos tres años de la categoría, con un total de 81.569 asistentes durante los tres días del evento. Por otra parte, para la edición del año 2019 el acontecimiento deportivo generó, en pesos argentinos, \$411.167.590 en los distintos sectores económicos y comerciales, con una ocupación hotelera del 100% en la ciudad de San Juan y alrededores, y un 83% en toda la provincia. De acuerdo con datos publicados por el Observatorio Turístico Provincial (SI Gobierno de San Juan, 2022), en una encuesta realizada a 2.300 personas se detectó la



presencia de 19% de extranjeros procedentes de países limítrofes, América del Norte y Europa. Se estimó una presencia de 19.302 turistas. La estadía promedio para los extranjeros se situó en cinco noches en la provincia, y para los nacionales fue de cuatro noches. Por último, el gasto promedio diario fue de \$6.956 para turistas extranjeros y de \$3.258 para los nacionales.

A modo de resumen, en la Tabla II se presentan las repercusiones generadas por los eventos, mencionadas anteriormente.

Tabla II  
Repercusiones turísticas producidas en destinos nacionales

Destino / ciudad	Evento	Año	Espectadores	Ingresos (en pesos argentinos)
Neuquén	Turismo Carretera	2019	72.000	\$29 millones
		2022	60.000	\$400 millones
Viedma	Turismo Carretera	2020	35.000	\$110 millones
Paraná	Turismo Carretera	2019	-	\$30 millones
Termas de Río Hondo	Porsche GT3 Cup y Turismo Carretera	2017	35.000	\$1.600 millones
	Gran Premio de Moto GP Argentina	2019	170.000	\$3.200 millones
2022		186.759		
San Juan	12° fecha del Campeonato Mundial de Superbike	2018	81.569	-
		2019	-	\$411 millones

Fuente: Sepúlveda, T., 2022.

### 2.2.3. Consecuencias del COVID-19 en los eventos automovilísticos

A partir del surgimiento del COVID-19, sobre finales del año 2019, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró, en el mes de marzo de 2020, al mismo como una pandemia. A causa de esta determinación, se recomendaron una serie de medidas de aislamientos dirigidas sobre los gobiernos, instituciones y empresas de diferentes sectores, de todo el mundo. Los eventos deportivos de las diferentes disciplinas fueron suspendidos. En este sentido, las diferentes categorías de automovilismo debieron cancelar acontecimientos y adoptar medidas protocolares y de saneamiento para la reanudación de las actividades.

Las principales consecuencias de la pandemia del COVID-19 sobre los eventos automovilísticos y en su vinculación con la actividad turística, se reflejaron en la celebración de los eventos sin la presencia de público, la reducción de personal en los equipos, el ajuste y disminución de acontecimientos en los calendarios deportivos durante el año 2020 y la

adaptación a diferentes protocolos de seguridad sanitarios. Además, durante la temporada del año 2020, las actividades del deporte motor debieron reorganizar los destinos anfitriones. A modo de ejemplo, en Argentina los acontecimientos de carácter nacional se concentraron en la provincia de Buenos Aires, en Ciudad Autónoma de Buenos Aires, La Plata y San Nicolás de los Arroyos, y en la provincia de San Juan.

En lo que respecta a la Argentina, los eventos deportivos fueron suspendidos a partir del 20 de marzo de 2020, en referencia al Decreto Nacional N°260/20 (2020) que dispuso el aislamiento social, preventivo y obligatorio. Luego de un periodo de seis meses sin actividades, el automovilismo fue la primera disciplina en realizar un evento deportivo con la presentación del Turismo Carretera, posterior a 188 días de la última referencia de esta categoría. El acontecimiento se desarrolló sin la presencia de público, con un estricto protocolo para los participantes, en la ciudad de San Nicolás de los Arroyos (Provincia de Buenos Aires).

En la medida en la que las restricciones impuestas por la pandemia comenzaron a flexibilizarse, se habilitó el regreso del público estableciendo porcentajes de aforos de acuerdo a los espacios disponibles y la situación sanitaria. A partir del año 2021, las categorías comenzaron a regresar a los destinos donde se celebraban los eventos, anterior a la pandemia. Sobre finales del mes de octubre de 2021, se anunció la habilitación del 100% de aforo para eventos masivos al aire libre, en los que se incluyó a las competencias automovilísticas (Díaz Mendez, 2021). Por último, a mediados de marzo de 2022, la Asociación Corredores de Turismo Carretera confirmó las fechas y escenarios de sus categorías, para todo el transcurso del año, con la participación de once provincias.

## **2.3. Marco regulativo y legal**

### **2.3.1. Requerimientos de los eventos automovilísticos**

En lo que respecta a los eventos internacionales de automovilismo, la Federación Internacional del Automóvil (FIA) dispone las pautas que rigen los requisitos que se deben cumplir en los circuitos para obtener el grado de homologación de la Institución. Las licencias otorgadas implican seis niveles con distintas subcategorías cada una. A modo de ejemplo, para albergar un Gran Premio de Fórmula Uno, el circuito debe contar con la licencia de grado uno, que representa la de mayor jerarquía.

Por lo que se refiere a Argentina, de acuerdo con la ACTC (2015), para la utilización de un autódromo en competencias del Turismo Carretera y para categorías similares se debe cumplir con una serie de requisitos mínimos. Entre las solicitudes más importantes, se disponen medidas mínimas del circuito, señalización y control en los accesos, contar con sector de boxes y torre de control, instalaciones sanitarias, alambrado en los perímetros del circuito, sistemas de seguridad para el público, entre otros requerimientos.

### **2.3.2. Planificación turística de la provincia de La Pampa**

En lo que refiere a la actividad turística, la provincia de La Pampa dispone de una Secretaría de Turismo. Desde el organismo, siguiendo al sitio Web de la Secretaría de Turismo de La Pampa (2022), se plantea al turismo como una “política de Estado”.

En el año 2013, el gobierno de La Pampa junto con el Consejo Federal de Inversiones (CFI) elaboró el Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico de La Pampa, que considera un horizonte temporal de diez años. El objetivo principal de esta planificación es proyectar un desarrollo turístico competitivo y sustentable en términos económicos, sociales y ambientales para diversificar y complementar la economía de la provincia. Dentro del plan, se formuló la regionalización turística de la provincia a través de un mapa de oportunidades con los respectivos componentes del espacio turístico (Consejo Federal de Inversiones, 2013).

En cuanto a normativas legales, en el año 2018 se aprobó la Ley N°3.092 que declara al turismo de “...interés provincial como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo integrado del territorio provincial” (Ley Provincial N°3.092, 2018: 1). La regulación involucra a turistas, prestadores turísticos, organismos e instituciones del sector público, privado o mixto de alcance provincial. Entre sus objetivos se hace referencia al manejo de los atractivos y servicios turísticos; optimizar la gestión de calidad y profesionalización en recursos humanos; impulsar el desarrollo equilibrado; concientizar a la población local y aplicar medidas destinadas a los turistas. Por otra parte, entre otros aspectos abordados, se incluyen los requisitos para la declaración de municipio turístico o comisiones de fomento turísticas.

Por otro lado, en el año 2019 a través de un trabajo conjunto entre el gobierno provincial y el CFI se elaboró el Plan de Gestión 2019-2023. El mismo comprende una herramienta para la gestión turística provincial durante el periodo considerado. Se diseñaron términos de

referencia (TDR), que implican las tareas previstas a desarrollar en el Plan. Entre estas labores, se consideran: la elaboración de un mapa de los actores provinciales vinculados con la actividad turística; la definición de las variables para realizar un diagnóstico; el relevamiento y análisis de antecedentes; la determinación de las estrategias a seguir, en conjunto con la definición de propuestas y proyectos; y la elaboración de un protocolo de seguimiento (Consejo Federal de Inversiones, 2019).

Por último, en el mes de septiembre de 2021, se presentó un Proyecto de Ordenanza para la declaración “...de carácter Estratégico Municipal el fomento y promoción de la actividad turística de la ciudad de Toay” (Ladreche, 2021: 2). Entre las consideraciones, se hace hincapié en la Ley Provincial de Turismo N°3.092 y el potencial de desarrollo turístico deportivo en la localidad. De igual manera, la ciudad de Santa Rosa se adhirió, por medio del Honorable Concejo Deliberante, a la normativa turística provincial mencionada anteriormente.

Sumado a las herramientas de planificación, en términos de profesionalización del sector turístico, en la Universidad Nacional de La Pampa con sede en la ciudad de Santa Rosa se dicta la carrera de Licenciatura en Turismo desde el año 2018.

### **2.3.2.1. Consideración de los eventos deportivos automovilísticos**

En el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico (2013), las ciudades de Santa Rosa y Toay conforman, dentro de la regionalización turística provincial, una puerta actual que comprende una “bisagra de comunicación central de La Pampa y base de todos los servicios” (Consejo Federal de Inversiones, 2013: 93). En base a los eventos desarrollados, se busca potenciar el segmento de turismo de reuniones, de acuerdo con los referentes turísticos de la provincia, “...se ha planteado la necesidad de conformar una unidad estratégica de congresos y convenciones o, en su defecto, comenzar a posicionar la Puerta Santa Rosa – Toay como destino de eventos” (Consejo Federal de Inversiones, 2013: 93).

En una sección del Plan denominada “Ejes estratégicos de actuación” se presentan diferentes programas que derivan en proyectos. Entre los relacionados a los eventos, se encuentra un programa de consolidación de los actores vinculados al sector turístico que incluye al proyecto “Conformación de una Unidad Estratégica de Eventos en la Puerta Santa Rosa – Toay” (Consejo Federal de Inversiones, 2013: 123). Por otra parte, el programa de

“Consolidación de los productos turísticos actuales”, comprende al proyecto “Turismo de eventos” (Consejo Federal de Inversiones, 2013: 124).

A su vez, en el análisis FODA presentado en el Plan se alude como fortaleza a la presencia de un amplio calendario de eventos programados. Por otra parte, la planificación desarrolla un inventario de atractivos turísticos. En el mismo, se posiciona a las “carreras automovilísticas” en la categoría de acontecimientos programados dentro de la tipología deportivos. El atractivo de automovilismo, alcanzó la jerarquía de tres sobre un total de cinco puntos, siendo la valoración más elevada en lo que respecta a los acontecimientos programados. Los atractivos comprendidos en la jerarquía tres, reúnen a aquellos “...con algún rasgo llamativo capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones ya sean turísticas o no (actuales y potenciales)” (Consejo Federal de Inversiones, 2013: 78). Por último, la planificación incluye una matriz de coeficiente inducido de desarrollo turístico (CIDT) aplicada sobre cada región turística y las categorías de los atractivos. El mismo se conforma a partir de la cantidad de atractivos turísticos, el índice de la jerarquización de cada uno de ellos y el índice de infraestructura. Los resultados obtenidos, que otorgan valores referidos a las posibilidades de desarrollo turístico de las regiones turísticas de La Pampa, posicionan a la Puerta Santa Rosa – Toay en el primer lugar (Consejo Federal de Inversiones, 2013).

En relación al Plan de Gestión del año 2019 en el mismo se menciona que, a nivel provincial, “...es importante analizar y potenciar el turismo vinculado a los eventos en general y los deportivos en particular” (Consejo Federal de Inversiones, 2019: 134). También, en el análisis FODA, se incluye como fortaleza al turismo de eventos, considerándolo un segmento para el desarrollo de productos turísticos. A su vez, el Autódromo Provincia de La Pampa se incluye como fortaleza y oportunidad, distinguiendo su capacidad para la organización de eventos. Por otra parte, se destaca la conformación del Bureau de Eventos y Convenciones con la posibilidad de presentarse como un destino organizador de eventos, viajes de incentivos y exposiciones de carácter regional, nacional e internacional. Se propone la elaboración de una agenda de eventos y la implementación de inversiones en lo que respecta al turismo de reuniones. Por último, vinculado a la infraestructura y la conectividad, se indica la posibilidad de utilizar espacios como el Autódromo Provincial para el desarrollo de actividades turísticas (Consejo Federal de Inversiones, 2019).

### 2.3.3. Planificación de las ciudades de Toay y Santa Rosa

La ciudad de Toay cuenta con el Plan Estratégico Territorial, que fue elaborado en el año 2014. El mismo comprende una etapa analítica de diagnóstico y una fase propositiva con lineamientos estratégicos, programas y proyectos, en conjunto con la reformulación del Código de Ordenamiento Urbano. En lo que refiere al Autódromo Provincia de La Pampa, se le designó una zona de uso específico, categoría que se define como “...zona destinada al resguardo del valor estratégico de ciertos predios de singular extensión y localización, en los que están instalados equipamientos públicos específicos de escala urbana o regional” (Subsecretaría de Planificación Territorial de la Inversión Pública de la Nación, 2014: 164). De esta manera el Autódromo Provincial, siguiendo al mismo autor (2014: 165), comprende un “...distrito destinado a la práctica del automovilismo deportivo y a la realización de grandes eventos recreativos con concurrencia masiva de público e impacto regional”.

En cuanto a la ciudad de Santa Rosa, la misma conforma una puerta actual en el Plan Estratégico de Turismo Sustentable, componente del espacio turístico definido como “accesos simbólicos y funcionales a todos los componentes del espacio turístico regional y federal; núcleos urbanos proveedores de servicios turísticos, convenientemente equipados como nodos de comunicaciones” (Ministerio de Turismo de La Nación, 2015: 123).

Además, la ciudad dispone del Plan Estratégico para el Desarrollo de Santa Rosa 2050, elaborado en el año 2018. El mismo implica un proceso de planificación a mediano y largo plazo para la ciudad capital de la provincia de La Pampa, con cuatro ejes que involucran al desarrollo social, económico, urbano y ambiental. En lo que respecta al desarrollo económico, entre los ejes estratégicos, se menciona la posibilidad de “...diseñar ofertas turísticas y de eventos que potencien la llegada y permanencia de personas en la ciudad” (Ferro Moreno, et al., 2018: 80). Sumado a lo anterior, se hace referencia a los atractivos, a modo de ejemplo el Casino Club y el Autódromo Provincial, como relevantes en la dinámica de turistas hacia el destino. Dentro de los resultados esperados, se plantea posicionar a la ciudad en el sector de servicios y eventos.

# CAPÍTULO III



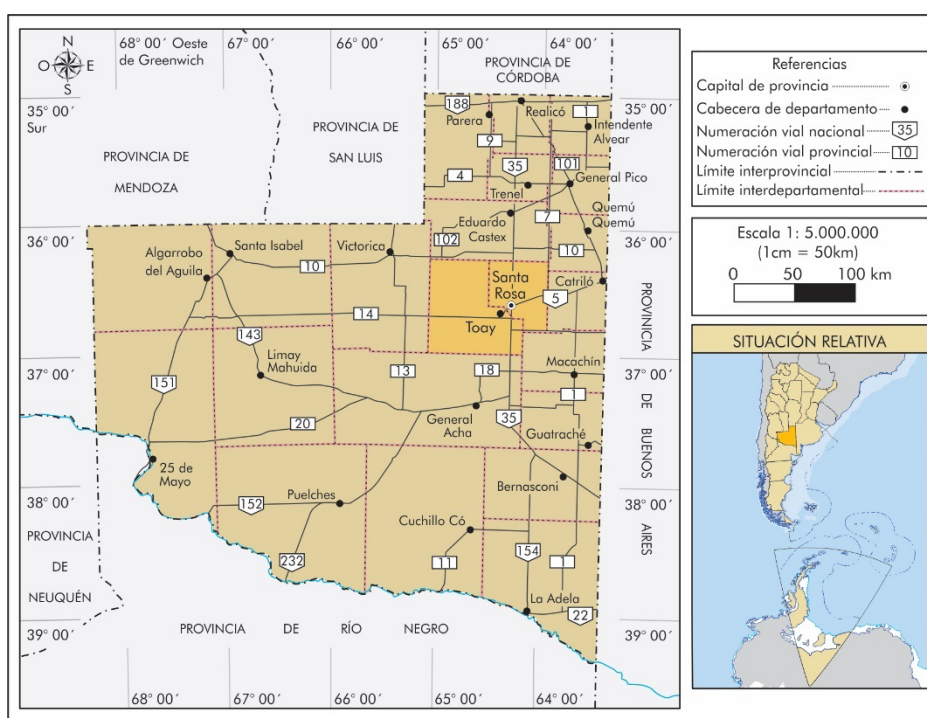
**Caracterización del área de estudio**

## Capítulo III: Caracterización del área de estudio

### 3.1. Localización geográfica

La provincia de La Pampa se posiciona en el centro del país, limitando al norte con las provincias de Córdoba y San Luis, al sur con Río Negro, al este con Buenos Aires, al noroeste con Mendoza y suroeste con Neuquén (Figura 2). Comprende una superficie total de 143.440 km<sup>2</sup>, que representan el 6% del total nacional y cuenta con una población de 314.000 habitantes (Consejo Federal de Inversiones, 2013).

Figura 2  
Localización del área de estudio

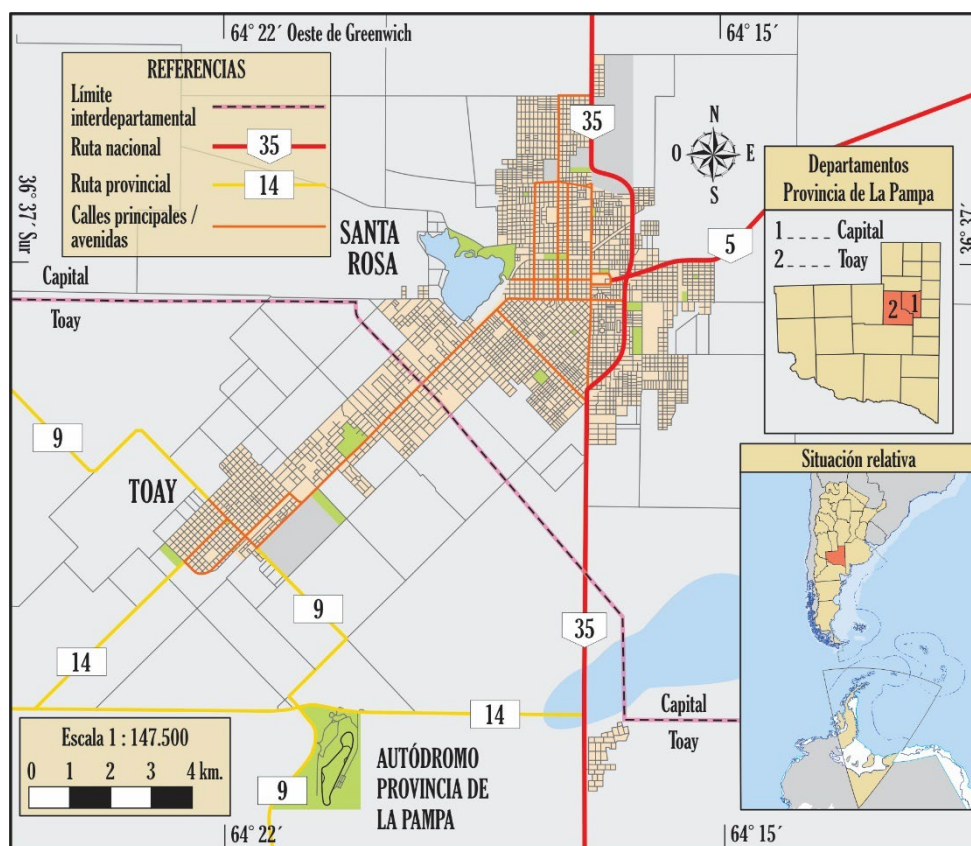


Fuente: Sepúlveda, T., 2020, sobre la base de Instituto Geográfico Nacional, 2016.

En lo que comprende al área de estudio, Santa Rosa es la ciudad capital de La Pampa y se localiza en el centro-este de la provincia, dentro del departamento denominado Capital. De acuerdo al Censo elaborado por INDEC en 2010, dispone de una población de 103.241 habitantes (Gobierno de La Pampa, 2022). Por otro lado, la ciudad de Toay se encuentra emplazada a 11 km de la capital, al suroeste de la misma, conectándose por medio de la Avenida Presidente Juan Domingo Perón. La localidad de Toay se localiza dentro del departamento homónimo y cuenta con 12.134 habitantes (Gobierno de La Pampa, 2022). Los ejidos urbanos de ambas ciudades se han extendido, provocando la conexión de las localidades y la conformación de un conglomerado urbano (Figura 3) (Ferro Moreno, et al., 2018).



Figura 3

**Conglomerado urbano de las ciudades de Santa Rosa y Toay**

Fuente: Sepúlveda, T., 2020, sobre la base de SAS Planet, 2022.

**3.2. Productos turísticos pampeanos**

Desde el sitio Web oficial de la Secretaría de Turismo de La Pampa, se presentan diferentes “experiencias” como parte de la oferta turística provincial. Ellas son: experiencia rural, vinculada a la tipología turística en cuestión y estancias; experiencia bienestar, relacionada con el turismo salud; experiencia cultural, asociada a tradiciones de la provincia en conjunto con el turismo étnico y religioso; experiencia aventura, que agrupa actividades aéreas, náuticas y terrestres; y por último, la experiencia cinegética, que comprende a la modalidad turística desarrollada en cotos de caza habilitados (Secretaría de Turismo de La Pampa, 2022).

Se debe agregar que la provincia cuenta con un área protegida a nivel nacional denominada Parque Nacional Lihué Calel, ubicado a 230 km al sudoeste de la ciudad de Santa Rosa. El propósito del mismo consiste en “...preservar el sistema serrano y las especies de fauna y flora endémicas, así como los yacimientos arqueológicos y sitios históricos que forman parte del patrimonio cultural” (Duval, 2017: 5).

### 3.3. Oferta turística de las ciudades de Toay y Santa Rosa

La ciudad de Santa Rosa, siguiendo lo descripto por el Consejo Federal de Inversiones (2013), dispone de una gran infraestructura destinada a los turistas, en la que se incluyen alojamientos de todas las categorías, aeropuerto, diferentes propuestas gastronómicas, clubes de diversos deportes, entre otros. La ciudad se comporta como un “...importante centro urbano y turístico de la provincia” (Santa Rosa Municipio, 2022).

Respecto a la oferta de alojamiento, de acuerdo a información brindada por la Secretaría de Turismo de La Pampa (2022), Santa Rosa cuenta con, aproximadamente, 2.086 plazas. En lo que refiere a servicios de transporte, posee un aeropuerto de cabotaje que conecta con la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Por otra parte, la terminal de ómnibus, dispone de servicios de transporte de media y larga distancia hacia los diferentes puntos del país. Además, la ciudad cuenta con cuatro empresas de alquiler de autos. En relación a la actividad gastronómica, entre restaurantes, bares, panaderías, heladerías y otros lugares gastronómicos, suma un total de 57 establecimientos (Santa Rosa Municipio, 2022). Otro componente de la oferta turística comprende a los atractivos turísticos, siguiendo a los sitios Webs oficiales de la Secretaría de Turismo de La Pampa (2022) y del Municipio de Santa Rosa (2022), la ciudad presenta áreas verdes, museos y sitios culturales. Entre los atractivos se destacan la Reserva Natural Urbana La Malvina, Parque Recreativo Don Tomás, Museo Provincial de Artes, Teatro Español, Casino Club, entre otros. Por último, de acuerdo al sitio Web del Ministerio de Turismo y Deportes de La Nación (2022) y en base a la clasificación de la Ley de Agentes de Viajes (Ley Nacional N°18.829), en la ciudad existen 26 empresas de viajes y turismo (E.V.T.) y cinco agencias de turismo (A.T.). Si bien de acuerdo al sitio Web oficial de la Secretaría de Turismo La Pampa (2022) cinco empresas brindan servicios de turismo receptivo, Romero (2022) mencionó que son dos las agencias receptoras y el resto de las empresas ofrece servicios emisivos o de turismo estudiantil.

En lo que se refiere a la oferta turística de la localidad de Toay, la misma presenta diferentes propuestas gastronómicas, siendo el mismo un sector en crecimiento. Con respecto a los atractivos turísticos, de acuerdo a las páginas Webs oficiales de la Secretaría de Turismo de La Pampa (2022) y de la Municipalidad de Toay (2022), la localidad dispone de áreas verdes destacándose principalmente el Jardín Botánico Provincial. A su vez, presenta museos, entre ellos la Casa Museo Olga Orozco y el Museo Vieja Estación del Ferrocarril. Como atractivo deportivo se destaca la presencia del Autódromo Provincia de La Pampa. Así mismo, dentro del departamento de Toay, a una distancia de 35 kilómetros, se ubica la Reserva Provincial

Parque Luro. Conforme al Plan de Gestión Turístico de La Pampa de 2019, la reserva es el recurso con mayor posicionamiento turístico dentro de la provincia en virtud de su ubicación, de disponer bienes con declaratoria de Monumento Histórico Nacional y por ser la única área protegida que preserva el bosque de caldén. Entre los años 2011 y 2017 tuvo una asistencia promedio de 66.989 visitantes por año, alcanzando un pico de 81.878 asistentes en el año 2012 (Consejo Federal de Inversiones, 2019).

### **3.4. Eventos automovilísticos en la provincia de La Pampa**

Los eventos deportivos de motor que se presentan en la provincia se celebran, en su gran mayoría, en el Autódromo Provincia de La Pampa. Entre las categorías nacionales, se desarrollan de manera anual fechas del Turismo Carretera, Turismo Nacional, TC 2000, Turismo Pista, TC Mouras y Fórmula Argentina. Así mismo, se han presentado eventos del Top Race y del Superbike Argentino, categoría de motociclismo nacional.

A nivel provincial, la Federación Pampeana de Automovilismo Deportivo (FEPAD) nuclea a cinco categorías zonales de asfalto, entre ellas Zonal 2000, Supercar Pampeano, Promocional del Centro Pampeano, Turismo Promocional Standard y Turismo Pista Pampeano. Las fechas comprendidas en el calendario deportivo se desarrollan, en mayor parte, en el Autódromo Provincia de La Pampa. Además, se han realizado competencias en Bahía Blanca, Pigüé, Olavarría, 9 de Julio, Viedma, Río Cuarto y San Luis. Por otra parte, la FEPAD tiene a su cargo a las categorías de Safari Pampeano y Karting Pampeano, que disputan competencias en circuitos de tierra de diferentes localidades de La Pampa y ocasionalmente de la provincia de Buenos Aires. Sumada a las anteriores, la categoría del TC Pampeano también comprendida en la Federación, disputa competencias en pistas de tierra en localidades del oeste de la provincia de Buenos Aires (Genovesio, 2022).

Por último, a nivel local se presentan competencias de picadas de autos y motos en el Autódromo Provincia de La Pampa, bajo el nombre Picadas Pampeanas. A su vez, estas competiciones se han desarrollado en Pigüé (provincia de Buenos Aires).

#### **3.4.1. Antecedentes de eventos automovilísticos en La Pampa**

El primer precedente de eventos automovilísticos en la provincia de La Pampa alude a la inauguración de la categoría del Turismo Carretera con la celebración del Gran Premio

Argentino, en el año 1937 (ACTC, 2022). La competencia contempló un recorrido de 6.894 kilómetros, divididos en diez etapas, visitando catorce provincias. La provincia de La Pampa formó parte de la octava etapa. A lo largo de los años, Santa Rosa participó de ediciones del Gran Premio, comportándose como ciudad cabecera (Gran Premio Online, 2015).

A partir de fines de la década del '40 y principios del '50, el Turismo Carretera comenzó a organizar competencias denominadas "Vueltas", que consistieron en la disposición de la carrera en distintas etapas y desarrolladas en circuitos por caminos en rutas. La provincia formó parte de las mismas bajo los nombres de Vuelta de La Pampa y Vuelta de General Pico. Este evento fue realizado en la provincia, de manera intermitente, hasta 1979 (ACTC, 2022). Años más tarde, el 4 de diciembre de 1986, se desarrolló en La Pampa la última competencia bajo el formato de Gran Premio del Turismo Carretera, contemplando tres etapas con un total de 1.533 kilómetros (Perco, 2017).

En lo que respecta a la ciudad de Santa Rosa, se organizaban actividades automovilísticas en el Autódromo Parque Ciudad de Santa Rosa. En el año 1978 se inauguraron obras de infraestructuras en el Autódromo con la presentación de categorías zonales de autos y motos. El evento fue presenciado por alrededor de 10.000 espectadores (Robelito Motors, 2011). En los años 1983 y 1987 se desarrollaron dos competencias de Turismo Carretera en el escenario mencionado. La edición del año 1987 fue la última visita de la categoría a la provincia, hasta la inauguración del nuevo autódromo ubicado en Toay, en el año 2012.

Entre otras categorías de carácter nacional que tuvieron presencia en el Autódromo de la ciudad de Santa Rosa se encuentran el TC 2000, Turismo Nacional y Top Race (Perco, 2020). Respecto a la organización de carreras, la última referencia en el autódromo de la capital pampeana tuvo lugar el 13 de noviembre de 2011 con la presentación de seis categorías zonales a cargo de la Federación Pampeana de Automovilismo Deportivo (FEPAD). El último acontecimiento organizado en el Autódromo sucedió en el año 2015, cuando se desarrollaron picadas de autos y motos. En febrero de 2020 se comenzó con la demolición total del predio, el cual se encontraba abandonado e inactivo en cuanto a actividades de motor (Perco, 2020).

Por otra parte, en lo que refiere a nivel internacional, la provincia formó parte de las ediciones de los años 2009, 2010 y 2012 del Rally Dakar, en donde la ciudad de Santa Rosa se comportó como punto de parada, lo que en la categoría se conoce con el nombre de "bivouac". En estos lugares, se realizan los campamentos base donde los participantes llegan y descansan entre las etapas. En relación con la actividad turística, en el año 2008, el

gobierno de La Pampa firmó un convenio de cooperación con la Secretaría de Turismo de La Nación a través de la Ley Provincial N°2.466 (2008). En el mismo, las partes acordaron ejecutar una relación recíproca vinculada a tareas de difusión de los temas de interés para la promoción del país, en el marco organizativo y de celebración del Rally Dakar y de acuerdo con las finalidades de la Ley Nacional de Turismo N°25.997.

### **3.4.2. Organismos relacionados con la gestión de eventos deportivos**

En relación a las instituciones vinculadas a la organización y celebración de eventos deportivos en la provincia de La Pampa, se destaca la presencia de las varias entidades descriptas a continuación.

- ❖ Secretaría de Turismo de La Pampa: representa al organismo oficial de turismo de la provincia de La Pampa, el cual se conforma como Secretaría de Estado dependiente de manera directa del Poder Ejecutivo Provincial. La Secretaría, de acuerdo con Romero (2022), desempeña tareas de difusión y promoción en lo referido a eventos deportivos en conjunto con la confección de un calendario de acontecimientos programados.

- ❖ Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones: representa y nuclea a las empresas vinculadas con la industria de eventos. Entre sus objetivos, busca posicionar a la ciudad de Santa Rosa como destino de reuniones, congresos y convenciones a nivel regional, nacional e internacional (Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones, 2022). De acuerdo a información brindada por medio de una comunicación personal, por el momento, en el Bureau no se encuentran trabajando como institución, sino que se desempeñan como un grupo miembro de la Cámara de Comercio de La Pampa. Se mencionó que el organismo aún no está conformado de manera consolidada como otros bureaux del país. A su vez, no se han desarrollado tareas relacionadas con las actividades celebradas en el Autódromo (Bagliani, 2022).

- ❖ Asociación Empresaria Hotelera y Gastronómica de La Pampa (AEHGLP): comprende a las actividades de los sectores de hotelería y gastronomía de la provincia, defendiendo sus intereses, contribuyendo en su crecimiento y desarrollo de manera conjunta con el sector turístico (Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica de La Pampa, 2022).

- ❖ Fiduciaria La Pampa S.A.P.E.M.: la empresa fue creada a través de la Ley Provincial N°3142, con el objetivo de impulsar el desarrollo y la promoción de actividades productivas, comerciales, industriales, deportivas, entre otras que influyan en interés y beneficios para La

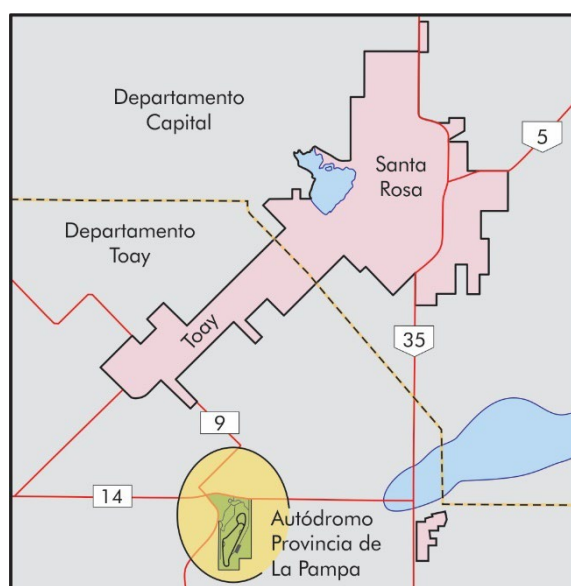
Pampa. El Estado Provincial creó el Fideicomiso Autódromo Provincia de La Pampa mediante la Ley N°3186 en el año 2019, por la cual la Fiduciaria tomó la posesión del predio. El objetivo principal consta en la maximización de la utilidad del escenario del Autódromo tanto para prácticas deportivas como para el desarrollo de actividades turísticas, sociales, culturales, recreativas, comerciales y de servicios (Fiduciaria La Pampa S.A.P.E.M., 2022). Por otra parte, en referencia a los eventos desarrollados en el Autódromo, el Fideicomiso presenta por medio de la página Web del Autódromo un calendario de eventos, detallando los acontecimientos de distintas tipologías organizados en dicho espacio (Fideicomiso Autódromo Provincia de La Pampa, 2022).

### 3.5. Autódromo Provincia de La Pampa

El Autódromo Provincia de La Pampa se localiza en las intersecciones de las rutas provinciales N°14 y N°9 en la localidad de Toay, provincia de La Pampa (Figura 4). Está ubicado a 10 kilómetros de Toay y a 18 kilómetros de Santa Rosa. Se encuentra emplazado en una ubicación estratégica dentro del territorio nacional, que favorece la llegada de los equipos y aficionados desde todo el país (Fideicomiso Autódromo Provincia de La Pampa, 2022).

Figura 4

#### Localización del Autódromo Provincia de La Pampa



Fuente: Sepúlveda, T., 2020, sobre la base de SAS Planet, 2022.

De acuerdo a las categorías establecidas por la Organización de Estados Americanos (OEA), el predio del Autódromo Provincia de La Pampa se encuentra dentro de la categoría número

cuatro, referida a realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y de tipo 4.4., que incluye a obras de arte y técnica. A su vez, los acontecimientos deportivos desarrollados en el Autódromo se consideran en la categoría número cinco, denominada acontecimientos programados y pertenecen a la tipología 5.2., integrada por eventos deportivos (Consejo Federal de Inversiones, 2013).

### 3.5.1. Características e instalaciones

La construcción del Autódromo fue iniciada en mayo de 2011, contemplando una inversión final que superó, en pesos argentinos, los \$80.000.000 (Semanao Región, 2011 y ACTC, 2022). El Autódromo Provincia de La Pampa fue inaugurado en noviembre de 2012, con la celebración de la fecha N°15 del Turismo Carretera, marcando el regreso de la categoría a la provincia luego de 25 años. El evento contó con la presencia de, aproximadamente, 75.000 personas (Semanao Región, 2012).

El predio dispone de un total de 202 hectáreas y cuenta con dos accesos principales sobre la ruta provincial N°14 y un acceso secundario en la ruta provincial N°9. El circuito tiene una longitud de 4.148,40m en su trazado principal y presenta variantes, con dos chicanas, lo que totaliza en 5.222m de cinta asfáltica (Figura 5).

Figura 5

#### Circuito y variantes del Autódromo Provincia de La Pampa



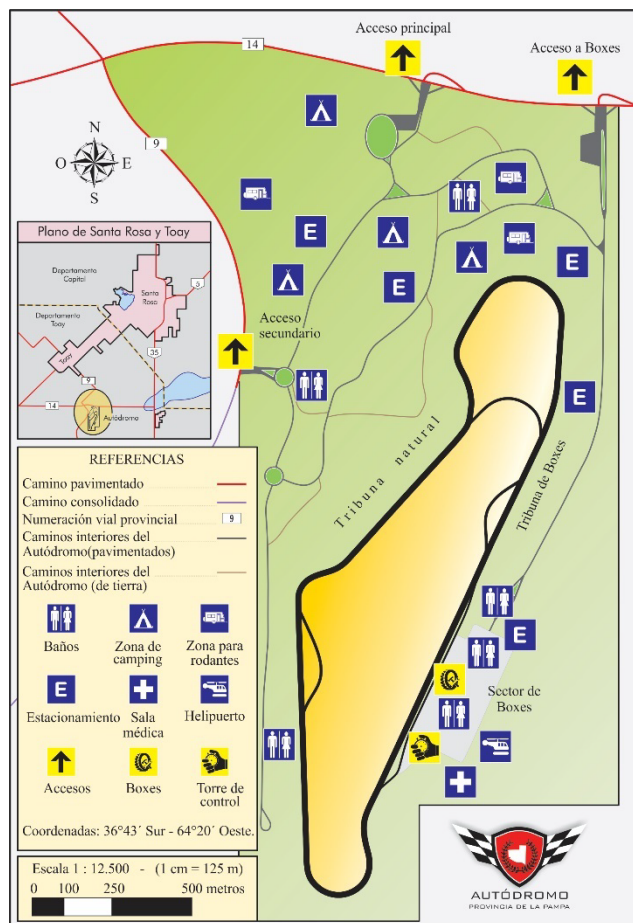
Fuente: Sepúlveda, T., 2020, sobre la base de Autódromo Provincia de La Pampa, 2020.

El Autódromo presenta espacios destinados al parque de rodantes y zonas de camping. El predio dispone de agua potable y baños equipados con duchas. El sector de boxes implica una superficie de 63.942,20m<sup>2</sup> de playón pavimentado, con todos los servicios con subdivisiones funcionales. La torre de control es de cuatro pisos con diferentes espacios funcionales, con un total de 360m<sup>2</sup>. En la planta baja dispone un espacio, con acceso

independiente, de sala de conferencias y/o reuniones con un área de servicios. En los primeros tres pisos ofrece salas de planta libre, que brindan conexión de fibra óptica para el trabajo de los medios periodísticos, de transmisión y tareas organizativas de cada evento en particular. El cuarto piso consiste en una terraza que proporciona una visión panorámica del predio. Alrededor de la torre de control se ubica el sector de premiación con un podio elevado y la sala técnica, espacio destinado al control de los vehículos durante las competencias, que cuenta con 350m<sup>2</sup>. A su vez, presenta helipuerto y un “shock room”, lugar designado para emergencias médicas (Figura 6). Por otra parte, los sectores del público se encuentran protegidos, a través de medidas de seguridad, por muros de hormigón de 1,40 metros de altura, sumado a alambrados de dos metros. A causa del emplazamiento del circuito, presenta una amplia tribuna natural, ubicada a mayor altura que la pista. La misma otorga una vista panorámica privilegiada a los espectadores, tanto del circuito como del paisaje pampeano circundante. Por otra parte, próximo al sector de boxes se ubica una estructura de tribunas con capacidad para 2.000 personas (Fideicomiso Autódromo Provincia de La Pampa, 2022).

Figura 6

**Instalaciones y equipamientos del Autódromo Provincia de La Pampa**



Fuente: Sepúlveda, T., 2020, sobre la base de SAS Planet, 2020.



### 3.5.2. Otras actividades desarrolladas

En lo que refiere a actividades de motor, en diciembre de 2021 la organización Road Rider Club desarrollo un Track Day de motos. El evento deportivo consiste en realizar giros libres, por parte de pilotos profesionales o amateurs, con el objetivo de ejecutar pruebas en un circuito profesional sin la necesidad de competir. La organización ofreció un paquete turístico integrado por los dos días de pruebas en el Autódromo, la noche de alojamiento del día sábado en el Hotel Caldén y los almuerzos durante los testeos. El costo del mismo fue de \$12.000, al que debió sumarse un seguro de \$3.000 para los pilotos. De acuerdo a información proporcionada por uno de los organizadores, la actividad contó con un total de quince motos, de las cuales diez pilotos provinieron de las provincias de Córdoba, San Luis y Buenos Aires, contratando el paquete completo y cinco participantes eran locales de la ciudad de Santa Rosa y General Pico (Paredes, 2021).

Sumado a lo anterior, se han llevado a cabo competiciones de ciclismo de tipología mountain bike bajo la organización local de Agrupación Ruta 14. En la primera fecha del campeonato del año 2021 denominado “La Tierra del Caldén”, participaron cerca de 200 ciclistas divididos en distintas categorías (La Arena, 2022). Por otro lado, en el circuito principal se realizan carreras de ciclismo pista. La Agrupación Ruta 14 organizó una competencia el 26 de septiembre de 2021, la cual contó con la presencia de más de 100 ciclistas (Arámbulo, 2021). Además, se puede acceder de manera gratuita al predio para realizar prácticas de ciclismo tipo mountain bike en el respectivo circuito, que también se utiliza para pedestrisimo, y de ciclismo pista en el circuito principal (Fideicomiso Autódromo Provincia de La Pampa, 2022).

Por otra parte, se han desarrollado sueltas de palomas organizadas por el Circuito Interior Pergamino con la colaboración y fiscalización de la Federación Colombófila Argentina. La actividad consiste en la suelta de palomas que se dirigen hacia distintas ciudades como Capital Federal, La Plata, Rosario, entre otras, llegando a recorrer alrededor de 600 kilómetros en línea recta. El 5 de septiembre de 2021 se realizó el “Gran Especial La Pampa”, en donde se soltaron 20.100 palomas, representando a la máxima expresión de la colombofilia en Sudamérica. El acontecimiento contó, entre sus espectadores, con la presencia de fotógrafos, autoridades del gobierno provincial y de la Secretaría de Turismo (La Arena, 2022).

El predio del Autódromo se caracteriza por disponer de gran magnitud, en cuanto a su extensión y capacidad, por lo cual puede adaptarse a diferentes usos tales como ferias o

exposiciones. Uno de ellos es la Expopymes, que desarrollada cada 2 años, nuclea a pequeñas y medianas empresas de actividades productivas y de servicios. Para la edición del año 2015, contó con 405 empresas y 100.000 personas, marcando un récord de asistencias para el evento (Gobierno de La Pampa, 2019: 194). La edición del año 2022 contó con más de 70.000 asistentes registrando, además de residentes, a espectadores nacionales e internacionales. A su vez, los organizadores y expositores definieron al acontecimiento como un éxito al alcanzar el 100% de nivel de ventas en un número importante de stands (Agencia Provincial de Noticias La Pampa, 2022).

Para el año 2021, entre actividades sociales y familiares, se desarrollaron diversos acontecimientos: encuentro de autos clásicos, barrileteadas, encuentros para chicos, entre otros (La Arena, 2022). A su vez, en el año 2022 se celebraron eventos de distinta índole, entre ellos el “Desafío del Caldén” que comprendió una competencia de crossfit; el 1º Giro Pampeano Master de Ciclismo; una competencia de enduro de la disciplina de motos y cuatriciclos, entre otros.

Dentro de los eventos celebrados en el año 2022, durante el fin de semana largo de Pascuas, se desarrolló la cuarta fecha del Turismo Carretera de manera conjunta con la despedida de Guillermo Ortelli, piloto heptacampeón de la categoría. Respecto a este acontecimiento, el presidente del Fideicomiso Autódromo Provincia de La Pampa, Sergio Pereda, declaró “...estamos ya experimentando el primer día, expectativas inmensas, tenemos espectadores de 17 provincias distintas” (Diario Textual, 2022). De acuerdo a información mencionada por Vijarra (2022), el evento fue presenciado por más de 60.000 espectadores. A su vez, a causa de los feriados y la presencia del evento deportivo, el conglomerado urbano Santa Rosa – Toay y las localidades cercanas de Catrilo, Ataliva Roca y Winifreda completaron las plazas de alojamiento. Desde la Secretaría de Turismo, se habilitó un registro temporal de alojamiento extraordinario de casas particulares, del cual se agotaron los espacios disponibles (Agencia Provincial de Noticias La Pampa, 2022).

Por último, la ciudad de Santa Rosa formó parte, en el mes de junio, de la celebración del 85º aniversario del Turismo Carretera, participando de la caravana que recorrió diferentes puntos del país y de la muestra itinerante donde se exhibieron autos históricos y actuales de la categoría (Agencia Provincial de Noticias La Pampa, 2022).

Además, en el mes de junio de 2022 se presentó por primera vez en el Autódromo Provincia de La Pampa la categoría nacional de Turismo Pista, que con sus tres clases de competición congregó a un total de más de 150 pilotos (Agencia Provincial de Noticias La Pampa, 2022).

# CAPÍTULO IV



## Análisis y diagnóstico

## **Capítulo IV: Análisis y diagnóstico**

### **4.1. Análisis de eventos deportivos desarrollados en el Autódromo Provincia de La Pampa**

#### **4.1.1. Perfil de los asistentes**

##### **4.1.1.1. Turismo Carretera 2014**

La Secretaría de Turismo de La Pampa realizó encuestas a los asistentes de la 14° fecha del Turismo Carretera en el año 2014, celebrada en el Autódromo Provincia de La Pampa con el objetivo de establecer el perfil de la demanda.

Se definió una población estimada de 40.000 personas, en referencia al total aproximado de asistentes al evento deportivo. El número total de encuestas aplicadas fueron 525. Respecto a la información obtenida, el 79% de los encuestados correspondió al género masculino. En cuanto al rango de edades, el 40% se situó entre los 31 y 45 años, el 24% por edades de hasta 30 años, el 24% entre los 46 y 60 años, y el restante 12% en edades superiores a los 60 años. Entre los asistentes del acontecimiento, el 55% eran residentes de la provincia de La Pampa, provenientes de 34 localidades diferentes, lo que determina el carácter recreativo del evento. De los espectadores de otras provincias, el 36% se dirigió desde provincia de Buenos Aires, seguidos por las provincias patagónicas (13%) de Neuquén, Río Negro y Chubut y, por último, el 6% desde Córdoba. El principal medio de transporte utilizado fue el auto particular, con el 96% de las respuestas. Del grupo de no residentes, el 42% permaneció en el destino durante tres días, misma duración que el evento, y el 38% realizó una estadía de dos días (Secretaría de Turismo de La Pampa, 2014). De este modo, se refleja el carácter turístico de dicha carrera del Turismo Carretera.

En referencia al alojamiento elegido por los turistas, el 83% optó por quedarse en el Autódromo, en modalidad de camping o con motor home, el 7% se alojó en casa de familiares o amigos y el 6% eligió por hotel. Entre las preguntas del cuestionario, se indagó acerca de la posibilidad de regresar a la provincia. El 95% respondió de manera afirmativa con la intención de volver, entre ellos, el 43% repetiría la visita por un acontecimiento similar, el 31% para poder conocer la provincia, el 19% por algún evento deportivo y el 4% por actividades culturales. Por otra parte, se consultó a los no residentes si durante su estadía visitaron algún lugar además de presenciar el evento deportivo. El 82% contestó que no asistieron a otros espacios por lo que, de acuerdo a la Secretaría de Turismo de La Pampa (2014), los asistentes se caracterizan por ser un público cautivo, motivado por la actividad

deportiva en particular. El restante 18% de los asistentes afirmó visitar otros lugares, entre ellos la ciudad de Santa Rosa, el Casino y la Reserva Provincial Parque Luro. De esta manera, siguiendo a Aragonés Jericó et al. (2021) se puede inferir la presencia de grupos experimentados, implicando a conocedores del evento y también de intrépidos, motivados por la emoción y los sentimientos generados por el acontecimiento.

Siguiendo la información obtenida de estas encuestas y en relación a lo expresado por Jiménez-Naranjo (2019) en lo que respecta a la clasificación del turista deportivo, los turistas implicados en estos eventos corresponden al turista tipo 3. El mismo, comprende a la participación pasiva en competencias deportivas con fines de ocio.

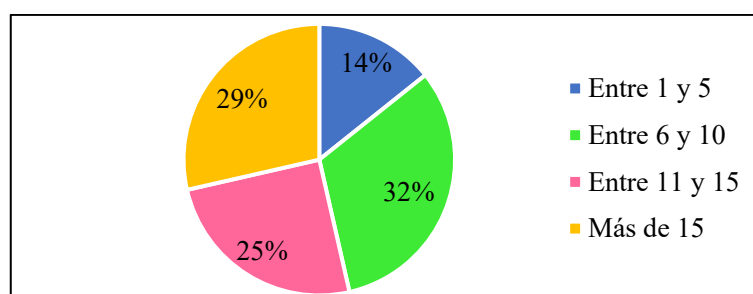
#### 4.1.1.2. Turismo Carretera 2021

En los días 12 y 13 de noviembre del año 2021, se presentó la 14<sup>o</sup> fecha del Turismo Carretera en el Autódromo Provincia de La Pampa. Durante los días 11 y 12 del mes mencionado, se aplicaron encuestas (Anexo I) en el sector de boxes, espacio donde se ubican los pilotos, equipos, personal de la Asociación Corredores de Turismo Carretera (ACTC), periodistas, entre otros. En total se completaron 29 encuestas que abarcaron, teniendo en cuenta la composición en grupos, alrededor de 337 personas. Se encuestó a 22 equipos, de un total de 39 presentes, tres espacios gastronómicos, dos pilotos, un trabajador de la ACTC y un periodista local.

Como resultado del análisis, el 93% de la muestra corresponde a masculinos. Los rangos de edades, en cuanto a mayores porcentajes, comprendieron al 39% entre los 29 y 39 años, el 34% entre los 19 y 28 años y el 19% entre los 40 y 55 años. Los grupos se compusieron en un 96% por personal de trabajo, definiendo a este último como la motivación principal de asistencia. A su vez, en la Figura 7 se detalla la cantidad de integrantes por grupo.

Figura 7

#### Cantidad de integrantes por grupo

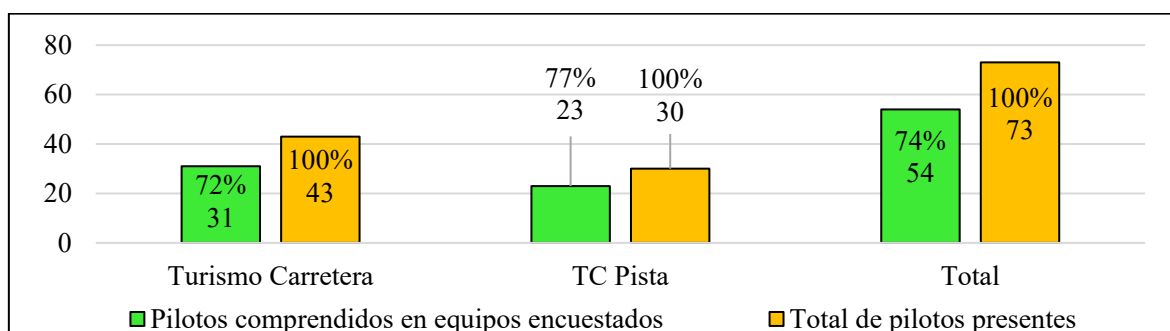


Fuente: Sepúlveda, T., 2022.

Respecto a los equipos de competición, cada uno comprende a pilotos que compiten en la categoría del Turismo Carretera (TC) y aquellos que disputan el TC Pista, categoría preliminar para llegar al TC. Por su parte, para la 14° fecha del campeonato del año 2021 disputado en La Pampa, el TC contó con 43 pilotos y el TC Pista con 30 (Figura 8). Además, los equipos se integran por mecánicos, ingenieros y directores, entre otros.

Figura 8

**Cantidad de pilotos por equipos encuestados en la 14° fecha del TC y TC Pista 2021 en relación a la totalidad de equipos**

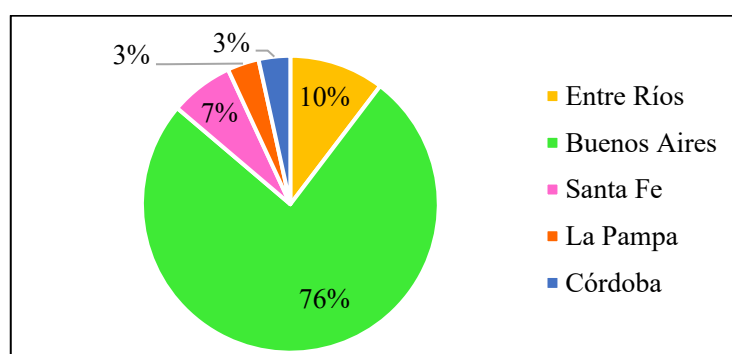


Fuente: Sepúlveda, T., 2022.

En lo que refiere a la procedencia de los asistentes (Figura 9), el 76% se dirigió desde diferentes localidades de la provincia de Buenos Aires, seguido por el 10% de Entre Ríos, el 7% de Santa Fe, y el 3% de Córdoba, al igual que desde La Pampa. Si bien la duración del acontecimiento deportivo es de dos días, el 93% permaneció en el destino durante tres días, mientras que grupos del personal de la ACTC estuvieron presentes tres días anteriores al evento por cuestiones preparativas y de control.

Figura 9

**Procedencia de los asistentes por provincia**



Fuente: Sepúlveda, T., 2022.

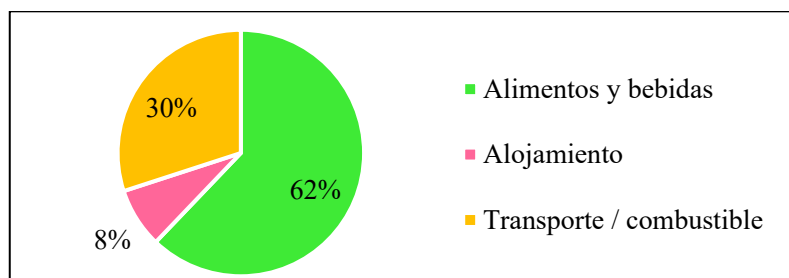
En relación al alojamiento, si bien el 82% de los encuestados respondió permanecer en el Autódromo, en casillas y camiones preparados para ese fin, el 14% eligió hotel y el 4% restante optó por casa de familia o amigos; por lo cual queda demostrado de manera

incipiente el perfil turístico de dicha competencia. Entre los hoteles elegidos, el 50% correspondió al Motel Caldén (establecimiento de tres estrellas), el 25% al Hotel Mercure (categorizado con cuatro estrellas) y el 25% al Hotel Rucalen (alojamiento de una estrella).

Respecto al gasto realizado durante el total de la estadía, el 43% realizó un desembolso en un rango de entre \$0 y \$10.000, el 39% entre \$10.000 y \$20.000, y el 18% por más de \$20.000. Del total del mismo (Figura 10), el 62% fue destinado al rubro de alimentos y bebidas, el 30% en transporte y combustible, y el 8% restante en alojamiento. En relación con los servicios contratados en el destino, el 71% afirmó utilizar servicios gastronómicos y el 29% restante no adquirió servicios. Es aquí donde se confirma nuevamente el carácter turístico del evento. Por último, como medio de transporte, el 100% respondió utilizar vehículos propios, agregando que en algunos casos los mismos corresponden al equipo o empresa para la cual trabajan.

Figura 10

#### Composición del gasto



Fuente: Sepúlveda, T., 2022.

Acerca de las preguntas asociadas a la calidad del evento deportivo y al espacio del Autódromo, los ítems de las condiciones del circuito, el sector de boxes, la limpieza y los equipamientos de los baños, los accesos y la atención del personal fueron respondidos en 100% con el estado muy satisfecho. El apartado de información del evento obtuvo el 86% de respuestas completadas con muy satisfecho. Los aspectos de servicios gastronómicos obtuvieron el 56% y la atención del mismo el 59% de la condición muy satisfecho. Se debe agregar que el 30% respondió no saber acerca de los últimos ítems mencionados.

Al final del cuestionario se realizaron dos preguntas abiertas. Por un lado, se cuestionó acerca de la actividad o el espacio más atractivo del evento. La infraestructura del Autódromo, los servicios, las instalaciones y el sector de boxes agruparon al 42% de las respuestas. Luego le siguieron la comodidad y la organización del lugar para las tareas de trabajo con el 28%, las características del circuito con el 15%, el automovilismo y el ambiente generado por el público con el 12% y por último, en menores porcentajes, cuestiones relacionadas con las

acreditaciones y acompañamiento de familiares. Se debe mencionar, que Ricardo Guzmán, encargado del Área de Seguridad y Logística de la ACTC, destacó que para la construcción del Autódromo se trabajó de manera conjunta con la Institución, por lo que cumple con todas las medidas de seguridad y aquellas exigidas para el funcionamiento y presencia de las diferentes categorías del país. A su vez valora el emplazamiento del circuito, el cual dispone de una excelente visualización con la ubicación de las tribunas naturales a mayor altura que la pista. Desde otra perspectiva, el periodista local Julio Jamad, distingue el trabajo realizado por el Fideicomiso, organismo a cargo del Autódromo, en cuanto a la organización de las actividades, el mantenimiento de las instalaciones y los servicios del predio.

Por otra parte, se indagó sobre observaciones y sugerencias en general. Se destaca la posibilidad de construcción del sector de boxes permanentes, en lugar de la instalación de carpas como se realiza actualmente, con el 50% de las respuestas. Luego por cuestiones deportivas técnicas, aunque también se menciona que es un problema de la categoría, se propone agregar una variante en el circuito para mejorar los sobrepasos, agrupando al 37% de las observaciones. Se debe agregar que Luis José Di Palma, piloto del Turismo Carretera, describe que los servicios brindados en el Autódromo funcionan de manera excelente y que no se han presentado inconvenientes como en otros escenarios del país. A su vez, destaca la amplitud del predio, lo que ofrece la oportunidad de que se desarrollen otros eventos además de las competencias automovilísticas, como exposiciones, espectáculos, shows, entre otros. A la hora de realizar un análisis exhaustivo, menciona que se podría realizar una evaluación, en cuanto a costos y factibilidad, para la posibilidad de construir los boxes permanentes e incluso un hotel dentro del predio o en sus inmediaciones. Estas sugerencias surgen en comparación con los autódromos de Termas de Río Hondo y San Juan Villicum, que implican a las plazas más nuevas y modernas del país.

A modo de resumen, los turistas abarcados en esta encuesta consisten en trabajadores de los equipos deportivos, de la Asociación Corredores de Turismo Carretera y en cuestiones vinculadas al evento deportivo. En cuanto a la aproximación hacia perfil de los mismos, consiste en masculinos en un rango de edades entre los 19 y 39 años, teniendo como motivación principal la realización de tareas profesionales y laborales. Siguiendo a Jiménez-Naranjo (2019), los turistas implicados pertenecen a la tipología de tipo 2 en relación a la participación activa en la competición por motivos profesionales. Por otra parte, abarca a turistas de tipo 4, vinculados a una presencia pasiva con motivos profesionales, entre ellos el personal de la ACTC y los trabajadores de los espacios gastronómicos. En concordancia



con la actividad deportiva, se conforman grupos y equipos de trabajo integrados entre cuatro y quince o más personas. La mayor parte de los asistentes provienen de distintas localidades de la provincia de Buenos Aires. La estadía es de tres días, vinculada a la competición automovilística, y la preferencia en cuanto al alojamiento es en la modalidad de casillas o en camiones en el predio del Autódromo. El gasto realizado se ubicó, en su mayor parte, entre \$0 y \$20.000 destinados para alimentos y bebidas, transporte, combustible y alojamiento. El servicio más contratado en el destino se relaciona con el sector gastronómico. Por último, el medio de transporte utilizado es el vehículo propio y correspondiente a la empresa de trabajo.

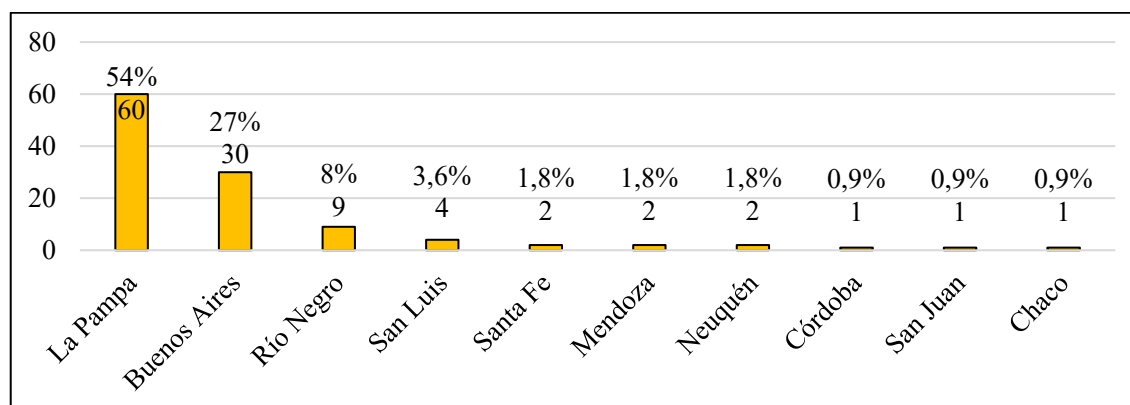
#### **4.1.1.3. Turismo Nacional 2021**

Los días 19, 20 y 21 de noviembre del año 2021 se llevó a cabo la 11° fecha del Turismo Nacional en el Autódromo Provincia de La Pampa. En el desarrollo de la misma, se aplicó un cuestionario (Anexo I) dirigido a los asistentes del evento deportivo en los sectores del público general y en la tribuna de boxes. De acuerdo a la información publicada por La Arena (2022), el acontecimiento fue presenciado por alrededor de 5.000 personas y la ciudad de Santa Rosa registró el 90% de ocupación en alojamientos.

Se aplicaron 112 encuestas que involucraron a un total de 434 personas, teniendo en cuenta a la composición en grupos de los encuestados. Entre los resultados, el 86% corresponde al género masculino. En lo que respecta al rango de edades, el 46% se ubicó entre los 29 y 39 años, seguido del 21% en una escala entre los 40 y 55 años, el 18% entre los 19 y 28 años, y los demás rangos se concentraron en porcentajes menores al 10%. Los grupos estuvieron compuestos por amigos en el 60% de los casos, familiares con el 24%, parejas con el 10% y el 6% restante consistió en personas que asistieron solas. La principal motivación fue presenciar el evento, comportándose como espectadores de las carreras, con el 100% de las respuestas. En este sentido, siguiendo a Aragonés Jericó et al. (2021), se presentan asistentes experimentados que se caracterizan por ser grandes conocedores del evento, como también intrépidos y sociales, los primeros motivados por la adrenalina y emoción de la experiencia de concurrir al evento, y los segundos por percibir connotaciones sociales durante el evento.

Entre el público, el 54% implicó a residentes de la provincia de La Pampa, de ocho localidades diferentes. Del resto de los asistentes, el 27% se dirigió desde provincia de Buenos Aires, el 8% de Río Negro, y en porcentajes menores desde las provincias de San Luis, Santa Fe, Neuquén, Mendoza, Córdoba, San Juan y Chaco (Figura 11).

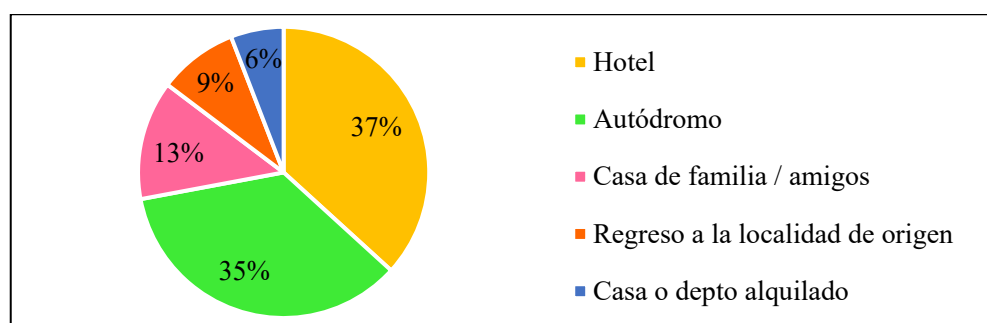
Figura 11

**Procedencia de los asistentes por provincia**

Fuente: Sepúlveda, T., 2022.

En lo que refiere a la cantidad de días en el destino por parte de los turistas, el 56% estuvo presente dos días, el 35% tres días y el 9% cuatro días. La elección del alojamiento (Figura 12) se repartió entre hotel con el 37%, en el Autódromo con el 36%, y menores porcentajes implicaron otras modalidades y aquellos visitantes que por cuestiones de cercanía regresaron a su localidad de origen. Ante lo expresado se afirma que el acontecimiento presenta un importante carácter turístico recreativo. Entre los hoteles seleccionados, el 52% eligió establecimientos de tres y cuatro estrellas, el 28% alojamientos de una estrella y el restante 20% optó por hoteles de dos estrellas.

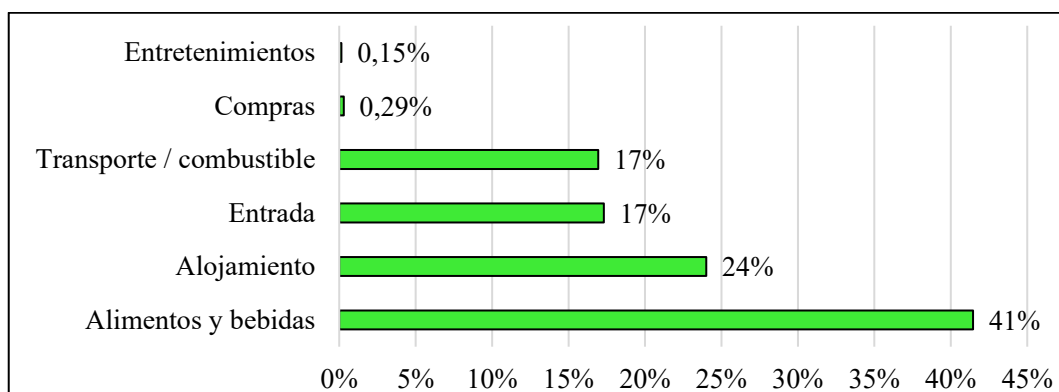
Figura 12

**Modalidad de alojamiento de los espectadores**

Fuente: Sepúlveda, T., 2022.

Durante la estadía, el 46% afirmó realizar un gasto total superior a \$20.000, seguidos por el 31% con desembolsos entre \$10.001 y \$20.000 y el 23% realizó gastos menores a \$10.000. En la Figura 13, puede observarse la composición del gasto en diferentes rubros. El servicio más contratado corresponde a gastronomía, con el 86% de respuestas. Respecto al medio de transporte utilizado para llegar a la ciudad, el vehículo particular fue el más elegido (90%), seguido por el ómnibus (10%).

Figura 13

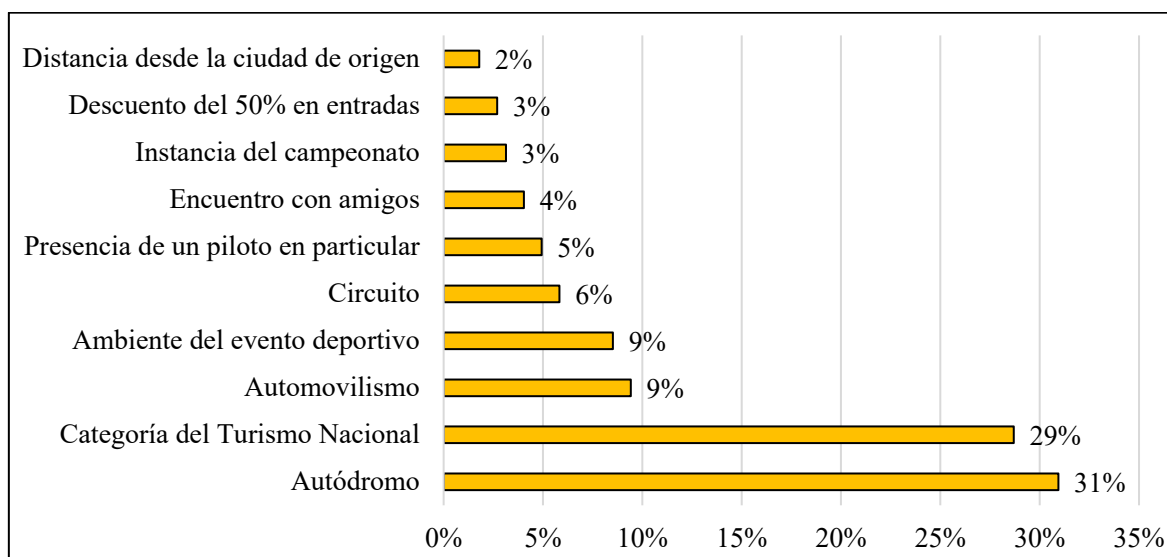
**Composición del gasto**

Fuente: Sepúlveda, T., 2022.

En lo que refiere a los aspectos vinculados con la calidad, las respuestas fueron positivas con el 100% de satisfacción, en lo vinculado al estado y los sectores de visualización del circuito, la limpieza y el equipamiento de los baños, los accesos, sonido e iluminación y la atención del personal. Los ítems de información brindada en el evento, servicios gastronómicos y la atención del personal de gastronomía alcanzaron porcentajes cercanos al 75% de satisfacción y el 20% respondió no saber acerca de los aspectos mencionados.

De acuerdo a una pregunta abierta del cuestionario, el espacio o actividad más atractiva del evento corresponde al Autódromo, con el 31% de las respuestas, en cuestiones vinculadas con la infraestructura, servicios, condiciones y comodidades del predio, entre otros aspectos como se detallan en la Figura 14.

Figura 14

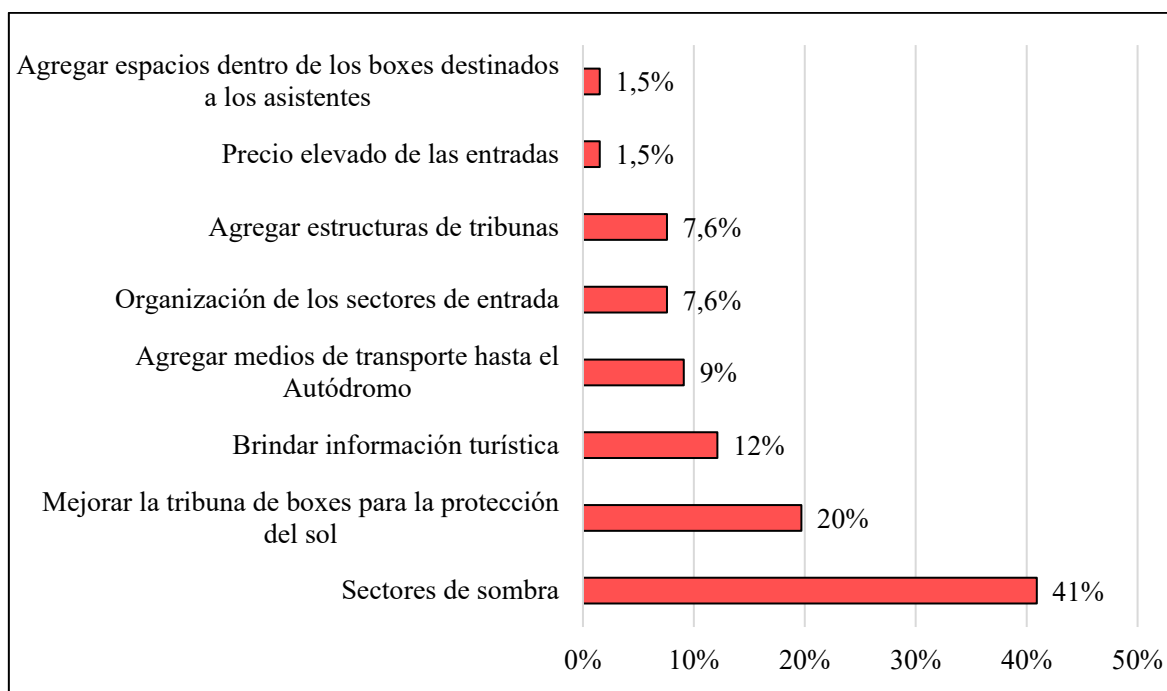
**Espacio o actividad más atractiva del evento deportivo**

Fuente: Sepúlveda, T., 2022.

Por otro lado, entre las observaciones y sugerencias, el 41% de las respuestas se vincula con agregar sectores con sombra, en conjunto con el 20% que opinó sobre mejorar la tribuna de boxes para que la misma sea más cerrada o techada. Estas recomendaciones se relacionan con la fecha del evento y las condiciones climáticas típicas de la época del año. Otros comentarios implicaron a las características descriptas en la Figura 15.

Figura 15

### Observaciones y sugerencias vinculadas al evento deportivo



Fuente: Sepúlveda, T., 2022.

A modo de síntesis, la aproximación hacia el perfil del asistente al evento deportivo del Turismo Nacional implica a personas de sexo masculino con edades, en su mayor parte, entre los 29 y 55 años. Dadas las características del acontecimiento, los espectadores suelen ir acompañados por amigos y familiares. De acuerdo con Jiménez-Naranjo (2019), los turistas involucrados en la encuesta corresponden a la tipología de tipo 3, considerando a los espectadores que participan de manera pasiva para ver el evento deportivo automovilístico en cuestión. Además de residentes de diferentes localidades, se presentan asistentes de Buenos Aires y Río Negro, en conjunto con provincias próximas a La Pampa. La estadía en el destino consiste entre dos y tres días, vinculada a la duración del evento. Los turistas se alojan en hoteles y en carpas o casillas en el predio del Autódromo. Los gastos durante la estadía se posicionan, en mayor medida, entre \$10.001 y \$20.000 o más destinados a gastronomía, alojamiento, entradas y transporte o combustible. Por último, el medio de transporte más utilizado es el auto particular.

#### 4.1.1.4. Categorías de la FEPAD 2021

Las categorías zonales comprendidas por la Federación Pampeana de Automovilismo Deportivo (FEPAD), desarrollaron un calendario deportivo compuesto por un total de entre ocho y nueve fechas durante el año 2021. Genovesio (2022), brindó datos de la cantidad de pilotos que participaron en cada fecha (Tabla III). En total, a lo largo del año 2021, participaron 1063 pilotos. Siguiendo a Jiménez-Naranjo (2019), los participantes analizados pertenecen a la tipología de turista deportivo tipo 2, vinculado a los pilotos y trabajadores de los equipos deportivos que comprenden una participación activa con motivos profesionales.

Tabla III

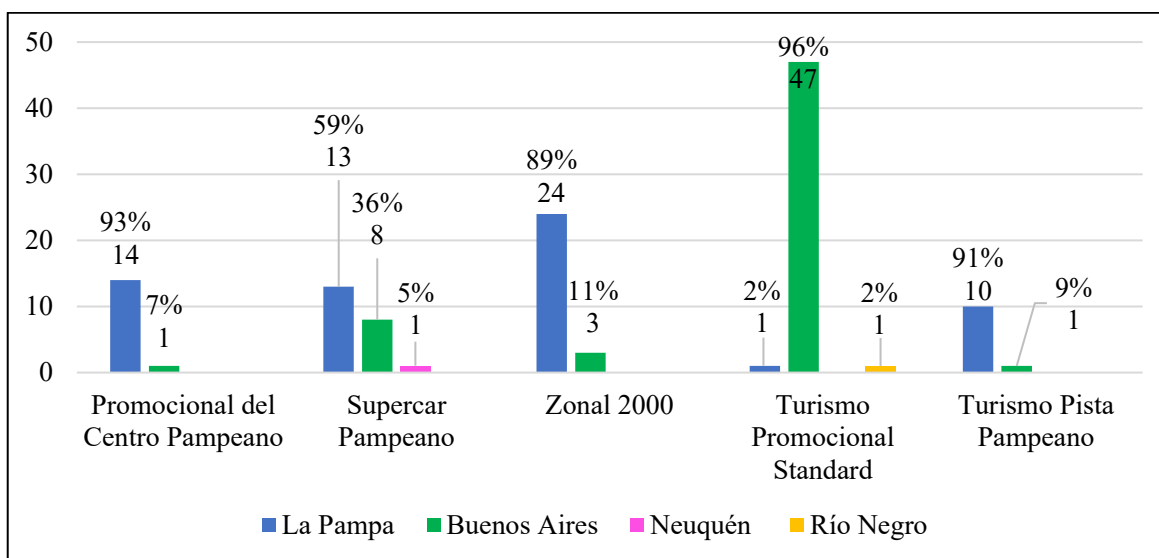
#### Pilotos inscriptos por cada categoría en el calendario 2021 de la FEPAD

Categoría	Fecha									Total	Promedio por fecha
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
<b>Categorías de asfalto</b>											
Promocional del Centro Pampeano	11	19	19	15	14	16	15	15		124	15,5
Supercar Pampeano	18	20	19	20	21	21	24	20	18	181	20,1
Zonal 2000	21	21	17	26	23	21	23	20		172	21,5
Turismo Promocional Standard	46	36	35	41	39	29	33	27	27	313	34,8
Turismo Pista Pampeano	9	12	12	7	14	14	13	13		94	11,8
<b>Categorías disputadas en circuitos de tierra</b>											
Safari Clase 1 Original	17	14	14	17	17	12	13	10		114	14,3
Safari Clase 3 Unificada	7	10	10	9	9	6	7	7		65	8,1
<b>Total</b>										<b>1063</b>	

Fuente: Genovesio, L., 2022.

En lo que refiere a la procedencia de los participantes de estos eventos, de acuerdo con Genovesio (2022), la mayor parte de los pilotos se dirige desde diferentes localidades de la provincia de La Pampa y Buenos Aires. En la Figura 16, se observa la procedencia, por provincia, de los pilotos de cada categoría comprendida por la Federación. Entre las mayores distancias, para el Supercar Pampeano hay un competidor de Carmen de Patagones (580 km desde Santa Rosa) y un corredor de Neuquén (530 km). Es necesario aclarar, que la categoría del Turismo Promocional Standard (TPS) pertenece a Bahía Blanca, estando afiliada a la FEPAD. Esta categoría implica a la mayor cantidad de pilotos para la Federación. Por último, se debe mencionar que los deportistas asisten a estos eventos con su equipo deportivo, involucrando a mecánicos y a otros participantes. En términos turísticos, se destaca que desde la FEPAD se ofrecen promociones de tarifas hoteleras vinculadas con la Empresa Caldén, destinadas a los pilotos y a los integrantes de equipos y medios de prensa.

Figura 16

**Procedencia de pilotos por provincia de las categorías de asfalto de la FEPAD**

Fuente: Sepúlveda, T., 2022.

#### 4.2. Análisis del rol de la Secretaría de Turismo de La Pampa

En relación al organismo responsable de la actividad turística de la provincia, se realizó una entrevista con la Secretaria de la entidad, Mg. Adriana Romero, quien encabeza a la Secretaría de Turismo de La Pampa. La misma se realizó por modalidad virtual y consistió en preguntas abiertas (Anexo II). El propósito del encuentro fue indagar acerca de la vinculación de la Secretaría con el desarrollo de los eventos deportivos en la provincia, en particular aquellos celebrados en el Autódromo Provincia de La Pampa. A su vez, se consultó acerca de la planificación turística de La Pampa y sobre las ciudades de Santa Rosa y Toay.

En primer lugar, en materia de la planificación turística provincial, desde las áreas técnicas de la Secretaría, se está trabajando en una renovación del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico elaborado en el año 2013. En este sentido, se busca realizar un replanteo en base a los cambios políticos, administrativos y de gestión tanto a nivel nacional como global.

Entre los lineamientos considerados para la nueva planificación, se proyecta incorporar a los eventos con el propósito de afianzar la coordinación entre las áreas involucradas y disponer de información acerca de los acontecimientos programados en la Secretaría de Turismo. En lo que respecta a la estructura de la Secretaría, actualmente se está proponiendo un nuevo organigrama con dos áreas, por un lado una Subsecretaría de Promoción y Comunicación, y por otro lado, una Subsecretaría de Planificación y Desarrollo. Además, se menciona acerca de la creación del Observatorio Turístico en el año 2020, al cual se lo está reglamentando.

En cuestiones indagadas acerca del turismo de eventos en la provincia, se aludió a que el sector privado no cuenta con una representación homogénea ante la Secretaría de Turismo y que no se dispone de un centro de convenciones. De acuerdo con Romero (2022), en la provincia se desarrollan eventos de manera continua a lo largo del año. Sin embargo, se comentó que el organismo no cuenta con un socio privado con el cual organizar postulaciones para eventos. A causa de ello, se observan inconvenientes a la hora de trabajar con el turismo de eventos desde la Institución, refiriendo, en palabras de la Secretaria que:

*“...hay una dispersión de las actividades y falta de representación del sector privado turístico pampeano, porque esta atomizado, por un lado la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica, por otro lado una Cámara de Turismo que no está funcionando, por otro lado un grupo de turismo rural y las agencias de viajes que tampoco están unificadas en la provincia”* (Romero,2022).

En particular, en relación con algunos eventos, se comentó que las fiestas populares son competencia del Área de Cultura de la provincia y el automovilismo depende del Autódromo, por lo cual estos acontecimientos no son competencia de la Secretaría de Turismo. La misma se limita a darles difusión y actualizar su calendario de eventos, elaborado en función a la información brindada por los referentes turísticos de cada municipio de la provincia.

Por otra parte, en lo vinculado con la actividad turística del área de estudio, la ciudad de Santa Rosa cuenta con la Dirección de Turismo. Este organismo, siguiendo a Romero (2022), al comienzo de la gestión propuso gran cantidad de actividades que se fueron reduciendo en el tiempo, agregando que actualmente se encuentra cerrado el Centro de Informes de la terminal de ómnibus. Por otro lado, para la localidad de Toay se menciona que es un municipio que no propone realizar actividades de turismo a la Secretaría. Desde el organismo provincial, se averigua acerca de horarios de atractivos para visitar y eventos a celebrar. A modo de ejemplo, al acontecimiento “Morfar” desarrollado en Toay y organizado por la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica (AEHGLP) se le brindó difusión pero la Secretaría no se involucró en su organización. A su vez, se está trabajando con el concepto de “polo gastronómico” implicando a las ciudades de Santa Rosa y Toay, dado que en los últimos años Toay ha incorporado nuevas propuestas gastronómicas sumada a la oferta de la capital pampeana. En este sentido, desde la Secretaría se llevó a cabo la difusión de los espacios y un relevamiento de establecimientos gastronómicos en Santa Rosa, Toay, Ataliva Roca y Parque Luro.

Por otro lado, en lo que respecta a la presentación de eventos deportivos en La Pampa y las repercusiones turísticas producidas, desde la Secretaría se destaca la mayor ocupación hotelera, en porcentajes mayores al 85%. A modo de ejemplo, para el evento de Turismo Carretera (TC) celebrado en abril de 2022, la Secretaría habilitó un registro temporario de casas particulares a causa de haberse completado las plazas hoteleras disponibles. Haciendo referencia al acontecimiento desarrollado por el TC en La Pampa, la Secretaria lo define de la siguiente manera:

*“...es un evento que es muy desbordante, es decir, no necesita que nosotros salgamos a promocionarlo, necesita contención de nuestra parte como el hecho de haber habilitado los alojamientos temporarios, pero no necesita que turismo salga a vender el TC, el TC se hace solo”* (Romero, 2022).

Además, continuando con el desarrollo de eventos programados, para la organización de la Expopymes 2022, se menciona que la Secretaría de Turismo ha participado a lo largo de sus ediciones con la presentación de un espacio propio en donde se invita a participar a las empresas de turismo de La Pampa.

Así mismo, en referencia a eventos, desde la Secretaría se ha propuesto organizar una fiesta provincial a comienzos de cada año. El acontecimiento surge a causa de que la provincia no cuenta con una fiesta representativa de toda La Pampa. De esta manera, a través de un trabajo en conjunto entre la Secretaría de Turismo, la Secretaría de Cultura y el Fideicomiso Autódromo Provincia de La Pampa se organizó el “Festival La Pampa”. El objetivo consiste en la participación de todos los departamentos de la provincia, cada uno con un stand representativo de su producción y cultura de manera conjunta con un concurso o desfile de carrozas, ferias de artesanías, propuestas gastronómicas y festivales musicales con la presentación de artistas de jerarquía. Si bien el acontecimiento fue dispuesto para febrero de 2022, debió ser suspendido por motivos de restricciones vinculadas a la situación epidemiológica. A pesar de que no pudo concretarse, desde la Secretaría continúan con la idea de organizar un evento con las características descriptas para el futuro.

El siguiente aspecto implica a los organismos involucrados en la organización de eventos y en la actividad turística de La Pampa. De esta manera, se menciona que la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica (AEHGLP) es considerada la institución de mayor jerarquía. A su vez, se presentan la Cámara de Turismo de La Pampa, formalmente constituida pero actualmente inactiva; el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones, el cual en estos momentos no funciona como tal; y la Cámara de Comercio, integrada por un grupo de turismo rural. Siguiendo lo mencionado en la entrevista, se refleja una falta de



comunicación entre las partes. Este hecho se describe ante el acercamiento por parte de la Secretaría hacia los organismos con propuestas y las respuestas no son por parte de las instituciones, sino de los prestadores de servicios. En este sentido, la Secretaria comentó: *“...existe un nivel de descoordinación o falta de voluntad de trabajar en conjunto”* (Romero, 2022).

Así mismo, la Secretaria describió la situación de las agencias de turismo de la provincia, mencionando que las mismas no se encuentran unificadas como un sector empresarial. Las empresas están asociadas a una Federación de agencias de viajes que tiene sede en Buenos Aires con filiales en todo el país y a La Pampa le corresponde la filial de Bahía Blanca.

En cuanto al vínculo entre la Secretaría de Turismo y el Fideicomiso Autódromo Provincia de La Pampa, se comportan como organismos independientes entre sí. Desde la Secretaría se brinda difusión a los eventos celebrados en el Autódromo y se han realizado conferencias de prensa en la sede de la Secretaría. A su vez, se han desarrollado actividades de manera conjunta, en los que se ha invitado a participar a la Secretaría, como por ejemplo en la suelta de palomas. Sin embargo, la Secretaria menciona que en lo referido a datos, desde el Fideicomiso no se comunican para informar acerca de las fechas de los acontecimientos y de la cantidad de asistentes presentes en los mismos, comentando que se debe trabajar con elementos de medición más exactos.

Otro aspecto tratado en la entrevista fue en referencia a los eventos deportivos y su constitución como producto turístico. La Secretaria abordó el caso particular de los acontecimientos del Turismo Carretera, que representan a los de mayor convocatoria en la provincia en lo referido al automovilismo. Se mencionó que el mismo involucra a un público particular, a causa de que los asistentes viajan con sus propias casillas y compran insumos en almacenes y supermercados. De acuerdo con Romero (2022), los eventos pueden complementarse con la actividad turística en la medida que las ciudades de Toay y Santa Rosa ofrezcan una agenda de actividades durante las competencias automovilísticas. En palabras de la Secretaria, *“...el evento produce un gran derrame económico hacia el sector hotelero, pero el turismo implica más sectores que el de alojamiento”*. Además, respecto al evento en particular, se comentó: *“...nuestro desafío es que el consumidor del Turismo Carretera se interese por los atractivos turísticos de La Pampa”* (Romero, 2022).

En relación a las cuestiones indagadas acerca de la jerarquización de atractivos descripta en el Plan de Desarrollo Estratégico del año 2013, y en particular a la valoración otorgada a los eventos automovilísticos, se menciona que existe un compromiso por parte de la Secretaría

de disponer, a futuro, de un calendario de eventos actualizado. A su vez, se indicó el objetivo de difundir la programación de acontecimientos y conformar un equipo intersectorial especializado que represente al sector público y privado. Entre los propósitos a tener en cuenta, a partir de la nueva planificación, se busca avanzar hacia una programación y organización de eventos por medio de un trabajo conjunto entre las diferentes instituciones involucradas.

Por último, se consultó por el espacio del Autódromo y sus posibilidades de formar parte de la oferta turística de La Pampa. En este sentido, la Secretaria comentó que es factible que el mismo sea tenido en cuenta, considerando la oportunidad de organizar eventos programados. Así mismo se menciona, que los acontecimientos se deben difundir con anticipación y que también se debe acompañar al sector privado en las iniciativas. En palabras de la Secretaria, *“...el Autódromo es una infraestructura muy importante para la zona, se le debe asignar contenido lo que es una preocupación desde la más alta esfera del gobierno provincial”* (Romero, 2022).

### **4.3. Diagnóstico**

En la presente investigación se abordaron las repercusiones turísticas producidas por la celebración de eventos deportivos de motor, dentro de ellos automovilísticos y de motociclismo, en destinos que se comportan como anfitriones. Los efectos turísticos se demostraron tanto en distintas ciudades del mundo como en Argentina, por medio de la presencia de diferentes categorías deportivas.

En Argentina se desarrollan eventos deportivos automovilísticos en diferentes ciudades a lo largo del país. En los últimos años se han inaugurado nuevas sedes para albergar esta tipología de acontecimientos, lo que representa una competencia entre los diferentes escenarios. No obstante, periodistas referentes del deporte automovilístico (Carburando, 2022), mencionaron las dificultades que se presentan en el país por cuestiones de inestabilidad referidas a las gestiones políticas. Los autódromos son espacios que requieren de grandes inversiones tanto para su construcción como para el mantenimiento, por lo cual debe considerarse una planificación a largo plazo.

Por medio del Autódromo Provincia de La Pampa, las ciudades de Toay y Santa Rosa son anfitrionas de eventos deportivos de motor durante todo el año, reflejando la característica que presenta el turismo de eventos de no presentar una marcada estacionalidad en relación a

otras modalidades turísticas. El destino posee una ubicación estratégica en el centro del país, lo que otorga una ventaja al permitir el arribo de turistas desde distintas ciudades. Sin embargo, en la planificación se menciona que la provincia no se encuentra posicionada como un destino turístico relevante para Argentina (Consejo Federal de Inversiones, 2019).

Entre los eventos se presentan categorías nacionales de automovilismo, distintas actividades deportivas, exposiciones, entre otras. Además, en el análisis realizado en la presente investigación, se menciona sobre la posibilidad de albergar diferentes tipos de acontecimientos programados en virtud del espacio e infraestructura del predio. A través de las encuestas realizadas, pilotos del Turismo Carretera y miembros de los equipos deportivos posicionaron al Autódromo como una de las mejores sedes del país, destacando los servicios presentes, infraestructura del sector de boxes, estado del circuito, entre otros.

En lo que refiere al sector turístico del área de estudio, la ciudad de Santa Rosa se posiciona como el centro de servicios, concentrando a la oferta de alojamiento y de gastronomía. De acuerdo con información brindada por la Secretaría de Turismo de La Pampa, durante la celebración de los eventos, los porcentajes de ocupación son mayores al 85%. En ocasiones se han completado las plazas de alojamiento, por lo que se procedió a habilitar opciones de alojamiento extrahotelero desde el organismo. La estadía realizada por los turistas, en su gran mayoría, coincide con la cantidad de días de duración del evento. En este punto debe considerarse ofrecer diferentes alternativas de actividades dirigidas a los turistas, teniendo en cuenta a los atractivos y la oferta turística presente en el conglomerado urbano de Santa Rosa y Toay e incluso a las experiencias turísticas provinciales que se ofrecen desde la Secretaría de Turismo. Precisamente, en las encuestas realizadas a los espectadores en el año 2021, un 12% indicó la falta de información turística durante el evento. Por otra parte, la ciudad de Toay incrementó, en los últimos años, la actividad gastronómica por medio de diferentes propuestas. Desde la Secretaría de Turismo, se mencionó que se está trabajando en una iniciativa para formar un “polo gastronómico” entre las dos ciudades.

Durante la celebración de eventos automovilísticos se observa, por medio de encuestas aplicadas y declaraciones del presidente del Fideicomiso Autódromo Provincia de La Pampa (Diario Textual, 2022), la presencia de asistentes de diferentes provincias del país y de residentes de distintas localidades de La Pampa. A su vez, en cuanto a los cuestionarios realizados al público, se denota la asistencia en grupo al evento, solo el 6% de los encuestados contestó concurrir de manera solitaria. En el cuestionario desarrollado por la Secretaría de Turismo de La Pampa (2014), el 95% respondió que repetiría la experiencia de

visitar la provincia, un 34% de ellos por cuestiones no relacionadas con el evento deportivo. De esta manera, se puede inferir el interés por parte de estos turistas de conocer la provincia de La Pampa.

En cuanto a los servicios contratados en el destino durante los eventos, la gastronomía asociada a los alimentos y bebidas representa al rubro más solicitado por los asistentes. Además, se realizan gastos en alojamiento, transporte, combustible, adquisición de entradas del evento, compras, entre otros. Por lo cual se pueden observar las repercusiones turísticas del evento deportivo en las ciudades anfitrionas.

En cuestiones vinculadas con la calidad del acontecimiento, tanto por parte de los equipos deportivos como de los espectadores, en el 100% de los casos, valoraron como muy satisfactorio a los aspectos de infraestructura, servicios y equipamientos relacionados con el Autódromo. De este modo, se destacan las condiciones del predio, por un lado para las actividades deportivas desarrolladas y, por otro lado, para el público asistente del espectáculo.

Por su parte, los espectadores valoraron como espacio o actividad más atractiva del evento al predio del Autódromo y a la categoría automovilística presente. Entre las sugerencias mencionadas, la recomendación más comentada se relacionó con agregar espacios al resguardo del sol. A su vez, se valoró de manera positiva el mantenimiento del predio y los servicios, como los baños, posicionando al espacio con su infraestructura y equipamientos como uno de los mejores del país para el público.

Por el lado de los miembros de los equipos deportivos y pilotos, una de las sugerencias más mencionada consistió en analizar la construcción de boxes permanentes en lugar de la instalación de carpas como se realiza actualmente. La idea surge en comparación con los Autódromos de Termas de Río Hondo y San Juan, considerados como los más modernos del país. De manera similar, un piloto realizó una recomendación de analizar la construcción de un hotel en el predio del Autódromo o en sus inmediaciones. De esta manera, se identifica la potencialidad del espacio deportivo, en el cuál además de los usos deportivos se pueden organizar otros acontecimientos programados.

En particular, en referencia al evento de Turismo Carretera (TC) desarrollado durante el fin de semana largo por Pascuas en el año 2022, se denota una ausencia de concientización turística desde el organismo turístico provincial. Aunque se menciona que es un evento muy desbordante, la única actividad ejecutada por la Secretaría de Turismo consistió en habilitar

alojamientos temporarios ante la ocupación plena del sector hotelero. A su vez, se comentó como un desafío que el consumidor del TC se interese por los atractivos turísticos de La Pampa. Desde este punto, se observa que no se consideró la oportunidad de complementar a las actividades del evento deportivo, que se llevaron a cabo durante dos días, con diferentes propuestas turísticas durante el fin de semana largo destinadas a los turistas presentes. Precisamente acerca de esta cuestión, en la entrevista se mencionó que las ciudades de Toay y Santa Rosa deben ofrecer una agenda de actividades durante los acontecimientos (Romero, 2022). De esta manera, se identifica la inexistencia de un vínculo recíproco y de trabajo mancomunado entre la Secretaría y los municipios mencionados.

En relación a los acontecimientos programados, en el predio del Autódromo se desarrolla la Expopymes. En el año 2022 la exposición contó con más de 70.000 asistentes, situación que refleja la potencialidad del espacio para la organización de diferentes actividades. Una de las iniciativas mencionadas por la Secretaria de Turismo en la entrevista (Romero, 2022), fue la organización de una fiesta representativa de la provincia. Se debe agregar, que desde las altas esferas del gobierno provincial, existe una preocupación latente por la organización de actividades de manera continua en el Autódromo.

En lo referido a las categorías zonales de la Federación Pampeana de Automovilismo Deportivo, se observa una destacada participación activa de turistas relacionados con los pilotos y los equipos deportivos. Los participantes provienen, en su gran mayoría, de diferentes localidades de La Pampa y provincia de Buenos Aires. También, actividades deportivas de motociclismo, como los Track Day, y de ciclismo implican la participación activa de un considerable número de deportistas. De esta manera, se observa el movimiento generado por otros eventos de menor escala en comparación con las categorías nacionales.

Por otro lado, el surgimiento del COVID-19 y las distintas medidas implementadas, resultaron un límite en la organización de eventos programados de toda índole. En mayor parte durante el año 2020 y en menor medida en 2021, se suspendieron acontecimientos o se restringió la presencia de asistentes y espectadores. Al mismo tiempo, esta situación representa un riesgo a futuro, afectando en este caso al ámbito deportivo y al sector turístico en cuanto a las repercusiones generadas en los destinos.

En relación a la planificación turística, La Pampa cuenta con planes estratégicos y de gestión que plantean el desarrollo estratégico de la actividad turística. Dentro de la planificación, se contemplan programas y proyectos vinculados a los acontecimientos programados. Sumado a lo anterior, dispone de una Ley Provincial de Turismo. De acuerdo con la Secretaria del

organismo provincial (Romero, 2022), actualmente se trabaja en una actualización del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico y se está proponiendo una nueva estructura para la Institución. A su vez, desde la Universidad Nacional de La Pampa, se dicta la Licenciatura en Turismo que otorga profesionalización al sector turístico local. Por otro lado, los municipios de Santa Rosa y Toay disponen de planes estratégicos de desarrollo. En base a las herramientas comentadas, se observa que en los últimos años se ha realizado un avance en lo referido a la planificación estratégica y en particular al sector turístico, estableciendo los instrumentos necesarios para impulsar a la actividad turística en la provincia.

Sin embargo, a pesar de disponer de una Secretaría de Turismo y poseer los instrumentos mencionados, se presentan algunas falencias. Uno de los limitantes más importantes en relación con la presencia de eventos y su conexión con la actividad turística deriva de la falta de articulación entre los diferentes sectores involucrados en la actividad. A modo de ejemplo, la ciudad de Santa Rosa cuenta con un Bureau de Eventos y Convenciones, el cual se encuentra sin actividad de igual manera que la Cámara de Turismo. De esta manera, se denota una falta de trabajo en conjunto entre la Secretaría de Turismo y las instituciones vinculadas con los acontecimientos programados. Teniendo en cuenta la magnitud de los eventos presentes, las posibilidades de organizar acontecimientos programados y que el destino presenta instituciones competentes del sector de eventos, se debe considerar reactivar organismos como el Bureau de Eventos y a la Cámara de Turismo. Así mismo, estas iniciativas tienen que contar con la participación de la Secretaría de Turismo.

Sumado a lo anterior, en lo referido a dificultades, desde la Secretaría se comentó que el sector privado no cuenta con una representación homogénea (Romero, 2022). Esta situación refleja la ausencia de un trabajo de manera conjunta entre los diferentes sectores involucrados en la actividad. Así mismo, la falta de cooperación se expone ante la asignación de competencias para cada área. Por ejemplo, se menciona que las fiestas populares son potestad de la Secretaría de Cultura y los eventos de automovilismo corresponden al Autódromo, en lugar de ejecutar tareas mancomunadas entre las entidades con el propósito de optimizar la organización y el desarrollo turístico.

En particular, respecto a la relación entre la Secretaría de Turismo y el Fideicomiso Autódromo Provincia de La Pampa si bien se mencionan algunas iniciativas, no se desarrolla una relación de manera recíproca y de trabajo en conjunto evidenciado, entre otras cuestiones, con la ausencia de información y de datos turísticos acerca de los eventos desarrollados en el Autódromo. Sirva de ejemplo, la mención realizada por la Secretaria de

Turismo (Romero, 2022) indicando la falta de información de las fechas de los eventos y de la cantidad de asistentes presentes. Así mismo, la conformación reciente del Fideicomiso brinda la posibilidad de un manejo administrativo diferente al anterior, con la incorporación de la empresa Fiduciaria La Pampa. La misma persigue entre sus propósitos, maximizar la utilización del predio, sin afectar la finalidad principal de las prácticas deportivas, mediante la realización de actividades turísticas, sociales, culturales, recreativas, comerciales, entre otras que se consideren oportunas.

Por otra parte, considerando el área de estudio, la ciudad de Santa Rosa es definida como puerta actual en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. A su vez, las ciudades de Santa Rosa y Toay conforman un conglomerado urbano. El mismo es definido como puerta en la planificación provincial y se posiciona en el primer lugar en referencia a las posibilidades de desarrollo turístico frente a las demás regiones turísticas pampeanas (Consejo Federal de Inversiones, 2013 y 2019). De esta manera, se refleja un incipiente desarrollo turístico, dentro la planificación, en lo que respecta al área de estudio.

Teniendo en cuenta lo mencionado hasta aquí, los eventos deportivos automovilísticos desarrollados en el Autódromo Provincia de La Pampa implican una oportunidad de desarrollo turístico para el conglomerado urbano conformado por las ciudades de Santa Rosa y Toay. La presentación de acontecimientos programados, a través de una planificación adecuada, otorgan posibilidades de promoción del destino y de crecimiento urbanístico en relación a la infraestructura turística y la prestación de servicios. Además, la provincia dispone de una planificación con pretensiones de fomentar el turismo de eventos y la organización de eventos programados. Estas iniciativas se reflejan en la intención de posicionar a Santa Rosa y Toay como destino de eventos, como también en la existencia de programas y proyectos relacionados con la temática en los instrumentos estratégicos de planificación. Así mismo, la Secretaría de Turismo de La Pampa dispone de diferentes experiencias turísticas en base a modalidades de turismo, de las cuáles no forman parte los acontecimientos programados.

#### **4.4. Análisis FODA**

En relación a los diferentes aspectos considerados en la presente investigación acerca de los eventos deportivos automovilísticos y la vinculación con la actividad turística, a continuación se desarrolla un análisis FODA (Tabla IV). El mismo brinda una representación

de la situación actual del área de estudio por medio de la descripción, por un lado, de las fortalezas y debilidades del ámbito interno y, por otro lado, de las oportunidades y amenazas del contexto.

Tabla IV  
Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
Ubicación estratégica de las ciudades de Santa Rosa y Toay.	Potencial desarrollo turístico, posicionando a Santa Rosa y Toay como destino de eventos.
Presencia del Autódromo Provincia de La Pampa.	Posibilidades de desarrollo urbanístico, mejora de la infraestructura turística y de servicios.
Celebración de diferentes acontecimientos programados y actividades deportivas.	Posibilidad de albergar diferentes tipos de acontecimientos programados en el Autódromo.
Desarrollo de eventos por parte de categorías nacionales y zonales de automovilismo.	Interés, por parte de los asistentes, de conocer la provincia de La Pampa.
Repercusiones turísticas ante la presencia de eventos.	Posibilidad de ofrecer distintas alternativas de actividades turísticas durante los eventos.
Incremento en la llegada de turistas.	Conformación del Fideicomiso Autódromo Provincia de La Pampa.
Eslabonamiento productivo de los eventos con otras actividades económicas, como servicios de transporte, alojamiento, gastronomía, entre otros.	Ejecución de los programas y proyectos vinculados al desarrollo de eventos, presentes en la planificación turística provincial.
Valoraciones positivas del Autódromo, por parte de los asistentes y los organizadores de acontecimientos.	Creación del Observatorio Turístico en la Secretaría de Turismo de La Pampa.
Existencia de instituciones relacionadas con la gestión de eventos en La Pampa.	Presencia de la carrera Licenciatura en Turismo en la Universidad Nacional de La Pampa.
Disponibilidad de planificación turística provincial.	Reactivación de organismos vinculados a la gestión de eventos, como el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones y la Cámara de Turismo.
Jerarquización del automovilismo en la planificación turística provincial.	
Oferta de atractivos turísticos de la provincia de La Pampa.	Conformación de un producto turístico que involucre a los acontecimientos programados.
Existencia de productos turísticos provinciales, con la denominación “experiencias pampeanas”	Incorporación del Autódromo dentro de la oferta turística de La Pampa
Jerarquía, en primera posición, de la Puerta Santa Rosa – Toay en relación a las	Evaluación de inversión para la construcción de boxes permanentes en el Autódromo.



posibilidades de desarrollo turístico en la planificación turística de La Pampa.	Opción de negocio con la construcción de un hotel vinculado a los eventos desarrollados.
Existencia de planes estratégicos de las ciudades de Toay y Santa Rosa	Repunte del sector turístico, posterior a la paralización de actividades a causa del COVID-19.
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Necesidad de planificaciones a largo plazo.	Suspensión de eventos o de la asistencia del público a causa de las restricciones generadas por el COVID-19.
Costos relacionados al mantenimiento de un Autódromo.	
La Pampa no se encuentra posicionada como un destino turístico relevante para Argentina.	Inestabilidad en el país, en cuanto a decisiones y gestiones políticas.
Ausencia de concientización turística desde la Secretaría de Turismo de La Pampa.	Competencia con otros escenarios, a causa de la cantidad de autódromos presentes en el país.
Falta de articulación entre los sectores involucrados en la gestión de eventos.	
Asignación de competencias a distintas áreas respecto a los acontecimientos programados.	
Preocupación, por parte del gobierno de La Pampa, por la continuidad en la organización de eventos en el Autódromo.	
Inexistencia de un vínculo recíproco entre la Secretaría de Turismo y los municipios de Santa Rosa y Toay.	
Falta de representación del sector privado ante la Secretaría de Turismo.	
Carencia de agencias de turismo receptoras, que comercialicen a la provincia.	
Relación deficiente entre la Secretaría de Turismo y el Fideicomiso Autódromo Provincia de La Pampa.	
Inactividad por parte del Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones y de la Cámara de Turismo.	
Desafío de la Secretaría de Turismo para que los asistentes del Turismo Carretera se interesen por los atractivos turísticos de La Pampa.	
Ausencia de información turística durante la celebración de los eventos.	
Falta de datos cuanti y cualitativos actualizados acerca del público asistente e interesado en estos acontecimientos.	

Fuente: Sepúlveda, T., 2022.

## **Reflexiones finales**

La investigación desarrollada en la presente tesis indagó acerca de la celebración de acontecimientos programados en el conglomerado urbano de las ciudades de Santa Rosa y Toay, en particular acerca de los eventos deportivos automovilísticos llevados a cabo en el Autódromo Provincia de La Pampa. Se analizaron las repercusiones turísticas de los eventos en el área de estudio, de manera conjunta con la examinación de los sectores involucrados en la actividad y se elaboró un perfil de los asistentes de los acontecimientos.

Los eventos deportivos congregan a gran cantidad de turistas, entre ellos deportistas, integrantes de equipos deportivos, acompañantes y espectadores que se dirigen desde diferentes puntos del país. Las repercusiones turísticas se reflejan en la estadía realizada por los turistas, consumos en el destino, gastos en transporte y combustible, adquisición de entradas a los acontecimientos, entre otros. A modo de ejemplo, en el año 2019 el Turismo Carretera (TC) convocó a más de 54.000 espectadores provenientes de diferentes puntos del país para la 14° fecha del campeonato desarrollada en el Autódromo Provincia de La Pampa. En lo que respecta a deportistas, en el año 2021 se presentaron 73 pilotos junto a sus respectivos equipos y acompañantes, también provenientes desde varias ciudades, para la 14° fecha del TC y TC Pista en el escenario mencionado. Además entre otras actividades, en el Autódromo se organizan la Expopymes, acontecimiento que atrae a más de 70.000 personas en cada edición; actividades deportivas de ciclismo, con la participación de más de 100 deportistas; automovilismo de categorías zonales, con diferentes clases que reúnen, en promedio, a 100 pilotos; entre otros eventos.

Por medio del análisis y diagnóstico realizado, se confirma la hipótesis planteada en el inicio de la investigación, la cual menciona que los eventos deportivos automovilísticos presentes en las ciudades de Toay y Santa Rosa comprenden una oportunidad de desarrollo turístico para la provincia de La Pampa. Sin embargo, se presentan algunas limitaciones por parte de los organismos involucrados en la gestión de la actividad turística provincial y los acontecimientos programados. Las mismas se reflejan en la falta de coordinación entre las instituciones vinculadas con la organización de eventos y la actividad turística; la ausencia de concientización turística desde la Secretaría de Turismo de La Pampa; la carencia de acciones para fomentar la actividad turística del destino por parte de la Secretaría; la escasez de datos turísticos de los eventos deportivos; entre otros aspectos. A modo de ejemplo, uno de los limitantes que se observa es la falta de interés en el desarrollo de actividades emprendidas por parte de la Secretaría de Turismo vinculadas a los eventos deportivos de

automovilismo analizados. Desde la institución gubernamental solo se ejecutan acciones de difusión y promoción de los eventos, sin participar en su organización o incorporación de distintas actividades y propuestas turísticas. Sumado a lo anterior, desde el gobierno de la provincia de La Pampa, existe una preocupación latente por la continuidad en el tiempo de la organización de diferentes actividades en el Autódromo.

En los últimos años, a partir de la iniciativa del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico presentado en el año 2013, la provincia de La Pampa ha avanzado en materia de planificación turística sumando herramientas como la Ley Provincial de Turismo (2018) y el Plan de Gestión del Turismo (2019). Además, actualmente desde la Secretaría de Turismo de La Pampa se está trabajando en una actualización del Plan Estratégico. Sin embargo, a lo largo de la presente investigación se refleja una distancia entre lo planteado en la planificación y la realidad de la situación actual. Estos hechos se exponen en la presencia de programas y proyectos vinculados con el turismo de eventos en la planificación, incluso de tipología deportivos y, al mismo tiempo, en la falta de acciones implementadas por la Secretaría de Turismo. Otro ejemplo, desde la Secretaría se plantea el desafío de que el consumidor del Turismo Carretera se interese por los atractivos turísticos de la provincia, no obstante no se observan actividades desarrolladas desde la Institución al respecto. De esta manera se denota una ausencia de iniciativas públicas vinculadas al fortalecimiento de la actividad turística tanto en el destino como a nivel provincial y, en particular, en lo respectivo a los eventos deportivos.

Con el propósito de mejorar la situación actual y considerando la existencia de planificación y normativas turísticas en la provincia, es necesario ejecutar los programas y proyectos, presentes en dicha planificación, relacionados con los acontecimientos programados. Entre los mismos, se destacan posicionar a las ciudades de Santa Rosa y Toay como destino de eventos y la consolidación de una unidad estratégica de eventos con el proyecto denominado turismo de eventos. Por otra parte, teniendo en cuenta la presencia de instituciones relacionadas con el desarrollo de acontecimientos programados en la provincia y en el área de estudio, es menester plantear un trabajo en conjunto entre las diferentes instituciones identificadas. Entre ellas, se presentan la Asociación Empresaria Hotelera y Gastronómica de La Pampa, el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones, Fideicomiso Autódromo Provincia de La Pampa y otros organismos. A su vez, se debe mencionar la presencia de la Universidad Nacional de La Pampa, institución donde se desarrolla la Licenciatura en Turismo que otorga profesionalización al sector turístico.

Por otro lado, a partir de los resultados obtenidos de las encuestas y de la entrevista, en conjunto con datos brindados por informantes clave, se identifican ventajas estratégicas en el Autódromo Provincia de La Pampa, espacio donde se desarrollan los eventos analizados. Entre los aspectos positivos, se destaca la ubicación estratégica del conglomerado urbano de Santa Rosa y Toay en el centro del país, facilitando la llegada de turistas de distintas ciudades. A su vez, el predio del Autódromo es valorado de manera óptima por los asistentes, tanto por los deportistas e integrantes de las organizaciones de los eventos como por parte de los espectadores del público. De esta manera, se detectan los atributos que posee el predio para la planificación de diferentes tipos de acontecimientos programados, más allá de los deportivos. Entre ellos se destacan la presentación de la Expopymes, la propuesta de llevar a cabo un festival provincial, espectáculos musicales, entre otros. Así mismo, se pueden emprender diferentes opciones de negocios. A modo de ejemplo, la posibilidad de organizar distintas ferias y exposiciones de diversos rubros como en el caso del Autódromo de San Nicolás (provincia de Buenos Aires) que se comporta como predio ferial desarrollando exposiciones, convenciones, eventos corporativos y empresariales. Otra de las alternativas consiste en la construcción de un hotel dentro del predio o en sus inmediaciones, como sucede en otros autódromos del mundo o el caso de Argentina con Termas de Río Hondo (provincia de Santiago del Estero) y el Hotel Uno.

Además, La Pampa dispone de productos turísticos capaces de complementar a las actividades de los turistas durante la celebración de los eventos deportivos. Respecto al área de estudio, se comprueba que el conglomerado urbano de Santa Rosa y Toay presenta los componentes necesarios para comportarse como destino anfitrión de los eventos. Las ciudades disponen de establecimientos de alojamiento, espacios gastronómicos y diferentes atractivos turísticos. Para el caso particular del alojamiento, se observa que la capacidad de los espacios disponibles no es suficiente frente a eventos de gran convocatoria, evidenciado en la habilitación de alojamientos temporales particulares.

En relación a la planificación turística, en la escala nacional, la ciudad de Santa Rosa es definida como puerta actual en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. En el ámbito provincial, el conglomerado urbano de Santa Rosa y Toay es considerado una puerta. A su vez, se posiciona en primer lugar ante las posibilidades de desarrollo turístico frente a las demás regiones turísticas pampeanas. Respecto a la gestión local, ambas ciudades disponen de planes estratégicos orientados en el desarrollo territorial. De esta manera, se

identifican lineamientos estratégicos sobre los cuáles se puede desarrollar un trabajo de gestión para el fortalecimiento de la actividad turística.

En el desarrollo de la presente tesis se identificó que la celebración de eventos deportivos automovilísticos comprende una oportunidad para el desarrollo turístico de La Pampa. Las ciudades de Santa Rosa y Toay presentan fortalezas para su posicionamiento turístico y distintos aspectos a considerar con el propósito de mejorar la situación actual observada en referencia a la actividad turística. En base a la presencia de los acontecimientos deportivos es factible el desarrollo de propuestas gastronómicas, promocionar los diferentes atractivos turísticos presentes en el destino y ofrecer distintas actividades tanto del destino como de la provincia para que los turistas repitan sus visitas, no solo por la experiencia de un evento deportivo sino también motivados por otras modalidades turísticas. Además, a partir de la creación reciente del Observatorio Turístico de la Provincia de La Pampa, la gestión cuenta con la posibilidad de disponer de datos turísticos. De esta manera, se puede implementar un registro y evaluación de las repercusiones de los eventos deportivos automovilísticos en el destino en pos de mejorar y fortalecer la actividad turística.

Entre otros aspectos positivos, se debe agregar que a partir de la reciente administración del Fideicomiso Autódromo Provincia de La Pampa se propone maximizar la utilidad del predio, mediante la implementación de actividades turísticas, sociales, recreativas, comerciales, entre otras a considerar oportunas.

A modo de cierre, es conveniente acotar que se debe trabajar para un fortalecimiento en las acciones implementadas por la Secretaría de Turismo de La Pampa e instituciones vinculadas con la actividad turística y, en particular, para los eventos deportivos automovilísticos. Es necesario implementar acciones de planificación turística, atendiendo a la modalidad turística de los eventos deportivos, en base a las repercusiones turísticas de los acontecimientos desarrollados en el Autódromo Provincia de La Pampa.

## Bibliografía

ACTC. (2015). *Reglamento Deportivo Automovilístico de la Asociación Corredores de Turismo Carretera*. Disponible en: <<https://www.actc.org.ar/upload/rules/98.pdf>>.

Ámbito. (2014, mayo 13). El rally generó fuerte impacto económico. *Ámbito*. Disponible en: <<https://www.ambito.com/edicion-impresa/el-rally-genero-fuerte-impacto-economico-n3840478#comments>>.

ANDER-EGG, E. (1987). “La elaboración del cuestionario”. En Ander-Egg, E. (1987). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires: Hvmánitas. Pp. 271-288.

ANDRADA, M. A. (2016). Turismo deportivo y de eventos en Bahía Blanca: el motocross como diversificación de la oferta turística de eventos de deporte motor en la ciudad. (Tesis de grado). Universidad Nacional del Sur: Biblioteca de Geografía y Turismo.

ARAGONÉS JERICÓ, C., KÜSTER BOLUDA, I. y VILA LÓPEZ, N. (2021). Segmentación del turista deportivo: el caso del espectador de la Fórmula 1. *Revista Investigaciones Turísticas*, N°21, pp. 182-204. Disponible en: <<https://doi.org/10.14198/INTURI2021.21.9>>.

ARÁMBULO, D. (2021, septiembre 27). Volvió el ciclismo de ruta a La Pampa. *Ciclismo XXI*. Disponible en: <<https://www.ciclismoxxi.com.ar/volvio-el-ciclismo-de-ruta-a-la-pampa/>>.

BOLLO SUAREZ, C.S. (2020). El deporte a vela en el Club Náutico de Bahía Blanca desde la perspectiva de la actividad turística. (Tesis de Grado). Disponible en: <<http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/5335>>.

Campeones. (2019, diciembre 20). Estadística de público en la temporada 2019. *Campeones – Especiales*. Disponible en: <<https://www.campeones.com.ar/articulo/37915>>.

CAMÓS, J. (2017, junio 18). La otra cara de las 24 Horas de Le Mans: cuando la resistencia trasciende la pista de La Sarthe. *Motorpasión*. Disponible en: <<https://www.motorpasion.com/otras-competiciones/la-otra-cara-de-las-24-horas-de-le-mans-cuando-la-resistencia-trasciende-la-pista-de-la-sarthe>>.

Carburando. (2022). *Agenda Carburando (03-03-2022)* [Archivo de video]. Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=q2IzbNHVYKU&t=953s>>.

CASTRO, M. (2014). Moto GP en Río Hondo: flashes de un fin de semana histórico. *Sitio Web de Termas de Río Hondo*. Disponible en: <<http://www.lastermasderiohondo.com/Autodromo/motogp2014.asp>>.

Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo. (2019, agosto 11). Eventos como la Fórmula 1 incrementan el turismo premium, que es el que genera mayores ingresos. Ciudad de México. Disponible en: <<https://www.concanaco.com.mx/22246-2/>>.

Consejo Federal de Inversiones. (2013). *Informe final de la Planificación Estratégica para el desarrollo turístico de La Pampa*. Disponible en: <<http://biblioteca.cfi.org.ar/documento/planificacion-estrategica-para-el-desarrollo-turistico-de-la-pampa/>>.

Consejo Federal de Inversiones. (2019). *La Gestión del Turismo en la Provincia de La Pampa*. Asociación Civil Foro de Profesionales en Turismo. Santa Rosa: Secretaría de Turismo de La Pampa.

CORONEL, D. (2020, febrero 23). Cuánto cuesta una carrera de Turismo Carretera y el negocio que genera a su alrededor. *Infobae*. Disponible en: <<https://www.infobae.com/deportes/2020/02/23/cuanto-cuesta-una-carrera-de-turismo-carretera-y-el-negocio-que-genera-a-su-alrededor/>>.

CORTÉS, Y. (2020, noviembre 20). Gran Premio de México: cómo ha impactado económicamente en la CDMX. *Infobae – Sección Deportes*. Disponible en: <<https://www.infobae.com/america/deportes/2020/11/15/gran-premio-de-mexico-como-ha-impactado-economicamente-en-la-cdmx/>>.

Decreto Nacional N° 260/20. 3 marzo de 2020. Emergencia Sanitaria. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <<https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-260-2020-335423/texto>>.

DE DIOS, M. (2020). Limitantes y fortalezas de Santa Rosa como sede del Turismo de Reuniones: la calidad del destino desde la percepción de los actores sociales involucrados. (Tesis de Grado). Disponible en: <<https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/5692>>.

Diario Río Uruguay. (2020, marzo 3). Destacan el movimiento económico que genera el Turismo Carretera en las plazas entrerrianas. *Diario Río Uruguay*. Disponible en:

<<https://www.diariorioruguay.com.ar/deportes/destacan-el-movimiento-econmico-que-genera-el-turismo-carretera-en-las-plazas-entrerrianas.htm>>.

Diario Textual. (2022, abril 13). La Pampa recibe al TC para la despedida de Guillermo Ortelli. *Diario Textual*. Disponible en: <<https://diariotextual.com/inicio/index.php/2022/04/13/la-pampa-recibe-al-tc-para-la-despedida-de-guillero-ortelli/>>.

DIAZ MENDEZ, I. (2021, octubre 29). ¡Vuelve el 100% de aforo al automovilismo! *Carburando*. Disponible en: <<https://carburando.com/notas/vuelve-el-100-de-aforo-al-automovilismo>>.

DUVAL, V.S. (2017). Estudio integral de áreas protegidas: Reserva Provincial Parque Luro y Parque Nacional Lihué Calel, provincia de La Pampa. (Tesis doctoral). Disponible en: <<http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/4131>>.

FERNÁNDEZ ALLES, M.T. (2014). El impacto turístico de los eventos deportivos: un estudio de caso. *Cuadernos de Turismo*, N°33, pp. 59 – 76. Disponible en: <<https://revistas.um.es/turismo/article/view/195651>>.

FERNÁNDEZ, S. (s.f.). Automovilismo Deportivo III (Apunte de Cátedra: Tecnicatura Superior Universitaria en Periodismo Deportivo). La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Disponible en: <<https://perio.unlp.edu.ar/catedras/periodeportivo3/bibliografia/>>.

FERRO MORENO, S, et al. (2018). *Gestión de proyectos: Plan Estratégico para el desarrollo de la ciudad de Santa Rosa 2050*. Disponible en: <<http://planestrategicosantarosa.com.ar/index.php>>.

FIA. (2021, julio 21). La FIA presenta un estudio mundial sobre el impacto económico y social del deporte del motor. Disponible en: <<https://www.fia.com/news/fia-presents-worldwide-study-economic-and-social-impact-motor-sport>>.

GARCÍA, A. (2018). Atributos de Bahía Blanca para la conformación de un producto turístico: Turismo Deportivo. (Tesis de Grado). Disponible en: <<http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/4506>>.

GERK, C. (2015). Turismo deportivo en la localidad de Pigüé: análisis y evaluación del automovilismo como producto turístico. (Tesis de grado). Universidad Nacional del Sur: Biblioteca de Geografía y Turismo.



Gobierno de La Pampa (2019). *Anuario Estadístico 2019. Expopymes*, pp. 194-195. Disponible en: <<https://estadistica.lapampa.gob.ar/anuario-estadistico-2019.html>>.

GÓMEZ, D. N. (2014). Turismo de eventos deportivos en la ciudad de Bahía Blanca: caso de estudio: Copa Patagonia. (Tesis de grado). Universidad Nacional del Sur: Biblioteca de Geografía y Turismo.

GONZÁLEZ REVERTÉ, F. y MORALES PÉREZ, S. (2012). *Ciudades efímeras: transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*. Barcelona: Editorial UOC. Disponible en: <<https://elibro.net/es/ereader/unsbiblio/56479>>.

Gran Premio Online (2015). El 5 de agosto de 1937 nació el TC. *Gran Premio Online - Sección: Historias del Gran Premio*. Disponible en: <<http://granpremioonline.com.ar/7400-el-5-de-agosto-de-1937-nacia-el-tc/>>.

HECKER, P. (2017, enero 17). El Rally Dakar tuvo un impacto económico de \$90 millones en turismo. *El Cronista*. Disponible en: <<https://www.cronista.com/deportes/El-Rally-Dakar-tuvo-un-impacto-economico-de-90-millones-en-turismo-20170117-0010.html>>.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ COLLADO, C. y BAPTISTA LUCIO, M. (2014). Metodología de la investigación. (Quinta Edición). México D.F.: McGraw-Hill. Disponible en: <[https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf)>.

HUANG, Z. (2017). El estudio de la relación entre el Gran Premio de la F1, la economía turística de Shanghai y el desarrollo sostenible del turismo. *Universidad de Zaragoza*. Disponible en: <<https://zaguan.unizar.es/record/64618/files/TAZ-TFM-2017-1284.pdf?version=1>>.

IMPROTUR. (2009). Presentación del plan de marketing de turismo de reuniones. Acciones de Promoción Turística Internacional 2009. *Instituto Nacional de Promoción Turística*.

INFOBAE. (2021, noviembre 8). Fórmula 1 dejó una derrama de más de 14 mil millones de pesos en la CDMX. *Infobae*. Disponible en: <<https://www.infobae.com/america/mexico/2021/11/08/formula-1-dejo-una-derrama-de-mas-de-14-mil-millones-de-pesos-en-la-cdmx/>>.

JIMÉNEZ-NARANJO, H.V. (2019). Modelo para la clasificación del turismo deportivo. *Eracle. Journal of Sport and Social Sciences*, N°1 (volumen 2), pp. 5-21. Disponible en: <<https://doi.org/10.6093/2611-6693/6193>>.

Ladevi México. (2019, septiembre 1). Sectur estima derrama por \$55 millones con la Nascar Peak. *La Agencia de Viajes México*. Disponible en: <<https://mexico.ladevi.info/sectur-estima-derrama-55-millones-la-nascar-peak-n11952>>.

LADRECHE, M. (2021, septiembre 21). Proyecto de Ordenanza para declarar de carácter estratégico municipal el fomento y promoción de la actividad turística en la ciudad de Toay. *Consejo Deliberante de la ciudad de Toay*. Disponible en: <[https://cdtoay.com.ar/images/proyectos/2021/Proyecto\\_de\\_Ordenanza\\_-\\_Marcos\\_Ladrec he.pdf](https://cdtoay.com.ar/images/proyectos/2021/Proyecto_de_Ordenanza_-_Marcos_Ladrec he.pdf)>.

LEDESMA ABDALA DE ZAMORA, C., MONTENEGRO, G. A. y NEDER, J. E. (2020). *Proyecto de declaración*. Senado de la Nación Argentina. Disponible en: <<https://www.senado.gob.ar/parlamentario/comisiones/verExp/74.20/S/PD>>.

Ley Nacional N°18.829. 6 noviembre 1970. Agentes de viajes – Reglamentación de su actividad. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <<https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-18829-27128/texto>>.

Ley Provincial N°2.466. 11 diciembre de 2008. Aprobando el convenio de cooperación entre la provincia de La Pampa y la Secretaría de Turismo de la Presidencia de La Nación, ratificado por Decreto N° 3175/08 -Rally Dakar 2009. Santa Rosa, La Pampa, Argentina. Disponible en: <[https://asesorialetradadegobierno.lapampa.gob.ar/images/stories/Archivos/AsesoríaLetrada/Leyes/2008/Ley\\_2466.pdf](https://asesorialetradadegobierno.lapampa.gob.ar/images/stories/Archivos/AsesoríaLetrada/Leyes/2008/Ley_2466.pdf)>.

Ley Provincial N° 3.092. 14 septiembre de 2018. Declarando al turismo de interés provincial como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo integrado del territorio provincial. Santa Rosa, La Pampa, Argentina. Disponible en: <[https://asesorialetradadegobierno.lapampa.gob.ar/images/stories/Archivos/AsesoríaLetrada/Leyes/2018/Ley\\_No\\_\\_3092.pdf](https://asesorialetradadegobierno.lapampa.gob.ar/images/stories/Archivos/AsesoríaLetrada/Leyes/2018/Ley_No__3092.pdf)>.

Marca. (2021, noviembre 11). El Gran Premio de Brasil espera aforo completo. *Marca*. Disponible en: <<https://www.marca.com/claro-mx/motor/formula-1/2021/11/11/618d76a8e2704e511f8b4595.html>>.

Marca Motor. (2019, julio 9). Montmeló es el cuarto Gran Premio con mayor impacto económico de la F1. *Marca*. Disponible en: <<https://www.marca.com/motor/formula1/2019/07/09/5d249f4d46163fbf328b45fd.html>>.

Marketing Registrado. (2021, noviembre 8). Inversión y resultados económicos positivos, todo lo que genera organizar el GP de F1 de San Pablo. *Marketing Registrado*. Disponible en: <[https://www.marketingregistrado.com/br/automovilismo/2021/11/34745\\_inversion-y-resultados-economicos-positivos-todo-lo-que-genera-organizar-el-gp-de-f1-de-san-pablo/](https://www.marketingregistrado.com/br/automovilismo/2021/11/34745_inversion-y-resultados-economicos-positivos-todo-lo-que-genera-organizar-el-gp-de-f1-de-san-pablo/)>.

MARTOS MOLINA, M. (2013). El papel del turismo de eventos en el desarrollo urbano. El caso de Expo Zaragoza. *Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, N°1 (volumen 11), pp. 57 – 71. Disponible en: <[http://www.pasosonline.org/Publicados/11113/PS0113\\_05.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/11113/PS0113_05.pdf)>.

Ministerio de Turismo de la Nación. (2015). Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable: Turismo 2025. Buenos Aires: Ministerio de Turismo de la Nación. Disponible en: <<https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/Plan-Federal-Estrategico-Turismo-Sustentable-2025.pdf>>.

Ministerio de Turismo de la Nación. (2017, agosto 28). *Termas de Río Hondo: la Porsche GT3 y el TC tuvieron un impacto de 70 millones de pesos*. Disponible en: <<http://www.turismo.gov.ar/noticias/2017/08/28/termas-rio-hondo-porsche-gt3-y-tc-tuvieron-un-impacto-70-millones-pesos>>.

Ministerio de Turismo y Deportes de La Nación. (2022, abril 2). El MotoGP hace vibrar al público argentino. *Sitio Web oficial del Ministerio de Turismo y Deportes de La Nación*. Disponible en: <<https://www.argentina.gob.ar/noticias/el-motogp-hace-vibrar-al-publico-argentino>>.

NARDONE, A. (2019). *Turismo de reuniones: mercado, marketing y gestión de destinos*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ugerman Editor. Disponible en: <<https://elibro.net/es/ereader/unsbiblio/120442>>.

OMT. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*. OMT: Madrid. Disponible en: <<https://doi.org/10.18111/9789284420858>>.

ORTEGA NUERE, C. e IZAGUIRRE CASADO, M. (2010). *Los eventos: funciones y tendencias*. Bilbao: Universidad de Deusto. Disponible en: <[http://www.deusto-publicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs\\_ocio/ocio39.pdf](http://www.deusto-publicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs_ocio/ocio39.pdf)>.

PERCO, A. (2017, diciembre 7). Pasaron 31 años: El recuerdo del último Gran Premio de TC en La Pampa. *Carburando*. Disponible en: <<https://carburando.com/notas/pasaron-31-anos-el-recuerdo-del-ultimo-gran-premio-de-tc-en-la-pampa>>.

PERCO, A. (2020, febrero 24). Desmantelan el viejo Autódromo de Santa Rosa. *Carburando*. Disponible en: <<https://carburando.com/notas/desmantelan-el-viejo-autodromo-de-santa-rosa>>.

PERLAZA LOPERA, C., CORREA CORTES, J. S. y TAMAYO GALEANO, C. (2015). Turismo de reuniones y eventos. *Revista Intersección: Eventos, turismo, gastronomía y moda*, N°3 (volumen 2), pp. 38-53. Disponible en: <<https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/int/issue/archive>>.

Ponto Final. (2017, mayo 24). Circuito de Vila Real con un impacto económico directo de 15 millones de euros. *Ponto Final*. Disponible en: <<https://pontofinalmacau.wordpress.com/2017/05/24/circuito-de-vila-real-com-impacto-economico-directo-de-15-milhoes-de-euros/>>.

RAMÍREZ HERNÁNDEZ, O. I. (2013). Turismo Deportivo: Promoción para la diversificación de la oferta turística de Manzanillo, Colima. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, N°15 (volumen 6), pp. 1-16. Disponible en: <<https://www.eumed.net/rev/turydes/15/manzanillo.html>>.

RAMOS SÁNCHEZ, P.A. y TERRAZAS JUÁREZ, A.R. (2019). Turismo deportivo: Consideraciones conceptuales y actores para fomentar el desarrollo territorial en destinos turísticos. *Expresión Económica*, N°42, pp. 79-97. Disponible en: <<http://expresioneconomica.cucea.udg.mx/index.php/eera/article/view/894/838>>.

REVUELTA CARBAJO, R. (2006). Turismo y eventos deportivos: los Juegos Olímpicos de invierno. *Oppidum: cuadernos de investigación*, N° 2, pp. 399 – 428. Disponible en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2254398>>.

RICO BOUZA, C., ARAUJO VILA, N. y FRAIZ BREA, J.A. (2021). Aproximación al perfil sociodemográfico y comportamiento del asistente a rallies. *Investigaciones Turísticas*, N°22, pp. 377-404. Disponible en: <<https://doi.org/10.14198/INTURI2021.22.16>>.

Robelito Motors. (2011, noviembre 10). *Adiós al Autódromo de Santa Rosa*. Nota en blog acerca de una reseña histórica del Autódromo de Santa Rosa. Disponible en: <[https://decastex.blogspot.com/2011\\_11\\_10\\_archive.html?m=0](https://decastex.blogspot.com/2011_11_10_archive.html?m=0)>.

SÁEZ, J. (2019, diciembre 20). Aumenta la asistencia a los circuitos de Fórmula 1 en 2019. *Car and driver*. Disponible en: <<https://www.caranddriver.com/es/formula-1/a30292682/aumenta-asistencia-circuitos-f1-2019/>>.

SARMIENTO GUEDE, J. R., ESTEBAN CURIEL, J. y ANTONOVICA, A. (2015). *Turismo y deporte*. Madrid: Dykinson. Disponible en: <<https://elibro.net/es/ereader/unsbiblio/58283>>.

Secretaría de Turismo de La Pampa. (2014). *Encuesta perfil visitante Autódromo Provincia de La Pampa*. Santa Rosa: Secretaría de Turismo de La Pampa.

Semanario Región (2011, mayo 26). Avanza la primera etapa de obras del Autódromo Provincial. *Región Empresa Periodística*. Disponible en: <<http://pampatagonia.com/productos/semanario/archivo/994-noticias-la-pampa/avanza-primer-etapa-obras-autodromo-provincial-994.html>>.

Semanario Región. (2012, noviembre 22). 75 mil personas en la inauguración del Autódromo de La Pampa. *Región Empresa Periodística*. Disponible en: <<https://www.region.com.ar/productos/semanario/archivo/1066-noticias-la-pampa/autodromo-lapampa-inauguracion-fotos-1066.html>>.

SEPÚLVEDA, T. (2020). *Mapas de la provincia de La Pampa y Autódromo Provincia de La Pampa*. Trabajo Final de Curso de Cartografía Aplicada (Universidad Nacional del Sur). Disponible en: <[http://www.mapotecadigital.uns.edu.ar/geonetwork/srv/spa/catalog.search#/search?resultType=details&fast=index&\\_content\\_type=json&from=1&to=20&sortBy=relevance&any=tomas%20sepulveda](http://www.mapotecadigital.uns.edu.ar/geonetwork/srv/spa/catalog.search#/search?resultType=details&fast=index&_content_type=json&from=1&to=20&sortBy=relevance&any=tomas%20sepulveda)>.

SHONE, A. y PARRY, B. (2010). *Successful Event Management: a practical handbook – third edition*. Andover (Reino Unido): Cengage Learning.

Subsecretaría de Planificación Territorial de la Inversión Pública de la Nación. (2014). *Plan Estratégico Territorial de Toay - Provincia de La Pampa. Informe final* (2014, mayo 30). Disponible en: <[https://www.cdtoay.com.ar/images/ordenanzas/2018/Informe4COUT\\_al\\_7-6-14.pdf](https://www.cdtoay.com.ar/images/ordenanzas/2018/Informe4COUT_al_7-6-14.pdf)>.

VIJARRA, J. (2022, abril 18). Segundo podio en 4 fechas. *Agencia Prensa Pro*. Disponible en: <<http://prensapro.com.ar/segundo-podio-en-4-fechas%ef%bf%bc/>>.

### **Fuentes orales (comunicaciones personales):**

Bagliani, S. (2022). *Comunicación personal con la Presidente del Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones*.

Genovesio, J.L. (2022). *Comunicación personal con el Secretario Administrativo de la Federación Pampeana de Automovilismo Deportivo (FEPAD)*.

Paredes, S. (2021). *Comunicación personal con el encargado de Road Rider Club*.

Romero, A. (2022). *Entrevista realizada con la Secretaria de la Secretaría de Turismo de La Pampa*.

### **Sitios Webs consultados:**

Agencia Provincial de Noticias La Pampa. Disponible en: <<https://apn.lapampa.gob.ar/>>.

Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos, Eventos y de Burós de Convenciones (AOCA): <<https://aoca.org.ar/>>.

Asociación Corredores de Turismo Carretera (ACTC): <<https://www.actc.org.ar/tc/index.html>>.

Asociación de Pilotos de Automóviles de Turismo (APAT): <<https://www.apat.org.ar/>>.

Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica de La Pampa (AEHGLP): <<http://www.aehglp.org.ar/>>.

Federación Internacional del Automóvil (FIA): <<https://www.fia.com/es>>.

Fideicomiso Autódromo Provincia de La Pampa: <<https://autodromolapampa.com.ar/>>.

Fiduciaria La Pampa S.A.P.E.M: <<http://fiduciarialapampa.com.ar/>>.

Gobierno de La Pampa: <<https://www.lapampa.gob.ar/>>.

La Arena. Disponible en: <<https://www.laarena.com.ar/>>.

Ministerio de Turismo de Neuquén: <<http://neuquentur.gob.ar/>>.

Ministerio de Turismo y Deportes de La Nación:  
<<https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes>>.

Municipalidad de Toay: <<https://toay.gob.ar/>>.

Organización Mundial del Turismo (OMT): <<https://www.unwto.org/es>>.

Portal de comunicación de Río Negro: <<https://prensa.rionegro.gov.ar/>>.

Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones: <[www.santarosabureau.com](http://www.santarosabureau.com)>.

Santa Rosa Municipio: <<https://www.santarosa.gob.ar/>>.

Secretaría de Turismo de La Pampa: <<https://turismo.lapampa.gob.ar/>>.

Servicio Informativo del gobierno de San Juan (SI Gobierno de San Juan):  
<<https://sisanjuan.gob.ar/>>.



Subsecretaría de Turismo de Santiago del Estero: <<http://www.turismosantiago.gob.ar/>>.

Super TC2000: <<https://supertc2000.com.ar/>>.

## Anexos

### Anexo I: Cuestionario

A continuación, se presenta el modelo de cuestionario aplicado a los equipos deportivos y asistentes en el sector de boxes de la fecha N°14 del Turismo Carretera y, por otra parte, a los espectadores de la fecha N°11 del Turismo Nacional en el Autódromo Provincia de La Pampa. Ambas fechas de los campeonatos corresponden al año 2021.



		<b>Universidad Nacional del Sur</b> <b>Departamento de Geografía y Turismo</b>					
Observación: las variables sombreadas con color celeste corresponden a preguntas destinadas a los asistentes de la 14° fecha del Turismo Carretera 2021.							
Encuesta N°:		V1. Fecha:					
V2. Encuestador:		V3. Lugar de toma:					
V4. Género del encuestado:		1. Masculino	2. Femenino				
V5. ¿Cómo se compone el grupo?							
1. Pareja	2. Familia	3. Amigos	4. Grupo de trabajo	5. Persona sola			
V6. Equipo de competición / persona encuestada:							
V7. En caso de representar a un equipo de competición, ¿Cuántos pilotos componen al equipo?							
Turismo Carretera		TC Pista		Total			
V8. En caso de representar a un grupo, ¿Cuántas personas componen al grupo?							
1. Entre 1 y 5		2. Entre 6 y 10		3. Entre 11 y 15		4. Más de 15	
V9. Indicar el número de personas por grupo:							
Indicar el número / género / edades de los integrantes del grupo:							
	A	B	C	D	E	F	G
Género / edad	0-18	19-28	29-39	40-55	56-65	+66	Total
V10. Masculino							
V11. Femenino							
V12. Motivación: ¿Por qué vino al evento automovilístico deportivo?							
1. Presenciar la carrera		2. Trabajo		3. Acompañante		4. Otro. Especificar:	
Procedencia:							
V13. Ciudad:							
V14. Provincia:							



V15. ¿Cuántos días (nº) va a permanecer en el destino?					
V16. ¿Cuántos días (nº) va a presenciar el evento?					
V17. ¿Dónde se encuentra alojado?					
1. Hotel	2. Casa de familia / amigos	3. Casa o depto. alquilado	4. Autódromo	5. Otro. Especificar:	
V18. En caso de responder por hotel, ¿En qué establecimiento se encuentra?					
V19. ¿Qué gasto estima que realizará durante su estadía? (Turistas)					
1. \$0 a \$10.000		2. \$10.001 a \$20.000		3. Más de \$20.000	
V20. ¿Cómo es la composición del gasto? Expresar en porcentaje (%). (Turistas)					
Compras	Alimentos y bebidas	Alojamiento	Entretenimientos	Entrada	Transporte / combustible
V21. ¿Qué servicios ha contratado durante la estadía en el destino?					
1. Ninguno	2. Gastronomía (alimentos y bebidas)	3. Entretenimientos	4. Otros. Especificar:		
V22. ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a la ciudad de Santa Rosa?					
1. Auto particular	2. Ómnibus	3. Avión	4. Otro. Especificar:		
Indicar según corresponda: MS (muy satisfecho); S (satisfecho); PS (poco satisfecho); I (insatisfecho) o NS (no sabe / no responde)					
			MS	S	PS
V23. Condiciones del circuito					
V24. Sector de boxes					
V25. Estado de los sectores de visualización del circuito					
V25. Limpieza y equipamiento de los baños					
V26. Estado de los accesos al Autódromo					
V27. Sonido e iluminación y señalización					
V28. Información brindada durante el evento					
V29. Atención del personal					
V30. Servicios gastronómicos					
V31. Atención – amabilidad del personal de gastronomía					
V32. Espacio o actividad más atractiva del presente evento deportivo:					
V33. Observaciones y sugerencias, ¿qué cree que debería agregarse al presente evento deportivo, mejorarse o cambiarse?					

## Anexo II: Entrevista

Con respecto a la entrevista realizada a Adriana Romero, quien cumple el rol de Secretaria de la Secretaría de Turismo de La Pampa, se aplicaron las siguientes preguntas expresadas en el modelo detallado a continuación.

	<b>Universidad Nacional del Sur</b> <b>Departamento de Geografía y Turismo</b>	
<p>La presente entrevista se realiza con el propósito de analizar la vinculación de la Secretaría de Turismo de La Pampa con el desarrollo de los eventos deportivos automovilísticos que se presentan en las localidades de Toay y Santa Rosa, específicamente en el Autódromo Provincia de La Pampa. El aporte de esta entrevista resulta de importancia dado que la información obtenida completará la tesis realizada por Tomás Sepúlveda, de la carrera de Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional del Sur.</p>		
<p>Entrevista a: Mg. Adriana Romero – Secretaria de la Secretaría de Turismo de La Pampa.</p>		
<p>1. En el ámbito de la planificación turística de la provincia, ¿Se trabaja para realizar una continuación del Plan de Gestión 2019-2023? ¿Qué lineamientos se están teniendo en consideración?</p> <p>1.1. A partir de la ejecución del mismo, ¿se ha realizado un seguimiento de los efectos producidos como consecuencia de la presencia de eventos en la provincia?</p> <p>1.2. ¿Cuál es el criterio de confección del “Calendario de Eventos y Fiestas Populares” disponible en el Sitio Web de la Secretaría?</p> <p>1.2.1. ¿Por qué los eventos deportivos, y en particular los de automovilismo, no se encuentran publicados en el calendario?</p>		
<p>2. ¿Considera que las ciudades de Santa Rosa y Toay trabajan de manera conjunta en lo referido al desarrollo de la actividad turística?</p>		
<p>3. En relación a la presencia de eventos deportivos en la provincia ¿Qué tareas, acciones u objetivos se realizan o persiguen desde la Secretaría ante la presencia de esta tipología de eventos?</p> <p>3.1. ¿Considera que los mismos generan repercusiones turísticas? ¿Cuáles?</p> <p>3.1.1. En lo que refiere a la presencia de eventos automovilísticos de carácter nacional, a modo de ejemplo: el Turismo Carretera y el Turismo Nacional, ¿desde la Secretaría se llevan a cabo acciones vinculadas a estos acontecimientos?</p> <p>3.1.2. Para el caso de eventos locales, como las categorías de la FEPAD, o actividades como ciclismo, picadas, entre otros, ¿Qué funciones lleva a la cabo la Secretaría?</p> <p>3.1.3. ¿Qué participación tiene la Secretaría en la organización / planificación de la Expopymes 2022 a desarrollarse en el Autódromo?</p> <p>3.1.4. ¿Qué otro tipo de eventos consideran, desde la Secretaría, que se podrían tener en cuenta para realizar en el Autódromo?</p>		

4. Continuando con lo referido a los eventos, ¿Desde la Secretaría se trabaja de manera mancomunada con otros organismos en la planificación y gestión de eventos dentro del marco turístico-recreativo? (Por ejemplo, con el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones – Asociación Empresaria Hotelera y Gastronómica de La Pampa – asociaciones o federaciones deportivas y automovilísticas)

4.1. ¿Cuál es la relación de la Secretaría con el organismo encargado del Autódromo, “Fideicomiso Autódromo Provincia de La Pampa”?

4.2. Ante la presencia y las repercusiones que las categorías nacionales de automovilismo tienen sobre los destinos a escala nacional, ¿Se analizan y evalúan las repercusiones turísticas generadas en otros destinos del país a fin de considerarlas como potenciales atractivos provinciales propios? ¿Considera que estos eventos se podrían contemplar en una planificación provincial y nacional para el desarrollo turístico de los destinos participantes?

4.3. A partir de la actividad turística generada por la presencia de eventos deportivos automovilísticos, dado que entre la presencia de turistas hay espectadores y equipos deportivos, ¿Cree que se puede considerar al mismo como un producto turístico competitivo que diversifique la oferta de la provincia?

4.3.1. ¿Qué lugar ocupa el turismo de eventos deportivos en relación a otros productos turísticos de la provincia? A modo de ejemplo, en comparación con las “experiencias” (rural, bienestar, cultural, aventura y cinegética) publicadas desde el Sitio Web de la Secretaría.

Teniendo en cuenta la jerarquización de atractivos turísticos desarrollada en la “Planificación Estratégica para el desarrollo turístico de La Pampa” en el año 2013, los eventos deportivos de automovilismo obtuvieron la puntuación más elevada dentro de la categoría de acontecimientos programados (Consejo Federal de Inversiones, 2013).

5. ¿Cómo son considerados actualmente estos eventos desde la Secretaría de Turismo?

5.1. ¿Qué papel desempeña la jerarquización de atractivos mencionada en la planificación turística y/o conformación de la oferta turística provincial?

De acuerdo con el Plan de Gestión (2019-2023) donde “... el turismo de eventos aún en auge”, en conjunto con otras tipologías “... son segmentos en los que la provincia puede apoyarse para el desarrollo de productos” (Consejo Federal de Inversiones, 2019: 179). Y teniendo en cuenta, además, que el Autódromo Provincia de La Pampa se ubica como una fortaleza en el análisis FODA, definiéndolo como “... un espacio con la comodidad suficiente como para organizar distintos espectáculos, encuentros, etc.” (Consejo Federal de Inversiones, 2019: 180).

6. ¿Usted considera que el Autódromo forma parte de la oferta turística de La Pampa?

6.1. ¿Qué actividades/acciones se desarrollan, desde la Secretaría, respecto al mismo o qué objetivos se persiguen?