



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

**TESINA DE LICENCIATURA EN TURISMO**

**“Limitantes y fortalezas de Santa Rosa como sede del Turismo de Reuniones: la calidad del destino desde la percepción de los actores sociales involucrados”**

**Tesista: Micaela de Dios**

**Directora: Lic. Soledad Gallucci**

**Co-Directora: Lic. Valeria Gil**

**BAHÍA BLANCA, 2020**

## **Agradecimientos**

A mi familia, que siempre confió en mí.

A mi novio, por su apoyo incondicional.

A mis abuelos, mis ángeles en el cielo y en la tierra.

A mi compañera, la hermana que elegí, indispensable en este camino.

A los amigos que me dejó la carrera.

A mis profesoras Soledad y Valeria, por su apoyo y acompañamiento en la etapa final.

A todos los que junto a ellos hicieron posible de alguna forma que hoy pueda decir: “¡LO LOGRÉ!”.

## Índice

<b>Introducción.....</b>	<b>5</b>
<b>1. CAPÍTULO I: Abordaje metodológico.....</b>	<b>8</b>
1.1 Planteamiento del problema.....	8
1.2 Objetivos.....	10
1.3 Hipótesis.....	10
1.4 Metodología y técnicas .....	10
<b>2. CAPÍTULO II: Marco de referencia.....</b>	<b>13</b>
2.1 Marco conceptual.....	13
2.1.1 Turismo de Reuniones.....	13
2.1.1.1 Concepto.....	13
2.1.1.2 Principales características y actores involucrados.....	14
2.1.2 La calidad y su implicancia en el Turismo de Reuniones.....	20
2.1.3 Percepción social.....	22
2.2 Marco histórico.....	23
2.2.1 Evolución del Turismo de Reuniones en Argentina.....	23
<b>3. CAPÍTULO III: Análisis de Turismo de Reuniones en la ciudad de Santa Rosa.....</b>	<b>27</b>
3.1 Santa Rosa como destino sede de reuniones.....	27
3.1.1 Oferta de servicios.....	28
3.1.2 Actores sociales: Funciones y sus interrelaciones.....	43
3.1.2.1 Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones.....	45
<b>4. CAPÍTULO IV: Percepción de actores sociales con respecto a la calidad de Santa Rosa como sede de Turismo de Reuniones.....</b>	<b>50</b>
4.1 Percepción de actores sociales involucrados con respecto a la calidad del servicio para el Turismo de Reuniones.....	50
4.2 Percepción de actores sociales involucrados con respecto a la situación actual del Turismo de Reuniones en Santa Rosa.....	54
<b>5. CAPÍTULO V: Turismo de Reuniones en Santa Rosa: Diagnóstico y análisis F.O.D.A.....</b>	<b>57</b>
5.1 Diagnóstico.....	57
5.1.1 Síntesis: Matriz F.O.D.A.....	59
<b>6. Lineamientos propositivos.....</b>	<b>62</b>

<b>7. Conclusiones.....</b>	<b>65</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>66</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>69</b>

### **Índice de figuras**

Figura 1: Componentes del subsistema turístico de reuniones.....	16
Figura 2: Congresos internacionales realizados en Argentina: Años 2008-2018.....	24
Figura 3: Provincia de La Pampa: ubicación de la ciudad de Santa Rosa.....	27
Figura 4: Eventos registrados por el Bureau de Santa Rosa entre los años 2016-2019.....	43

### **Índice de tablas**

Tabla 1: Tipo de reuniones.....	18
Tabla 2: Composición de la planta turística de Santa Rosa: equipamiento e instalaciones.....	28
Tabla 3: Clasificación de atractivos turísticos.....	30
Tabla 4: Composición de la planta turística de Santa Rosa: infraestructura.....	36
Tabla 5: Eventos realizados en Santa Rosa en el año 2019.....	37
Tabla 6: Análisis F.O.D.A de Santa Rosa como destino sede de reuniones.....	59

## **Introducción**

El Turismo de Reuniones es una modalidad adoptada en forma creciente por numerosos destinos, estimulando la competencia de la oferta en el mercado de las reuniones. En este sentido, diversas ciudades en todo el mundo estimulan el Turismo de Reuniones como estrategia para el desarrollo y consolidación como destinos sede.

El Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina (OETRA) indica que en 2018 el Turismo de Reuniones creció un 3,02% a nivel internacional y a nivel nacional obtuvo un crecimiento del 17% con respecto al año anterior en todas sus modalidades: conferencias, congresos y convenciones, ferias comerciales y exposiciones de negocios, eventos de incentivo, reuniones corporativas y de negocios y otras reuniones conforme a los criterios establecidos. Este crecimiento se debe a los beneficios que la actividad genera, entre ellos, económicos ya a que involucra a más de 50 segmentos de mercado y beneficios de carácter profesional como consecuencia de eventos de negocios o transmisión del conocimiento, entre otros (Herrera, 2014).

A fin de lograr y mantener un posicionamiento como destino sede, es necesario que todos los actores involucrados generen en forma sistemática acciones para gestionar la calidad de los servicios brindados de modo de satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas que componen este segmento de demanda (Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos, Eventos y de Burós de Convenciones (AOCA); 2014).

En este contexto, la ciudad de Santa Rosa se presenta como un destino capaz de competir en el mercado nacional de las reuniones. Según indica el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones, los eventos tuvieron un aumento progresivo desde el año 2016 aunque existe una leve disminución en el último año (2019). Sumado a esto, según las entrevistas realizadas, el destino cuenta con características tales como diversificada oferta hotelera, servicios de catering preparados para atender a numerosos grupos de personas, presencia de atractivos turísticos naturales y culturales dentro y en proximidades de la ciudad, presencia de organismos del conocimiento tales como la Universidad Nacional de La Pampa, buen funcionamiento de la infraestructura pública, entre otras.

Pese a esto, hay varios aspectos en los que se debe mejorar tales como la baja articulación entre los actores sociales involucrados, la oferta de algunos servicios como transporte chárter, menús y horarios especiales en el servicio gastronómico, servicios regulares de

guías, estado y ubicación de las estaciones terminales, frecuencias aéreas y horarios de llegada de servicios de ómnibus y, la insuficiente notificación al Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones de los eventos que se organizan.

En este sentido, el objetivo de este estudio es analizar la calidad del destino Santa Rosa como sede de Turismo de Reuniones desde la perspectiva de distintos actores sociales involucrados con el fin de destacar las fortalezas del destino, las oportunidades a aprovechar en este contexto y detectar las debilidades con que cuenta el destino para poder mejorarlas.

# **CAPÍTULO I**

---

## **Abordaje metodológico**

## **Capítulo I: Abordaje metodológico**

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

La Organización Mundial del Turismo (O.M.T, 2014) resalta que el Turismo de Reuniones contribuye tanto al desarrollo de la economía como a la gestión del conocimiento constituyendo uno de los principales motores del desarrollo turístico de un destino. En este sentido, constituye tanto una fuente importante de generación de ingresos, empleo e inversiones, como una oportunidad de compartir conocimientos y crear contactos estratégicos.

Tanto a nivel internacional como nacional, esta modalidad registra un crecimiento constante de forma anual. Según indica el Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina (OETRA), el Turismo de Reuniones en 2018 a nivel internacional creció un 3,02% con respecto al año anterior y a su vez, registra un aumento de un 36% en un período de 10 años (2008-2018). Dentro del ranking mundial, la Argentina se encuentra en el puesto número 18, con 232 congresos internacionales realizados en 2018 concentrando el 19% de los congresos internacionales realizados en Latinoamérica.

Dado el crecimiento que tiene la modalidad de las reuniones, el interés de los destinos por desarrollarse como sedes de Turismo de Reuniones responde a los beneficios que esta actividad genera en la localidad. Entre ellos, Herrera (2014) resalta: a) la rentabilidad, ya que el turista de eventos tiene un gasto promedio superior al turista que se desplaza por motivos de ocio; b) la creación de empleos altamente calificados en tanto promueve la capacitación y el intercambio profesional; c) la disminución de la estacionalidad en el destino ya que promueve la realización de reuniones en temporada baja; d) la promoción del destino, ya que el turista que tuvo una buena experiencia se convierte automáticamente en promotor del mismo.

Para crecer como destino sede de Turismo de Reuniones es necesario impulsar una oferta diferencial de calidad. En este sentido, una ciudad para convertirse en destino sede debe contar con una serie de atributos tangibles e intangibles centrados, principalmente en la conectividad, la amplia oferta de servicios y la ubicación estratégica (Montero, 2007).

En este marco, la ciudad de Santa Rosa, capital de la provincia de La Pampa, se presenta como un destino que reúne las condiciones adecuadas para el mercado de reuniones. Posee una ubicación estratégica al encontrarse en el centro del país y casi aproximadamente a 600 km de los principales centros urbanos. De acuerdo a las características que debe reunir un



destino sede, la ciudad de Santa Rosa posee una planta turística y servicios de infraestructura acorde a dichos parámetros.

En este sentido, la planta turística se compone de una variada oferta de servicios turísticos. En particular, con respecto al equipamiento, se registran 22 establecimientos hoteleros y extra hoteleros (Encuesta de Ocupación Hotelera 2017), servicios de alimentación (42 restaurantes según la Secretaría de Turismo de La Pampa), salones para uso de reuniones (se destacan el aula magna de la Universidad Nacional de La Pampa, los salones móviles con capacidad de 70 hasta 200 personas y otros con capacidad de hasta 400 personas) esparcimiento de distintas categorías, y otros servicios como agencias de viajes receptoras; oficinas de información turística, comercios, entre otros.

En relación con la infraestructura, y debido a su posición estratégica, Santa Rosa cuenta con conectividad aérea y terrestre. En este sentido, la infraestructura de servicios aéreos se caracteriza por un aeropuerto de cabotaje de pequeñas dimensiones, mientras que la infraestructura de servicios terrestres, se concentra principalmente en una terminal de ómnibus ubicada en una de las principales avenidas. Además, la conectividad está caracterizada por una red de rutas nacionales (RN N° 35 y RN N°5).

Es de destacar que la ciudad cuenta con organizaciones del conocimiento tales como la Universidad Nacional de La Pampa y universidades privadas como la Universidad Siglo 21 y la Universidad Católica Salesiana, así como organismos públicos tales como el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria vinculados cuyas actividades tienen como finalidad la transferencia de conocimiento al sector productivo. Estas organizaciones, durante los últimos años, han realizado numerosas reuniones como congresos y exposiciones, entre otros.

A su vez, existe el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones creado en 2015 que funciona dentro de la Cámara de Comercio y tiene como objetivo promover a la ciudad de Santa Rosa como destino para la organización de congresos, convenciones, viajes de incentivos, ferias y exposiciones a nivel regional, nacional e internacional. Actualmente, el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones cuenta con 14 asociados dentro de los cuales se encuentran representantes de empresas de alojamiento (hoteleros y extrahoteleros), servicios de alimentación y de organización de eventos.

En este contexto y, considerando que un destino para desarrollar el Turismo de Reuniones requiere de la integridad y heterogeneidad de los servicios así como la participación activa

de los actores sociales locales involucrados, la presente investigación pretende analizar la calidad de la ciudad de Santa Rosa como destino sede, desde la perspectiva de distintos actores sociales involucrados. Ello con el fin de destacar las fortalezas del destino, las oportunidades a aprovechar en este contexto y detectar las debilidades con que cuenta el destino para poder mejorarlas.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo general**

Estudiar las limitantes y fortalezas de Santa Rosa como sede de Turismo de Reuniones en torno a la calidad del destino, desde la percepción de los actores sociales involucrados.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

A fin de lograr el objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Caracterizar el Turismo de Reuniones en Santa Rosa como destino sede.
- Caracterizar los actores sociales involucrados en la gestión del Turismo de Reuniones en Santa Rosa.
- Conocer la percepción de estos actores sociales en torno a la calidad del destino Santa Rosa como sede de reuniones.

## **1.3 Hipótesis**

Los actores sociales involucrados en el Turismo de Reuniones de la ciudad de Santa Rosa perciben limitantes y fortalezas en torno a la calidad del destino sede.

## **1.4 Metodología y técnicas**

Se propone una investigación con un enfoque cualicuantitativo con predominio del primero (Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio, 2004: 23). En función de los objetivos, se define un alcance inicialmente exploratorio y luego descriptivo. En cuanto al diseño de la investigación, es no experimental de tipo transeccional.

La selección de la muestra es de tipo no probabilística donde se definen tres unidades de relevamiento sobre las cuales se recolectan los datos: organizadores de eventos, sector público y Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones. Este muestreo se realiza bajo la modalidad de casos típicos cuyo propósito es elegir aquellos sujetos considerados característicos según los fines del estudio.

En la fase inicial de alcance exploratorio, se utilizan fuentes primarias y secundarias. Con respecto a las primeras, y a fin de delimitar el alcance de la investigación, se realiza una

entrevista semiestructurada (a través de preguntas abiertas y cerradas). El actor social identificado para aproximarse al tema de investigación es el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones. Con respecto a las segundas, se recaba información sobre el tema seleccionado a partir de artículos científicos, informes técnicos, tesis, entre otros.

En la segunda fase, de alcance descriptivo, se procede al relevamiento de datos a partir de fuentes primarias, en particular a través de la realización de diez entrevistas semiestructuras a diferentes informantes clave a fin de conocer su percepción sobre la calidad del destino Santa Rosa como sede del Turismo de Reuniones. Se entrevistan a tres miembros del Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones, a un miembro la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Santa Rosa, a un miembro de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de la Pampa, a un miembro del Área Técnica de la Subsecretaria de Turismo de la Provincia de La Pampa, a dos profesores de la Universidad Nacional de La Pampa, a un miembro de la Dirección de Deportes de la Municipalidad de Santa Rosa y a dos prestadores turísticos del sector hotelería. A partir del relevamiento de los datos que surgen de las diferentes entrevistas se aplica una triangulación de fuentes de datos de personas (Arias Valencia, 2000).

Para la determinación de los atributos de calidad que permiten caracterizar la percepción que tienen estos actores sociales se toma como base diferentes dimensiones propuestas por autores como Wallingre (2001) y Marreiro Das Chagas (2001), las cuales permiten describir la calidad de un destino turístico. Estas son: Salones; Alojamiento; Servicios Gastronómicos; Recursos Humanos vinculados al Turismo de Reuniones; Servicios de transporte; Conectividad interna y externa; Estaciones terminales; y Servicios de infraestructura.

## **CAPÍTULO II**

---

### **Marco de referencia**

## **2. CAPÍTULO II: Marco de referencia**

### **2.1 Marco conceptual**

#### **2.1.1 Turismo de Reuniones**

##### **2.1.1.1 Concepto**

Diversos autores definen el Turismo de Reuniones (Montero, 2007) (Lusto, 2016) (Lauman, 2014). A los fines de la presente investigación, se toma como referencia la conceptualización dada por la Organización Mundial del Turismo en tanto la mayor parte de los organismos vinculados a esta modalidad, toman en consideración la definición dada por esta organización.

Según la OMT (2014) y otras entidades como International Congress and Convention Association, Reed Travel Exhibitions y Meeting Professionals International (ICCA, 2014), el término “reunión” se refiere al encuentro de 10 o más personas por un mínimo de cuatro horas en un espacio contratado, con el objetivo de organizar o llevar a cabo una actividad concreta. En función de ello definen al Turismo de Reuniones como aquella actividad de viaje que se realiza fuera del entorno habitual de una persona por al menos 24 horas, cumpliendo los requisitos de reuniones establecidos.

Siguiendo a la OMT, el Turismo de Reuniones comprende conferencias, congresos y convenciones, ferias comerciales y exposiciones de negocios, eventos de incentivo, reuniones corporativas y de negocios y otras reuniones conforme a los criterios establecidos.

Los propósitos principales de las reuniones son motivar a los participantes, compartir ideas, motivar negocios y aprender, pudiendo seguir una frecuencia regular (reuniones anuales, reuniones de comités, etc.) o bien con una frecuencia ad-hoc (Cestur, 2011).

Según la OMT (2014), el alcance del sector de reuniones incluye todas aquellas actividades primarias o secundarias involucradas en:

- ✓ La organización, promoción, comercialización y venta de convenciones, conferencias, congresos, ferias y exposiciones, seminarios y actividades de incentivos, en forma de paquetes o servicios específicos e incluyendo la intermediación o reservación para cualquier servicio relacionado con reuniones;
- ✓ La provisión de instalaciones para reuniones u alojamientos para participantes y expositores;

- ✓ Servicios auxiliares típicos o necesarios para la celebración u organización de reuniones, tales como equipo técnico, personal, contratación de banquetes, folletería, etc.

### **2.1.1.2 Características y actores involucrados**

El Turismo de Reuniones es un mercado generador de grandes beneficios a nivel económico y social (Figueredo, 2016). García (2016) menciona tres motivos interrelacionados por los cuales un destino se beneficia de esta actividad: en primer lugar los beneficios económicos que genera dicha actividad. Esta modalidad atrae a turistas nacionales e internacionales que participan de un evento que quizás, en otras circunstancias, no hubieran elegido el destino. Asimismo, el perfil del visitante de reuniones suele ser de un poder adquisitivo medio/alto que consume servicios de alta categoría y que genera un promedio de gasto mayor al turista de ocio. Además, en sus tiempos libres, los turistas contribuyen al desarrollo del turismo de esparcimiento, generando un efecto multiplicador que beneficia a distintos sectores económicos de la ciudad (Lusto, 2016).

Además el Turismo de Reuniones contribuye a la desestacionalización del destino, puesto que generalmente las reuniones se realizan en épocas del año distintas a los turistas de ocio, contribuyendo así a mantener la infraestructura turística (OMT, 2014).

En segundo lugar, la creación de empleo, infraestructura y servicios. El Turismo de Reuniones es una fuente generadora de empleo, no solo por la mano de obra que demanda al momento de organizar un evento, servicio de catering, puesta en condiciones de los salones, servicios de iluminación, de entretenimiento, entre otros, sino que también genera empleos a toda la cadena de valor que comprende, como a los servicios de restauración, alojamiento, esparcimiento, ocio, y demás actividades económicas que puedan verse afectadas. De la misma forma, el sector demanda inversiones en infraestructura para poder satisfacer la demanda de reuniones, generando así empleo en el sector de la construcción, servicios de comunicaciones, y otros emprendimientos (Lusto, 2016).

En tercer lugar, la consolidación de una imagen de marca para la localidad. Además, contribuye a potenciar los esfuerzos promocionales del destino, ya que una persona que tuvo una buena experiencia en el destino se convierte automáticamente en promotor del mismo (OMT, 2014).

Adicionalmente, el Turismo de Reuniones genera también beneficios más amplios para la comunidad, ya que las reuniones se celebran por diversos motivos como el desarrollo científico, empresarial, profesional y el compartir conocimientos pudiendo atraer a expertos en sus disciplinas que transmitan conocimientos de alto nivel para la localidad. Mientras que desde la perspectiva del desarrollo económico, esta modalidad atrae a personas capacitadas para tomar decisiones empresariales, lo que puede generar oportunidad local de negocio y de inversión (OMT, 2014).

El Presidente de ICCA afirma que el actor fundamental en el turismo de reuniones es el destino en su conjunto, es por eso que es necesario profesionalizar y capacitar a toda la cadena de valor (OMT, 2014). Varios autores como Herrera (2014) y Montero (2007), afirman que los elementos que garantizan el éxito de un destino sede de reuniones son la infraestructura básica como la urbanización, la accesibilidad al destino y la accesibilidad aérea (presencia de un aeropuerto internacional en un radio de 150 km), el saneamiento, la seguridad, hospitales, entre otros, en condiciones satisfactorias, así como también la infraestructura y servicios de apoyo como gastronomía, servicios audiovisuales, organizadores de eventos, seguridad, equipos técnicos, entre otros.

Por su parte, Montero (2007) sostiene que las ciudades seleccionadas para la realización de un evento disponen de una oferta conformada básicamente por infraestructura y servicios locales, diseñada específicamente y dirigida a las entidades convocantes u organizadores profesionales. La capacidad de la sede donde se realice el evento es un aspecto muy importante. Cada sede debe poder abastecer las necesidades de un evento, considerando aspectos básicos como: accesibilidad, espacio, capacidad, equipamiento técnico, facilidad para puesta en escena, distribución de salas, entre otros.

El organismo encargado de coordinar la oferta puede ser el gobierno municipal por medio de una dependencia destinada a tal fin, un organismo oficial de turismo, las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales vinculadas con la temática y/o los bureaux u oficinas de congresos y convenciones.

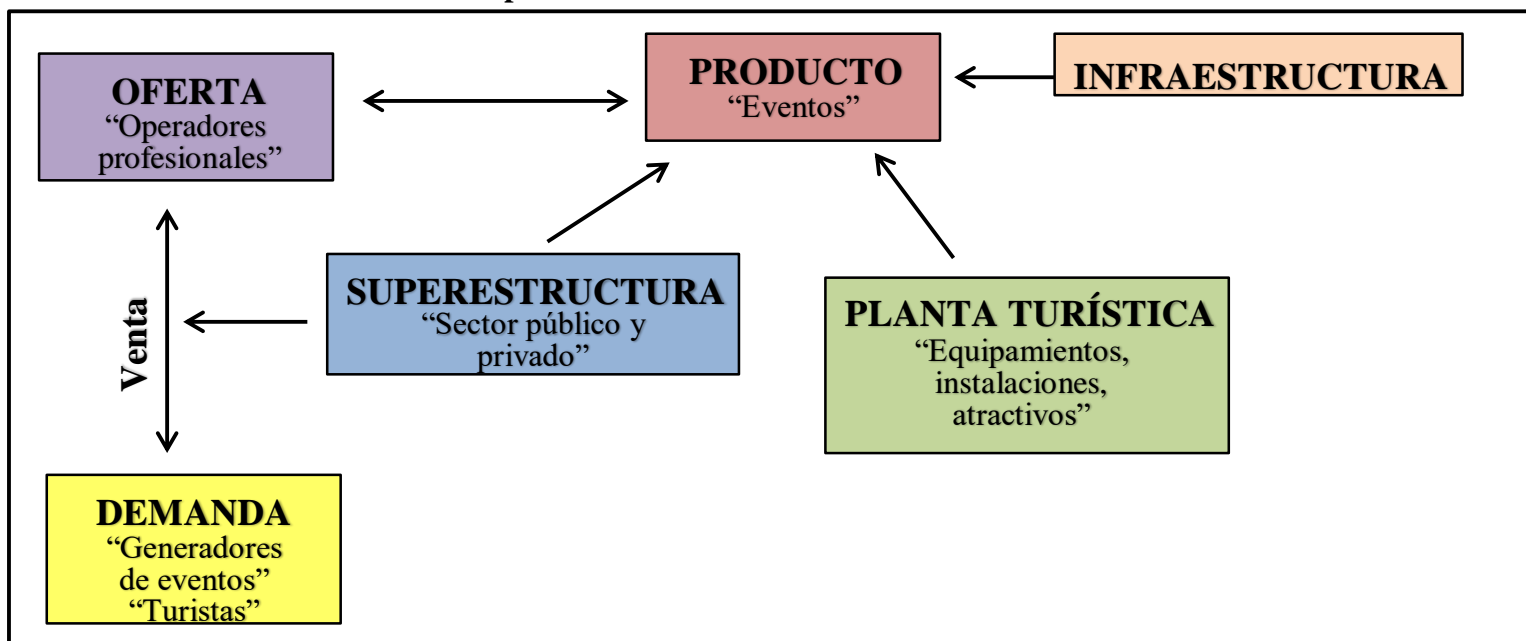
Un bureau de convenciones es un referente importante en el sector de Turismo de Reuniones (García, 2016). Siguiendo a distintos autores, un bureau se define como una entidad mixta o privada, sin fines de lucro, que reúnen a distintos actores sociales vinculados al sector turístico con el objetivo principal de impulsar el desarrollo y la promoción del Turismo de Reuniones en una localidad.

Según explica García (2016), algunas de las funciones principales de un bureau son:

- Desarrollar una imagen que logre posicionar a la localidad en el mercado de las reuniones,
- Promocionar al destino presentando candidaturas para captar congresos y convenciones y así atraer eventos,
- Ser soporte físico y comercial de los profesionales dedicados al Turismo de Reuniones en la ciudad,
- Coordinar y ser canal de comunicación entre el sector público y privado para lograr presentar una imagen uniforme en el mercado.

A partir de la consideración del modelo de sistema turístico propuesto por Boullón (2006), se observa una trama de relaciones entre elementos vinculados a la oferta, demanda y superestructura turística que caracterizan el desarrollo del Turismo de Reuniones conformando un subsistema (Figura 1)

Figura 1  
Componentes del subsistema turístico de reuniones



Fuente: de Dios, M, sobre la base de Boullón, 2006.

Como se muestra en la figura 1, el subsistema turístico de reuniones se compone de la oferta turística conformada por los operadores profesionales encargados de organizar un evento. Dentro de sus tareas se encuentran: la organización integral del evento, la elección de la sede, del personal, del equipo técnico, el alojamiento, el armado de actividades



complementarias al evento, la promoción del mismo, etc. Los mismos pueden ser organizadores de eventos o departamentos de eventos de empresas, organizaciones o entidades, universidades, y agencias de viajes especializadas en congresos y convenciones, si son ellos mismos quienes se encargan de organizar el evento. (García, 2016).

Otro elemento del subsistema de Turismo de Reuniones es el producto turístico. El mismo es la combinación de todos los elementos que motivan al turista a movilizarse como la oferta de servicios del destino, los atractivos turísticos y las reuniones que se mencionan a continuación (Tabla 1):

Tabla 1  
Tipos de reuniones

<p><b>Congresos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Son aquellas reuniones cuyo fin es el intercambio profesional o académico en torno a un tema de interés. Es de convocatoria abierta y de participación voluntaria.</li> </ul>
<p><b>Convenciones y reuniones Corporativas o de Negocios</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Son aquellas reuniones cuyo objeto es tratar asuntos comerciales en torno a un producto, mercado o marca. Es de participación cerrada (público personalizado) y la participación es mediante invitación.</li> </ul>
<p><b>Ferias y Exposiciones</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ferias: son exhibiciones públicas organizadas por empresas, individuos o asociaciones con el fin de vender un producto o servicio.</li> <li>• Exposiciones: Pueden ser Industriales (el fin es mostrar adelantos tecnológicos y estimular la venta de un producto dentro del sector empresarial) o Comerciales (Tienen la finalidad de vender un producto a un público objetivo)</li> </ul>
<p><b>Viajes de incentivo</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Son una estrategia utilizada para lograr metas empresariales y recompensar a los trabajadores más productivos o a los clientes que más beneficios generan. Se utilizan para comunicar estrategias empresariales en ambientes más relajados.</li> </ul>
<p><b>Otras Reuniones</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprende otro tipo de reuniones como Encuentros, Foros, Jornadas, Seminarios, Simposios y Conferencias.</li> </ul>

Fuente: de Dios, M, sobre la base de AEC, 2017 y Lusto, 2016.

La planta turística está compuesta por dos elementos: el equipamiento y las instalaciones. Por un lado, el equipamiento constituye todos aquellos establecimientos administrados por la actividad pública o privada que prestan servicios básicos. Según Boullon (2006), los equipamientos se clasifican en cuatro categorías: alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios (agencias de viajes, informes turísticos, comercios, guías, cambio de moneda, dotación para congresos y convenciones, transportes turísticos, guarderías, estacionamientos, primeros auxilios, entre otros). Por otro lado, las instalaciones son todas las construcciones especiales que facilitan la práctica de actividades turísticas. Siguiendo a Boullon (2006), las categorías de las instalaciones son: de agua y de playa, de montaña y generales (piletas, vestuarios, juegos infantiles, golf, tenis, puentes, pasarelas, entre otros).

Para que la planta turística pueda operar, necesita de “materia prima”, es decir, atractivos turísticos que estén intactos o intervenidos solo si es necesario restituir alguna cualidad específica. El Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR) de la OEA clasifica los atractivos turísticos de la siguiente manera: sitios naturales, museos y manifestaciones culturales e históricas, folcklore, realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados (dentro de esta categoría se incluyen los eventos). (Boullon, 2006).

Otro elemento del subsistema es la infraestructura, es decir, la dotación de bienes y servicios necesarios para sostener las estructuras sociales y productivas de un país. Forman parte de ella: el transporte, la salud, la educación, las comunicaciones, la energía y las viviendas. (Boullon, 2006).

Hasta aquí, la oferta, a continuación se presenta la demanda del Turismo de Reuniones, la cual está compuesta por:

- Los actores generadores de eventos: son aquellas entidades de carácter público o privado u organizaciones no gubernamentales que contratan a los operadores profesionales para la realización de eventos con el fin de cumplir sus objetivos. Dentro de ellos se encuentran los colegios de profesionales, distintas asociaciones, entre otros. (García, 2016). Cabe destacar que un mismo actor puede ser oferta y demanda a la vez si tiene la necesidad de generar un evento y es el mismo actor quien lo lleva a cabo (Por ejemplo, una universidad va a llevar a cabo un congreso y quien lo organiza es el departamento relacionado a la temática del mismo).

→ Los turistas de negocios: el perfil de este tipo de turista se caracteriza por la exigencia, el nivel socioeconómico medio/alto (es menos sensible a los precios y tiene un gasto promedio superior al turista de ocio) y la información. Se interesa en el intercambio y la adquisición de conocimiento con el fin de capacitarse y actualizarse. Presenta tres grupos de necesidades: 1) Funcionales: la motivación profesional, la información y el intercambio de conocimientos; 2) Vivenciales: la hospitalidad, las relaciones profesionales e interpersonales y las actividades paralelas de ocio (los atractivos y el paisaje son una actividad complementaria en su viaje); 3) Simbólicas: el nivel de equipamientos, la imagen, la notoriedad, la perfección organizativa (García, 2016).

Por último, es necesario para que un sistema turístico funcione, la ayuda de un subsistema superior que lo regule, la superestructura. La misma comprende a todos los organismos especializados, públicos o privados, encargados de modificar u optimizar el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema y armonizar sus relaciones, para así facilitar la producción y venta de servicios turísticos. Se compone de: dependencias de la administración pública (organismo local de turismo: dirección, secretarías, entre otras) y organizaciones privadas (bureaux, asociaciones, entre otros). (Boullón, 2006)

En síntesis, el subsistema turístico de reuniones se configura como una trama de relaciones capaz de movilizar a numerosos segmentos de mercado a fin de garantizar su funcionamiento (Bullón, 2006). El Turismo de Reuniones presenta fortalezas por los beneficios que genera, debido a que no solo es beneficioso por su alta rentabilidad económica, generación de empleo, temporada estacionalidad y efecto multiplicador, sino por el aporte educativo que este tipo de eventos dejan en el destino donde se realizan y la sustentabilidad en el tiempo, debido a que mayormente los congresos se organizan de forma regular y las empresas y diferentes entidades u organismos seguirán organizando eventos, puesto que ni el avance tecnológico puede detener la necesidad de los individuos de interactuar por diversos motivos (García, 2016).

### **2.1.2 La calidad y su implicancia en el Turismo de Reuniones**

La calidad es un concepto subjetivo relacionado con el grado de satisfacción y cumplimiento de expectativas que un producto o servicio logra en un cliente (Cubillos Rodríguez y Razo Rodríguez, 2009).

El cliente/ visitante cuando realiza un viaje evalúa su satisfacción final de manera global, sin diferenciar los componentes de los diferentes servicios que consume. De este modo, tiene una impresión del conjunto y si tuvo una mala experiencia en alguna prestación tiende a generalizar su mala opinión (sobre la base de Couillard, 2006 y OMT, 2008).

En relación con la calidad en destinos turísticos, Wallingre (2001) menciona que la misma es entendida como la búsqueda constante de la excelencia, donde el destino turístico debe pensar como cliente/visitante para maximizar la satisfacción de sus necesidades y estar en un proceso de mejora continua, ya que, una vez alcanzada, surgen nuevas necesidades. Gándara (2004) afirma que es la relación equilibrada entre la satisfacción de los turistas, su fidelización y la rentabilidad del destino, de modo que se beneficie la población local, las iniciativas privadas y públicas y el entorno.

En un destino turístico, la calidad debe ser entendida de forma global, ya que la actividad turística se compone de variedad de servicios. Por lo que deben analizarse tanto los servicios elementales (prestaciones directas que hicieron que el cliente viaje al destino) y los servicios periféricos (aquellos que están en torno al servicio base, y aunque no son elementales hacen a la calidad del destino también). Si un prestador ofrece un mal servicio se afecta la imagen total del destino. Asimismo, si un destino se identifica con la calidad se pueden incrementar los beneficios socioeconómicos dado que los actores locales pueden aumentar el valor de sus servicios, el destino puede mejorar su competitividad y las relaciones entre los prestadores, y lograr la fidelización del cliente (Wallingre; 2001).

Wallingre (2001) a su vez, menciona que la calidad de un destino turístico puede analizarse en distintas dimensiones:

- El atractivo turístico: estado de conservación, mantenimiento, accesibilidad, señalética y equipamiento.
- El soporte físico (totalidad de la oferta turística) incluyen aspectos materiales como la arquitectura, pintura, mobiliario, decoración, la funcionalidad, iluminación, orden y limpieza, entre otros.; e inmateriales, es decir la prestación de los servicios (debe ser accesible a todas las personas).
- El personal: incluyendo a todos los que trabajan para el servicio. Se tener en cuenta la presencia, capacitación, actitudes verbales y no verbales, actitudes físicas, presencia y postura, uniforme, amabilidad, espontaneidad, rapidez en el servicio y el profesionalismo.

- El entorno: aspectos de limpieza, salubridad, contaminación, etc.
- El soporte tecnológico: centrales de reservas, e-mail, páginas webs, sistemas de gestión u otros.

En función de ello, es importante que los destinos que quieran posicionarse en el mercado de las reuniones tengan la capacidad de generar un producto turístico global de calidad. Asimismo, Marreiro das Chagas y Marques Júnior (2001), propone ocho dimensiones para el estudio de la calidad en destinos: Equipamientos públicos, alimentos y bebidas, servicios del hotel, hospitalidad y accesos, entretenimiento y atractivos, equipamientos del hotel, servicios de transporte, y playas y facilidades. En la presente investigación, se toman estas dimensiones para analizar el subsistema turístico a nivel destino vinculado al Turismo de Reuniones.

En síntesis, es indispensable cuidar tanto el servicio de manera individual como el conjunto de los servicios que integran la oferta para el Turismo de Reuniones. El crecimiento constante del Turismo de Reuniones genera una mayor competencia entre los destinos, los cuales deben lograr la participación activa de todos los actores involucrados, a fin de satisfacer a clientes/visitantes que aumentan sus exigencias con respecto al trato y las prestaciones que esperan de un servicio (Casanueva Rocha, 2004).

### **2.1.3 Percepción social**

La percepción es un proceso complejo mediante el cual el ser humano recibe información del medio real objetivo que llega al organismo y es filtrada por el sistema de valores individual o colectivo, donde se crea una imagen que determina la decisión y el comportamiento, que a su vez influyen en el medio real. La creación de esta imagen depende de las vivencias o aprendizajes y los sentidos de cada individuo, por lo que ante un mismo estímulo dos personas pueden crear una imagen diferente del medio. De este modo el papel de la percepción humana es decisivo en la creación de una imagen del medio real. (Capel, 1973)

De Miguel (2014) sostiene que en el proceso de prestación de servicios existen dos dimensiones en el encuentro del cliente con el servicio. Una de ellas es la dimensión física donde el usuario toma contacto con aquellos atributos tangibles del servicio y la otra es la dimensión psicológica.

Con respecto a la dimensión psicológica, se producen interacciones entre el cliente y los prestadores que incluyen “momentos de verdad”. Es en ese preciso momento donde el

usuario percibe el medio real y crea una imagen negativa o positiva del mismo. Como la percepción es de carácter subjetiva, existen numerosas variables que pueden darse con distintos usuarios combinando ambas dimensiones (De Miguel, 2014).

Dicho esto, es fundamental para el desarrollo del Turismo de Reuniones, que el visitante cree una imagen positiva del destino en su conjunto, ya que, si una persona que participa en un evento no tiene una buena experiencia en algunos de los servicios utilizados, ya sea el alojamiento, el servicio de restauración, el servicio de transporte o con el evento en sí, es probable que cree una imagen negativa del destino y no tenga interés en volver (OMT, 2014).

## **2.2 Marco histórico**

### **2.2.1 Evolución del Turismo de Reuniones en Argentina**

Las primeras reuniones realizadas en el país fueron de carácter político y estuvieron vinculadas al nacimiento de la nación Argentina. Inició en el año 1813 con la Asamblea General Constituyente considerara el primer congreso fundacional del país como identidad nacional. En 1816, se realizó el segundo evento emblemático del país donde se declaró la independencia y en 1853 sucedió la Convención Constituyente que estableció la Carta Magna de la República Argentina (Herrera, 2014).

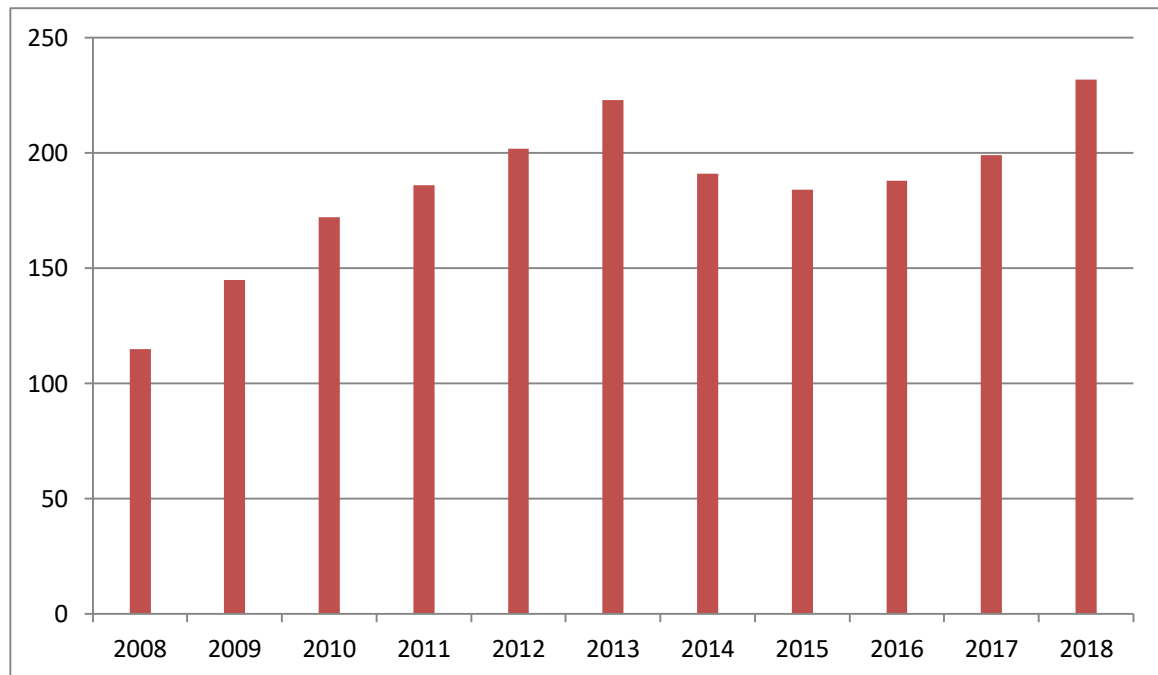
A comienzos del siglo XX comenzó la celebración de los primeros congresos de medicina siendo en 1916 el Primer Congreso de Medicina y en 1936 el Primer Congreso de Odontología (Herrera, 2014). En 1983 se crea la AOCA con el fin de agrupar a los profesionales del sector de todo el país. En la década de los '90, creció el interés por la actividad, debido al atractivo que supone este segmento del mercado para todos los sectores que brindan servicios turísticos (Montero, 2007).

En el año 2010 surge el OETRA mediante un convenio entre la Secretaria de Gobierno de Turismo de la Nación (SECTUR), la AOCA y la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, con el fin de crear un sistema de monitoreo profesional de los principales indicadores del Turismo de Reuniones en el país recolectando, procesando y analizando información estadística sobre la oferta, la demanda y el impacto económico de la actividad. Para ello, referentes técnicos provinciales y municipales recolectan información con el fin de cargarla en una base de datos centralizada.

Actualmente, la modalidad de las reuniones es considerada por muchos destinos en su planificación turística, ya que el aporte económico que brinda a las economías nacionales,

regionales y locales, es generalmente superior al que produce la actividad turística tradicional (Montero, 2007). El OETRA (2018) indicó que el Turismo de Reuniones marcó un nuevo crecimiento a nivel mundial con 12.937 congresos internacionales identificados en 2018, incrementando un 3,02% respecto al año anterior. La cantidad de eventos internacionales creció un 36% entre 2008 y 2018 (Figura 2).

Figura 2  
**Congresos internacionales realizados en Argentina: años 2008 - 2018**



de Dios, M, sobre la base del OETRA, 2018.

A nivel mundial, el ranking está liderado por Estados Unidos con 947 congresos internacionales, seguido de Alemania con 642, España con 595, Francia con 579 y Reino Unido con 574 congresos internacionales completando así el top 5 (OETRA, 2018).

En lo que respecta a Argentina, el OETRA menciona que el Turismo de Reuniones se ha incrementado a lo largo de los años. Este crecimiento se refleja en el aumento del 148% de los destinos sedes que colaboran con la recolección de datos desde el 2011. Además, la continua creación de varios bureaux en diversas partes del país, ayudó al posicionamiento de muchos destinos sedes y a incorporar al Turismo de Reuniones en la agenda de trabajo: en 2007 sólo existían 7 bureaux en todo el país mientras que para el 2018 la cantidad se incrementó a 33.



Desde que se lanzó el Plan de Marketing Internacional de Turismo de Reuniones en 2007, la cantidad de congresos internacionales realizados supera el 287%. El OETRA indicó que para el año 2018 Argentina fue sede de 232 congresos internacionales, creciendo un 17% respecto al año 2017 y ubicándose en el puesto 18 del ranking mundial y el puesto 2 en Latinoamérica concentrando el 19% de los 1.196 congresos internacionales realizados en 2018.

Por su parte, la ciudad de Buenos Aires (con 133 congresos internacionales) fue una de las ciudades con mayor crecimiento respecto al año anterior, ubicándose en el puesto 11 del mundo y superando a ciudades como Ámsterdam, Hong Kong, Tokio, Copenhague, Seúl y Bruselas, entre otras. Además, por décimo año consecutivo, la capital argentina fue la N°1 entre las ciudades de todo el continente americano (OETRA, 2018).

En el ranking de ciudades Argentinas, un total de 30 destinos fueron sede de congresos internacionales en 2018. Junto con Buenos Aires, se destacan Córdoba (21 congresos), Mendoza (14 congresos), Salta (9 congresos), La Plata (7 congresos), Bariloche y Santa Fe de la Vera Cruz (6 congresos cada una), Bahía Blanca (5 congresos), Mar del Plata y Rosario (4 congresos cada una), San Juan (3 congresos), Posadas y Puerto Madryn (2 congresos cada una). En menor medida, con un congreso internacional, San Fernando del Valle de Catamarca, El Dorado, Puerto Iguazú, San Luis, San Miguel de Tucumán, San Salvador de Jujuy, Santa Rosa, Santiago del Estero, Villa María, y 8 localidades más de la provincia de Buenos Aires. Respecto al tipo de sede, el 34% de los congresos internacionales realizados en el país se llevaron a cabo en universidades, el 36% en hoteles y el 30% en Centros de Convenciones y otras sedes.

## **CAPÍTULO III**

---

# **Análisis de Turismo de Reuniones en la ciudad de Santa Rosa**

### 3. CAPÍTULO III: Análisis de Turismo de Reuniones en la ciudad de Santa Rosa

#### 3.1. Santa Rosa como destino sede de reuniones

La ciudad de Santa Rosa posee una ubicación estratégica en tanto se localiza en el noroeste de la provincia de La Pampa, dentro del partido de la capital, siendo ésta la capital provincial (Figura 3). Según el censo 2010, la ciudad cuenta con 103.777 habitantes. Se accede tanto desde el norte o el sur por la RN 35 y desde el noroeste por la RN 5.

Figura 3

#### Provincia de La Pampa: ubicación de la ciudad de Santa Rosa



Google (s.f.). *Mapa de la Provincia de La Pampa, Argentina*. Disponible en:  
<https://www.google.com/maps/place/La+Pampa/@-37.1354449,->

Dado su ubicación estratégica, Santa Rosa se consolida como un centro de escala a nivel nacional en el centro del país, y aproximadamente, a 600km de los principales centros urbanos, siendo lugar de paso para muchos turistas que llegan a la ciudad por distintas motivaciones (Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones, 2015).

A continuación, se realizará una caracterización de la ciudad identificando los distintos elementos que componen el subsistema turístico de reuniones y los distintos actores que interactúan en ellas.

### 3.1.1 Oferta de servicios

A continuación se detalla la composición de la planta turística de la ciudad de Santa Rosa (Tabla 2):

Tabla 2

#### Composición de la planta turística de Santa Rosa: equipamiento e instalaciones

EQUIPAMIENTO	
Alojamiento	La oferta se compone de tres hoteles de 4 estrellas, cuatro de tres estrellas, dos de dos estrellas, un hotel boutique, y ocho establecimientos hoteleros de menor categoría, entre ellos dos aparts hotel, una residencia y cinco hoteles, ofreciendo un total de 2700 plazas disponibles. Cabe destacar que siete de estos hoteles cuentan con al menos una sala de reuniones, destacándose el Hotel Mercure, el Hotel Unit y La Campiña que poseen las salas con mayor capacidad y servicios.
Restauración	Según la Asociación Hotelera y Gastronómica de La Pampa, la oferta gastronómica cuenta con al menos diez parrillas y restaurantes, siete establecimientos de comidas rápidas y pizzerías, tenedores libres, resto bares y, hasta restaurantes exclusivos y de calidad. Sumado a esto, posee varias confiterías y panaderías y numerosos quioscos. (Municipalidad de Santa Rosa).
Esparcimiento	Por un lado cuenta con varias cervecerías artesanales, dentro de las cuales se destacan Nuevo Origen, Harrison y Bruselas. Además, posee al menos doce resto bares, cinco discotecas, un casino de gran categoría, dos cines, un teatro que brinda funciones durante todo el año y varios clubes deportivos, entre ellos el Club Náutico ubicado en la laguna Don Tomas que brinda actividades como kayak, sky surf y pesca con devolución en la laguna. También cuenta con un predio ferial donde durante el año se realizan distintas actividades como parques temáticos temporales, circos de distintas categorías y exposiciones y ferias.
Otros servicios	Santa Rosa cuenta con varios espacios para la realización de eventos distribuidos en hoteles, teatro, centros académicos, salones y predio ferial. El total de salas habilitadas para la realización de eventos es de 64 con una

	<p>capacidad total de 18.651 personas. Además cuenta con varios servicios turísticos como numerosas agencias de viajes dentro de las cuales dos son receptoras, una Oficina de Informes Turísticos ubicada en la terminal de ómnibus y otra ubicada en la sede de la Subsecretaría de Turismo de La Pampa. Además, cuenta con la presencia de guías de turismo, que si bien no ofrecen servicios regulares, pueden contratarse con anticipación.</p> <p>Por otro lado, la ciudad cuenta con un centro comercial que se extiende sobre una de las avenidas principales en un recorrido de aproximadamente diez cuadras, y otra zona comercial que rodea la plaza central y se extiende aproximadamente tres cuadras a la redonda. Complementando el paseo, se encuentran seis estacionamientos por hora o día en las cercanías del centro comercial.</p>
<b>INSTALACIONES</b>	
Generales	<p>Son varias las instalaciones que facilitan la práctica del turismo en Santa Rosa. Por un lado, dentro de la laguna Don Tomas se encuentran dos zonas adaptadas a niños. Una de ellas es la “Ciudad de los niños” y la otra una isla. Ambas están dotadas de juegos para chicos al igual que muchas plazas de la ciudad, exceptuando la plaza central. Además, la laguna cuenta con varios puentes y pasarelas que facilitan el recorrido de la misma.</p> <p>Por otro lado, varios clubes deportivos y espacios públicos ofrecen distintas instalaciones que pueden ser utilizadas por los turistas. Entre ellas canchas de tenis, de fútbol, piletas (de las cuales una de ellas es pública y se encuentra dentro del predio de la laguna), zonas adaptadas para practicar skate, pista de atletismo, canchas de padle, etc.</p>

Fuente: de Dios, 2019.

Para que la planta turística pueda operar, requiere de los atractivos turísticos. Los mismos se clasifican en cinco categorías, de las cuales se mencionan las siguientes (Tabla 3):

Tabla 3  
**Clasificación de atractivos turísticos**

CAT.	NOMBRE	CARACTERÍSTICAS	TIPO DE REUNIÓN
Sitios Naturales	Laguna Don Tomas	Posee un perímetro de aproximadamente cinco kilómetros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fiesta provincial de los Corsos (Tabla 5)</li> <li>-Festejos del día del niño: se realizan correccaminatas de 5k por la laguna y actividades recreativas para niños.</li> <li>✓ Fiesta de la primavera: se realizan shows musicales y actividades recreativas para todas las edades.</li> </ul>
	Reserva Provincial Parque Luro	Posee 7.607 hectáreas donde conserva el bosque de Caldén. Allí también habitan especies autóctonas como felinos (pumas y gatos monteses), ciento sesenta especies de aves, zorros y especies introducidas en el siglo XX por Pedro Luro como el ciervo colorado, el jabalí y la liebre europea. Además, cuenta con un sector de parrillas y juegos para chicos, una pileta y un restaurante.	Dentro de las actividades que se pueden realizar en el lugar, se destaca el avistaje de brama en los meses de marzo y abril, los recorridos de los distintos senderos ubicados en el parque, visitas guiadas al museo “El Castillo” y zonas aledañas al mismo, entre otras.
festac iones Cultu	Museo Provincial de	Creado en 1984 posee al menos 490 obras de artistas pampeanos	

	Artes	y algunos extranjeros desde 1905 hasta la actualidad entre ellas esculturas, pinturas, cerámicas, tapices y fotografías	
	Museo de Historia Natural de La Pampa	Fundado en 1935 el cual posee diez salas de exposición de la biodiversidad y el patrimonio arqueológico y paleontológico de La Pampa resguardando más de 17 mil especímenes biológicos	
	Casa Museo La Malvina	Piedra fundamental de la ciudad de Santa Rosa, ubicada en el predio de la laguna Don Tomas, el cual posee objetos e imágenes que cuentan la historia de los primeros años de la ciudad y también posee una sala donde se exponen obras de artistas locales	✓ Exposición y muestra de artistas locales, provinciales y nacionale
	Museo de La Policía “Comisario General Alberto Dionisio Antonio”	Allí se exhiben documentos, mobiliarios, armamentos, uniformes y equipos de comunicación utilizados por la policía de La Pampa a lo largo de los años	✓ Visitas educativas
	Museo Histórico Legislativo	Actualmente en formación posee objetos, documentos, fotografías, material bibliográfico y material audiovisual sobre la historia política e institucional de la	

		legislatura de La Pampa	
	Centro Municipal de Cultura	Comenzó como un mercado de abasto en 1905. En 1996 el edificio se convierte en un Centro Cultural. Actualmente es sede de la Secretaría de Cultura y alberga el Archivo Histórico Municipal, un auditorio, una galería, una fotogalería, un patio de artesanos y varias aulas donde se dictan talleres. También posee un espacio INCAA para la proyección de películas Argentinas y en una de sus salas funciona la Radio Municipal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Talleres de arte, música, dibujo y pintura, danza, entre otros</li> <li>✓ Muestras fotográficas</li> <li>✓ Muestras de obras de arte de diversos artistas</li> <li>✓ Obras teatrales</li> <li>✓ Proyecciones de películas Argentinas</li> </ul>
<b>Folclore</b>	Santuario de Fátima	En 1957 se bendijo y colocó la piedra fundamental de la capilla ubicada en el barrio Villa Alonso.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Legión María: todos los viernes de cada mes un grupo de personas se reúne para recorrer los hogares y llevar la imagen y el mensaje de Nuestra Señora de Fátima.</li> <li>✓ Misión Mariana: se lleva a cabo en vísperas de pascuas, fiestas patronales o eventos determinados por el sacerdote donde también se recorren los domicilios de los</li> </ul>



			fieles.
	Iglesia Catedral	Creada en 1957, se ubica en el centro de la ciudad, frente a la Plaza San Martin.	<p>✓ Algunas de las reuniones que se realizan en a catedral: Peregrinaciones: a lo largo del año y en distintas fechas se realizan peregrinaciones, generalmente por el centro de la ciudad, algunas de ellas son la Peregrinación en honor a Santa María de La Pampa, Cospus Christi, Via Crusis de la ciudad, Moto peregrinación al santuario San Jose (es este caso asisten participantes de toda la provincia).</p> <p>✓ Jornada Diocesana de niños: participan niños de distintos colegios y parroquias con el fin de prepararse para recibir los sacramentos de la catequesis.</p> <p>✓ Jornada diocesana de jóvenes: se reúnen jóvenes de entre 18 y 30 años de distintas</p>

		<p>localidades pampeanas con el fin de profundizar su vocación de discípulo de Jesús. Se realizan encuentros y misiones dentro de la provincia.</p> <p>✓ Encuentro interreligioso de música: distintos credos se reúnen en la plaza central para compartir shows de música y celebrar un encuentro de unión y fraternidad.</p>
Artesanías	<p>En el predio del ferrocarril se ubican la mayor parte del año distintos artesanos locales y en el predio del Medasur se realizan los Encuentros Provinciales. Además la ciudad posee el Mercado Artesanal ubicado al lado de la Subsecretaría de Turismo.</p>	<p>✓ Encuentro Provincial de Artesanos</p> <p>✓ Feria Navideña</p>
Estancia Villaverde	<p>Es la primera estancia turística de la provincia de La Pampa, a 9 kilómetros de la ciudad de Santa Rosa. Allí se encuentra el Fortín Histórico Huitrú, reserva militar del año 1879, un santuario a Santa María de La Pampa y una capilla.</p>	<p>✓ Fiesta gaucha, destrezas criollas y espectáculos folclóricos</p> <p>✓ Programa educativo Raíces Pampeanas: durante todo el año se realizan visitas</p>

		Se pueden realizar actividades agropecuarias, degustaciones de comidas típicas, cabalgatas y visitas a los distintos sectores del lugar.	escolares de aproximadamente dos horas donde se recorre el lugar con el fin de transmitir la historia, la cultura y la tradición.
	Colonia Menonita de Guatraché “La nueva Esperanza”	Ubicada a 180 km de Santa Rosa, la colonia cuenta con 10.000 hectáreas de campo con tranqueras rodeadas de pinos y casas de adobe. Se pueden realizar visitas y compartir su cultura y degustar alimentos artesanales.	-
	Fiestas Populares	Anualmente la ciudad de Santa Rosa cuenta con tres fiestas populares que se detallan más adelante. (Tabla 5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fiesta Nacional del Asador criollo</li> <li>✓ Fiesta Provincial del Carnaval</li> <li>✓ Fiesta Provincial del Gaucho</li> </ul>
<b>Acontecimientos Programados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Eventos deportivos</li> <li>✓ Ferias y Exposiciones</li> <li>✓ Congresos</li> <li>✓ Fiestas Populares</li> <li>✓ Eventos Musicales</li> </ul>	La ciudad de Santa Rosa cuenta con una variada oferta de acontecimientos programados. La mayoría de ellos son edición anual. Los mismos se detallan en la Tabla 5.	

Fuente: de Dios, 2019.

Siguiendo con el subsistema turístico, es necesaria la dotación de bienes y servicios para sostener la estructura social y política de un país. (R.C., Boullón, 2006). En el caso de Santa Rosa, la infraestructura está compuesta por (Tabla 4):

Tabla 4  
**Composición de la planta turística de Santa Rosa: infraestructura**

<b>INFRAESTRUCTURA</b>																																																	
Transporte	<p>La ciudad cuenta con un aeropuerto de cabotaje ubicado aproximadamente a 5 km del centro de la ciudad. Aunque conectaba a ciudades como Buenos Aires, Mar del Plata y Neuquén, actualmente solo conecta a la ciudad de Buenos Aires con 6 vuelos semanales de domingo a viernes.</p> <table border="1" data-bbox="587 824 1289 1115"> <thead> <tr> <th colspan="6"><b>Buenos Aires – Santa Rosa</b></th> </tr> <tr> <th><b>Dom</b></th> <th><b>Lun</b></th> <th><b>Mar</b></th> <th><b>Mie</b></th> <th><b>Jue</b></th> <th><b>Vie</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>↑21:00</td> <td>↑20:50</td> <td>↑20:50</td> <td>↑21:20</td> <td>↑20:50</td> <td>↑21:20</td> </tr> <tr> <td>↓22:20</td> <td>↓22:10</td> <td>↓22:10</td> <td>↓22:40</td> <td>↓22:10</td> <td>↓22:40</td> </tr> <tr> <th colspan="6"><b>Santa Rosa – Buenos Aires</b></th> </tr> <tr> <th><b>Dom</b></th> <th><b>Lun</b></th> <th><b>Mar</b></th> <th><b>Mie</b></th> <th><b>Jue</b></th> <th><b>Vie</b></th> </tr> <tr> <td>↑22:50</td> <td>↑22:40</td> <td>↑22:40</td> <td>↑23:10</td> <td>↑22:40</td> <td>↑23:10</td> </tr> <tr> <td>↓23:59</td> <td>↓23:50</td> <td>↓23:50</td> <td>↓00:20</td> <td>↓23:50</td> <td>↓00:20</td> </tr> </tbody> </table> <p>También cuenta con una terminal de Ómnibus que brinda servicios desde y hacia todo el país.</p> <p>Además, posee una red de carreteras que conectan Santa Rosa con todo el país como son la RN N° 35 y la RN N° 5, y la RP N° 14. Las mismas están dotadas de estaciones de servicios que poseen baños y lugares de restauración para los turistas.</p>	<b>Buenos Aires – Santa Rosa</b>						<b>Dom</b>	<b>Lun</b>	<b>Mar</b>	<b>Mie</b>	<b>Jue</b>	<b>Vie</b>	↑21:00	↑20:50	↑20:50	↑21:20	↑20:50	↑21:20	↓22:20	↓22:10	↓22:10	↓22:40	↓22:10	↓22:40	<b>Santa Rosa – Buenos Aires</b>						<b>Dom</b>	<b>Lun</b>	<b>Mar</b>	<b>Mie</b>	<b>Jue</b>	<b>Vie</b>	↑22:50	↑22:40	↑22:40	↑23:10	↑22:40	↑23:10	↓23:59	↓23:50	↓23:50	↓00:20	↓23:50	↓00:20
<b>Buenos Aires – Santa Rosa</b>																																																	
<b>Dom</b>	<b>Lun</b>	<b>Mar</b>	<b>Mie</b>	<b>Jue</b>	<b>Vie</b>																																												
↑21:00	↑20:50	↑20:50	↑21:20	↑20:50	↑21:20																																												
↓22:20	↓22:10	↓22:10	↓22:40	↓22:10	↓22:40																																												
<b>Santa Rosa – Buenos Aires</b>																																																	
<b>Dom</b>	<b>Lun</b>	<b>Mar</b>	<b>Mie</b>	<b>Jue</b>	<b>Vie</b>																																												
↑22:50	↑22:40	↑22:40	↑23:10	↑22:40	↑23:10																																												
↓23:59	↓23:50	↓23:50	↓00:20	↓23:50	↓00:20																																												
Comunicaciones	Cuenta con acceso a redes telefónicas e internet 4G.																																																
Sanidad	Cuenta con todos los servicios incluidos en esta categoría como son el desagüe pluvial y cloacal, agua de red, recolección de basura y servicios de salud como hospitales públicos, clínicas privadas, y primeros auxilios.																																																
Energía	La ciudad cuenta con alumbrado público y varias estaciones de servicios que proveen combustible y gas.																																																

Fuente: de Dios, 2019.

En cuanto al producto turístico, la mayor cantidad de eventos registrados en Santa Rosa son de carácter deportivo. Para 2019 se relevaron 40 eventos de los cuales el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones registró 31, concentrándose la mayoría en los meses de abril-agosto-septiembre-octubre. De dichos eventos, se realizaron seis congresos de carácter provincial y nacional, quince eventos deportivos, once ferias y exposiciones, cuatro fiestas populares, tres conciertos musicales y un evento religioso (Tabla 5).

Tabla 5  
Eventos realizados en Santa Rosa en el año 2019

Evento	Tipo	Duración	Lugar	Organizadores	Asistentes	Alcance	Modalidad	R/NR <sup>1</sup>
Gran Premio Homenaje a Elías “Chuky” Pereyra-Ciclismo	Deportivo	27 de enero (un día)	Autódromo Pcial. de Toay	Agrupación Ruta 14 y La Vuelta Series, fiscalizado por la Asociación Ciclista Pampeana	Más de 300	Nacional	Anual	Si
XXIV Festival Provincial de Canto y Danza	Fiesta Popular	2 y 3 de febrero (dos días)	Complejo Recreativo Municipal “Horacio del Campo” (Toay)	Municipalidad de Toay	-	Pcial.	Anual	Si
Fiesta Provincial de los Corsos	Fiesta Popular	22, 23, 24 y 25 de febrero	Laguna Don Tomas	Asociación de Corsos, Municipalidad de Santa Rosa y Cámara de Comercio	Más de 21000	Pcial	Anual	No
Encuentro femenino de Newcom	Deportivo	16 y 17 de marzo	Escuela 221 – Santa Rosa	Dirección de Adultos Mayores del Ministerio de Desarrollo Social, en conjunto con la Municipalidad de Santa Rosa	Más de 16 equipos	Nacional	-	Si
Turismo Nacional	Deportivo	22, 23 y 24 de marzo	Autódromo Pcial. de Toay	Asociación de Pilotos de Automóviles	-	Nacional	Anual	Si
Abel Pintos “La familia festeja	Musical	1 de abril	Club Estudiantes	Agencia Ciclos Viajes	-	Pcial.	Único	No

fuerte”								
TC Pista Mouras	Deportivo	4,5,6 y 7 de abril	Autódromo Pcial. De Toay	Asociación Corredores de Turismo Carretera	-	Nacional	Anual	Si
35° Maratón A Pampa Travesía	Deportivo	7 de abril	Santa Rosa	Dirección de Deportes de la Municipalidad de Santa Rosa	Más de 1300	Nacional con participación extranjera	Anual	Si
II Feria de las Colectividades	Ferias y Exposiciones	7 de abril	Toay	Organización de Colectividades Pampeanas	Más de 35 mil	Pcial.	Anual	Si
Picadas Pampeanas	Deportivo	Casi todos los meses	Autódromo Pcial. De Toay	Picadas Pampeanas	-	Nacional	Mensual	Si
Expo Caballo IX Edición	Ferias y Exposiciones	12, 13 y 14 de abril	Predio Asociación Agrícola Ganadera de La Pampa	Asociación Agrícola y Ganadera de La Pampa	Aprox. 2000	Pcial.	Anual	Si
Primera Fecha del Zonal 2000, el Promocional Pampeano, la Formula Renault, el Supercar y el Turismo Promocional Estándar	Deportivo	19, 20 y 21 de abril	Autódromo Pcial. De Toay	Federación Pampeana de Automovilismo Deportivo	Más de 100	Nacional	Anual	Si
Fiesta Provincial del Gaucho/ de la semana Gaucha	Fiesta Popular	20 y 21 de abril	Campo de doma del Centro Tradicionalista de Toay	Agrupación el Fortín y Municipalidad de Toay	15 agrupaciones, 130 participantes en competencias y cientos de visitantes	Pcial.	Anual	No
AJPP 2000	Deportivo	24, 25, 26, 27 y 28 de	Cristal Pádel Club	Asociación de Jugadores Profesionales	-	Nacional	Según fecha y lugar	Si

		abril		de Pádel				
ExpoPyMEs	Ferias y Exposiciones	3, 4 y 5 de mayo	Autódromo Pcial. De Toay	Ministerio de Producción y Consejo Federal de Inversiones	Más de 300 expositores y 100000 asistentes	Pcial.	Anual	Si
Fiesta Nacional del Asador Criollo	Fiesta popular	2 de junio	Polideportivo Butaló	Asociación Bomberos Voluntarios de Miguel Riglos	28 participantes	Pcial.	Anual (sub sede clasificatoria para la Fiesta Nacional de Miguel Riglos)	No
Torneo Nacional de Clubes (gimnasia deportiva) de los niveles D, C3, C2 y C1	Deportivo	5, 6 y 7 de junio	Gimnasio Club Estudiantes	Federación Pampeana de Gimnasia	800 deportistas	Nacional	Según fecha y lugar	Si
Supercar, Fórmula Renault, ACP, Zonal 2000, TPS y la Fórmula 3CV tipo 1.4.	Deportivo	23 y 24 de junio	Autódromo Pcial. De Toay	Federación Pampeana de Automovilismo Deportivo	Más de 24 corredores	Pcial	Anual	Si
Chaqueño Palavecino "33 falta enviado y truco"	Musical	30 de junio	Club Español	Agencia Ciclos Viajes	-	Pcial.	Único	No
II Congreso Provincial de REEDA y I Congreso Internacional de Investigación en Enfermería	Congresos	30 y 31 de julio, 1 y 2 de agosto	Universidad Nacional de La Pampa	REEDA La Pampa	300 personas	Nacional con participación extranjera	Anual (Según fecha y lugar)	Si

III Congreso Internacional: Instituciones e Interdisciplina. Alcances jurídicos, económicos y epistemológicos"	Congresos	1 y 2 de agosto	Universidad Nacional de La Pampa	Facultad de Ciencias Económicas y Jurídicas	-	Nacional con participación extranjera	Anual	Si
Gran Torneo de Fútbol Infantil "Leo Fernández"	Deportivo	16, 17, 18 y 19 de agosto	Club Social y Deportivo La Barranca	Club Social y Deportivo La Barranca	Más de 130 equipos	Nacional	Anual	Si
XIX Rally Pampeano de Regularidad	Deportivo	17 y 18 de agosto	RN 35, RN 5 Y RP 14	Primer Club de Autos Antiguos Clásicos y Especiales de La Pampa	Más de 60 participantes	Nacional	Anual	Si
Nido Gaucho V	Ferias y Exposiciones	Durante todo el mes de agosto	Club Italiano y Centro de Empleados de Comercio	Dirección de Cultura de Santa Rosa	-	Local con participación nacional	Anual	Si
Soledad "La Gringa"	Musical	28 de agosto	Club Español	Agencia Ciclos Viajes	-	Pcial.	Único	No
5° Congreso Provincial de Profesionales en Ciencias Económicas	Congresos	6 y 7 de septiembre	Universidad Nacional de La Pampa	Facultad de Ciencias Económicas y Jurídicas de la UNLPam y Consejo Profesional de Ciencias Económicas de La Pampa.	-	Pcial.	Cada dos años	Si
Feria de Ciencias, Arte y Tecnología	Ferias y Exposiciones	16, 17 y 18 de septiembre	Escuela Provincial de Educación	Ministerio de Educación – Gobierno de La Pampa	Más de 180 exposiciones	Pcial	Anual	Si



a			Técnica n°1					
10° Congreso Argentino de Química Analítica	Congresos	17, 18, 19 y 20 de septiembre	Centro Cultural Medasur	Asociación Argentina de Químicos Analíticos y Facultad de Ciencias Exactas y Naturales	Aproximadamente 300 personas	Nacional	Anual	Si
XX Congreso Nacional de Literaturas de la Argentina 2019	Congresos	18, 19 y 20 de septiembre	Universidad Nacional de la Pampa	Departamento de Letras e Instituto de Investigaciones Literarias y Discursivas (IILyD) de la Facultad de Ciencias Humanas	495 inscriptos	Nacional	Anual (en distintas sedes)	Si
XIII Rally Endurance LP	Deportivo	22 de septiembre	Estancia La Malvina, laguna Don Tomas.	Asociación Senderos Pampeanos	650 inscriptos	Nacional	Anual	Si
XX Congreso Nacional y X Latinoamericano de Sociología Jurídica	Congresos	26, 27 y 28 de septiembre	Universidad Nacional de La Pampa	Facultad de Ciencias Económicas y Jurídicas de la UNLPam y la Sociedad Argentina de Sociología Jurídica	-	Nacional e interamericano	Anual (en distintas sedes)	Si
3° Feria Provincial del Libro #SantaRosa "Naturaleza y Cultura"	Ferias y Exposiciones	2, 3, 4, 5 y 6 de octubre	Centro Cultural Medasur	Secretaría de Cultura del Gobierno de La Pampa	33 editoriales y más de 10000 visitantes	Nacional	Anual	Si
Exposición Rural de Santa Rosa 2019	Ferias y exposiciones	4, 5 y 6 de octubre	Predio Asociación Agrícola Ganadera de La Pampa	Asociación Agrícola Ganadera de La Pampa	Más de 250 stands y miles de visitantes	Pcial.	Anual	Si
XIV	Deportivo	11, 12,	Club	Club Belgrano	15 equipos	Nacional	Anual	Si

CADC Liga Nacional de Cestoball Mayores "B" Femenina	vo	13 y 14 de octubre	Belgrano, Polideportivo Butaló y Sportivo de Toay		(Aprox. 180 jugadoras)		(sede por sorteo)	
Expo Vivero 2019	Ferias y Exposiciones	12 y 13 de octubre	Ministerio de producción (Dirección de Recursos Naturales) y Municipalidad de Toay	Jardín Botánico Provincial de Toay	76 stands y más de 10000 visitantes	Provincial	Anual	Si
EXPOCY TAR 2019 - VII EXPOCIENCIAS	Ferias y Exposiciones	17, 18 y 19 de octubre	Club de Ciencias "Amun Kamapu"	Salón de usos múltiples Andrea López, del Barrio Sur	130 expositores del país y Latinoamericana	Nacional con participación extranjera	Anual	Si
Segundo Encuentro Provincial de Artesanos	Ferias y Exposiciones	18, 19 y 20 de octubre	Secretaría de Cultura de La Pampa y la Asociación de Artesanos Independientes	Jardines del Medasur	120 Artesanos y cientos de visitantes	Pcial	Anual	No
XVIII Juegos de la Araucanía	Deportivo	10, 11, 12, 13, 14, 15, 16 y 17 de noviembre	Federación Atlética Pampeana y Gobierno de La Pampa	Laguna Don Tomás	2665 acreditaciones	Internacional	Anual (en distintas sedes)	Si
Moto peregrinación al Santuario de San José	Religioso	18 de noviembre	Desde Santa Rosa hacia el Santuario	Comunidad diocesana de Santa Rosa	-	Pcial.	Anual	No
Feria	Ferias y	18, 19,	Gobierno	Plaza San	400	Pcial.	Anual	No

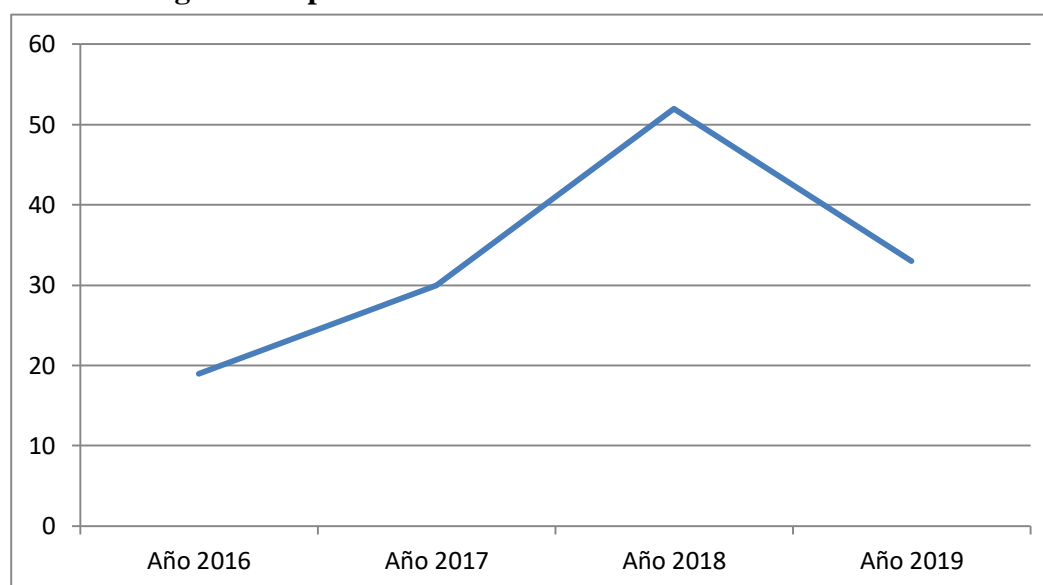
Navideña	Exposiciones	20, 21, 22, 23 y 24 de diciembre	de Santa Rosa	Martín	artesanos y manualistas	Con participación nacional		
----------	--------------	----------------------------------	---------------	--------	-------------------------	----------------------------	--	--

Fuente: de Dios, 2019. <sup>(1)</sup>Reportados / No Reportados

Siguiendo el calendario de eventos expuesto por el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones, desde el 2016, año en el que el mismo comenzó a relevar y registrar los eventos de la ciudad, fue aumentando la cantidad de eventos en Santa Rosa, aunque se registra una baja para el año 2019 (Figura 4). Se registran 31 eventos para el año 2019, 52 eventos para el año 2018, 30 eventos para el año 2017 y solo 19 eventos para el año 2016. Cabe destacar que no todos los eventos realizados en la ciudad son notificados al bureau puesto que no todos los actores conocen la importancia de reportar su evento al bureau o en muchos casos no conocen la función ni la existencia del mismo.

Figura 4

#### Eventos registrados por el Bureau de Santa Rosa entre los años 2016 - 2019



Fuente: de Dios, sobre la base del Bureau de Santa Rosa, 2019.

### 3.1.2 Actores sociales: funciones y sus interrelaciones

Desde el punto de vista de la demanda turística, Santa Rosa cuenta con la presencia de varios generadores de eventos. Por un lado, cuenta con centros académicos importantes como lo es la Universidad Nacional de La Pampa (principal entidad organizadora de eventos) y otras universidades e institutos privados como la Universidad Siglo XXI, la

Universidad Católica de Salta (UCASAL) y el Colegio Universitario Visión Tecnológica que garantizan recursos humanos altamente calificados.

Además, por ser capital de provincia, cuenta con la presencia de entidades públicas y privadas como distintos colegios de profesionales vinculados a la salud, el derecho, la ingeniería, las ciencias, etc., la Cámara de Comercio, Industria y Producción; la Cámara de Diputados de la Provincia; mas de 20 asociaciones y fundaciones de carácter público o privado de distintos rubros: deportivas, vinculadas a la discapacidad, al turismo como la Asociación Hotelera y Gastronómica de La Pampa, agrícola y ganadera, textil, sociales, de protección animal, religiosas, entre otras; y la presencia de numerosas empresas vinculadas a distintos sectores.

Por otro lado, la oferta está compuesta por organizadores de eventos profesionales. En el caso de Santa Rosa, no existen organizadores profesionales de eventos, sin embargo muchos generadores de eventos son organizadores de su propio evento, lo cual los hace parte de la oferta también. El principal organizador de eventos es la Universidad Nacional de La Pampa.

En Santa Rosa existen dos organizaciones que regulan el Turismo de Reuniones, configurándose de esta manera como la superestructura del subsistema turístico. Uno de ellos es la Administración Pública, donde funciona la Subsecretaria de Turismo de la Provincia, ente principal en la regulación de la actividad turística. En lo que respecta a las reuniones, la Subsecretaria se encarga de impulsar políticas acordes al desarrollo de la actividad, promocionar todos los eventos que se realizan, articularse al sector privado a fin de planificar el desarrollo de la actividad, entre otras.

Otro de ellos es el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones, quién es el encargado de tomar contacto con generadores y organizadores de eventos con el fin de lograr que la actividad se realice de manera organizada. Además, trabaja en conjunto con la Municipalidad y la Dirección de Comercio quien es la encargada de realizar las habilitaciones de locales y salones, con la Subsecretaría de Turismo en la realización de capacitaciones y protocolos en el contexto actual de emergencia sanitaria por el COVID 19, con la Cámara de Comercio quienes brindan asesoramiento en temas puntuales cuando el bureau lo necesita, con el OETRA con el fin de recolectar datos y estadísticas para el Anuario de Turismo de Reuniones y con todos los bureaux y autoridades municipales y provinciales vinculadas al Turismo de Reuniones mediante su participación en el grupo

#EquipoPaísTurismodeReuniones donde se brindan experiencias sobre el tema y se asesoran entre sí. Dada la especificidad de funciones de esta organización con respecto a la planificación y gestión del Turismo de Reuniones en Santa Rosa, en el apartado que se presenta a continuación, se realiza una descripción del mismo.

### **3.1.2.1 Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones.**

Según las entrevistas realizadas a los miembros del Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones, el mismo tiene sus inicios en el año 2015 y actualmente funciona como una comisión dentro de la Cámara de Comercio, Industria y Producción de La Pampa, adoptando su estructura legal y contable. Su objetivo principal es el de promover a Santa Rosa como destino sede para la organización de convenciones, congresos, ferias, viajes de incentivo y exposiciones a nivel regional, nacional e internacional. Su visión es la de construir una institución reconocida regional y nacionalmente que ubique a Santa Rosa como destino para la realización de congresos, ferias, exposiciones y convenciones. Mientras que su misión es posicionar a Santa Rosa entre los principales destinos del país como sede de reuniones mediante la articulación de empresas privadas y organismos públicos, con el objeto de tener un rol activo, y estrategias y herramientas para la captación de reuniones ofreciendo garantía de calidad a través de la captación, la concientización y la profesionalización del sector.

En base al objetivo general planteado por el Bureau, son muchas las actividades que deben realizarse: relevamiento de eventos, relevamiento de prestadores turísticos, atracción de socios, entre otros. Estas actividades se ven dificultadas por la falta de personal ya que son solo tres personas quienes integran la comisión directiva y son asistidas en temas puntuales en los cuales requieran asesoramiento por directivos de la cámara de comercio.

Con respecto al relevamiento de eventos, se inició por realizar un calendario único de eventos con el fin de que los organizadores puedan consultar fechas disponibles tanto en la Subsecretaría de Turismo, en la Dirección de Turismo o con el comité del Bureau, de manera de contar con la información para evitar superposición de eventos en una misma fecha. Si bien no es el Bureau quien organiza las fechas de todos los eventos, sino que van recolectando información de los eventos que se reportan a la Subsecretaría de Turismo o a la Dirección de Turismo o de las consultas que reciben y los cargan al calendario, brindan asesoramiento para que los organizadores elijan fechas donde la demanda es baja y los eventos no se superpongan. Pese a esto, hay eventos que no son reportados al Bureau por

dos motivos: 1) muchos organizadores de eventos no conocen la existencia ni la labor que lleva a cabo el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones; 2) generalmente, los organizadores realizan consultas de fechas, proveedores, entre otros, a la Dirección de Turismo o la Subsecretaría quienes derivan la consulta al Bureau, pero a veces esto no ocurre y el organizador no recibe el asesoramiento correspondiente.

Sumado a esto, todos los eventos son cargados en la plataforma del OETRA con el fin de que este organismo clasifique esa información y ubique a Santa Rosa como sede de eventos en el ranking nacional y detecte los eventos de carácter internacional realizados en la ciudad para posicionar al país en el ranking mundial.

En relación con el relevamiento de prestadores turísticos, trabajan en el armado una nómina de prestadores con el fin de conocer cuántos hay en la ciudad, que características tienen y que tipos de servicios ofrecen. El objetivo de la misma es organizar a todos los prestadores turísticos para lograr una demanda unificada y de calidad para prolongar la estadía promedio de los turistas. Además, trabajan en el armado de una lista con todos los comercios que ofrezcan descuentos para congresistas. De este modo, cada vez que un evento es reportado, el comité del Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones se contacta con el comité organizador del evento con el fin de presentarles la nómina. .

Con respecto a la atracción de socios, actualmente, y debido a la situación sanitaria, no se sabe el número exacto con el cuentan ya que hay altas y bajas constantemente. Muchos actores relacionados al turismo se suman a la labor del Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones con el fin de avanzar en las problemáticas que surgieron a raíz del COVID19 y gracias a los resultados de las acciones llevadas a cabo, varios de esos actores se sumaron como socios de la comisión. El objetivo del Bureau es lograr atraer a aquellos socios más relevantes como por ejemplo la Universidad Nacional de La Pampa quien es el mayor ente organizador de eventos de la ciudad y el funcionar dentro de la Cámara de Comercio resulta una ventaja ya que cuentan con un marco institucional que resulta atractivo para aquellos actores que no poseen otra representatividad.

Según entrevista realizada, para el Bureau, Santa Rosa tiene atributos que la hacen competitiva en el mercado de las reuniones. Entre ellas, las principales son: su ubicación estratégica, que facilita la llegada de turistas por estar en el centro del país y a aproximadamente 600 km de los principales centros urbanos; las frecuencias aéreas y la variada oferta de servicios de transporte terrestre de pasajeros de larga distancia que

permiten conectar la ciudad con casi todas las provincias; y servicios de calidad en hotelería, gastronomía y servicios relacionados a los eventos.

A pesar de las características mencionadas anteriormente, el Bureau admite que existen dificultades que limitan el desarrollo efectivo del Turismo de Reuniones en la ciudad. Los aspectos más importantes considerados por el mismo son la escasez de capacitación principalmente en el personal de atención al público en servicios gastronómicos, el bajo nivel de trabajo en equipo y el alto grado de desconocimiento de la actividad por parte de la población local, ya que, se desconoce sobre la importancia que un bureau tiene para el desarrollo de turismo en una localidad y, en algunos casos, no existe conocimiento de la existencia del mismo.

Uno de los aspectos mencionados por el Bureau fue la existencia de solamente dos hoteles asociados. Esto manifiesta la falta de concientización por parte de los hoteleros ya que son ellos los que reciben el 60% de la rentabilidad de un congreso. Además, mencionan que hay varios servicios en los que se debe invertir para mejorar la calidad, entre ellos capacitaciones en calidad en atención al cliente, instalaciones, y mejoras en los servicios prestados como limpieza y conectividad.

Otro de los aspectos mencionados en la entrevista fue el horario de apertura y cierre de los locales gastronómicos. Es imprescindible en una ciudad de eventos que exista flexibilidad horaria para almorzar, merendar o cenar. En Santa Rosa no existe un local gastronómico que sirva el almuerzo luego de las 13:30 del mediodía, exceptuando a Mostaza, y mucho menos que este abierto a las 14:00hs. Lo mismo sucede en la noche, luego de las 23:00 hs. todos los locales gastronómicos se encuentran cerrados durante la semana. Según el Bureau, es muy difícil cambiar esta situación, ya que es necesario que los gastronómicos vean los beneficios de adecuarse a la demanda de las reuniones para que inviertan su capital en alargar los horarios de cierre y contratar más personal.

Sumado a estos aspectos, el Bureau menciona que uno de los atractivos más relevantes en la provincia de La Pampa son las estancias, donde el turista puede practicar turismo rural y degustar productos regionales. De todas las estancias que se encuentran cercanas a la localidad, solo dos de ellas están abiertas al turismo en cualquier momento del año. El resto, no ofrece servicios regulares, y es necesario programar con anticipación la visita para que los guías y el transporte estén disponibles.

Según afirma el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones, es necesario organizarse internamente y generar conciencia en los prestadores para que todo funcione como un sistema organizado y de calidad. García (2016) afirma que una de las funciones de estas organizaciones es la de crear una imagen competitiva dentro del mercado. Para ello, actúan como agentes integradores de la comunicación del destino, desempeñando una función relacional y de promoción.

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, los propósitos del Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones son integrar la oferta para presentar a Santa Rosa como destino de reuniones, nuclear a las empresas dedicadas a la organización de reuniones, estimular e incrementar el flujo turístico mediante la realización de reuniones en la ciudad, postular y lograr la designación de Santa Rosa como sede de eventos mediante la promoción de las facilidades e infraestructura de la ciudad, representar al sector ante poderes públicos e instituciones privadas dentro y fuera del país, jerarquizar la actividad velando por la observancia de las normas éticas comerciales, desarrollar criterios uniformes en los servicios prestados para ofrecer garantía de calidad y asesorar adecuadamente a los organismos oficiales con competencia en la actividad para elaborar normas de funcionamiento en aspectos comerciales, laborales o públicos.



## **CAPÍTULO IV**

---

# **Percepción de actores sociales con respecto a la calidad de Santa Rosa como destino sede de Turismo de Reuniones**

#### **4.1 Percepción de actores sociales involucrados con respecto a la calidad de Santa Rosa como destino sede de Turismo de Reuniones**

En relación con las entrevistas realizadas a distintos actores vinculados al turismo de reuniones tales como miembros del Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones, miembros de la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Santa Rosa y de la Subsecretaría de Turismo de La Provincia de La Pampa, prestadores turísticos del sector hotelería, entre otros, se analiza la calidad del destino Santa Rosa como sede de Turismo de Reuniones y su situación actual. Este análisis se realiza a partir de las siguientes dimensiones: “Salones”, “Alojamiento”, “Servicios Gastronómicos”, “Recursos Humanos vinculados al Turismo de Reuniones”, “Servicios de transporte”, “Conectividad interna y externa”, “Estaciones terminales” y “Servicios de infraestructura”. Los resultados obtenidos se describen a continuación.

Con respecto a los salones que dispone la ciudad para la actividad, todos los entrevistados coinciden en que no hay capacidad para desarrollar eventos de más de 300 personas, ya que si bien hay varios salones, la mayoría son de escasas dimensiones. Por otro lado, desde el Bureau, manifiestan que se dispone de capacidad para mega eventos al aire libre en el autódromo de Toay, lugar que cumple con los servicios necesarios, pero que no se aprovecha de forma total en su capacidad.

En relación con las características de los mismos, la mayoría de los entrevistados destacan que los salones están dotados de servicios técnicos y en óptimas condiciones edilicias (Por ejemplo, salones que forman parte del equipamiento hotelero como el Hotel Mercure y La Campiña donde se pueden realizar eventos simultáneos con una capacidad de hasta 300 personas aproximadamente). A su vez, destacan la buena accesibilidad y ubicación, ya que en su mayoría se encuentran en inmediaciones del centro de la ciudad. Además, desde el comité organizador de uno de los congresos realizados desde el Departamento de Química de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales la Universidad Nacional de La Pampa, sostienen que no hay salones pensados para la realización de un congreso, ya que para ello es necesario contar con espacios amplios donde realizar charlas, presentación de posters, y actividades en simultáneo. Para este tipo de eventos solo cuentan con un espacio propio y el salón Medasur.

Acerca del alojamiento, todos los entrevistados coinciden en que el servicio ofrecido y las instalaciones son óptimos con respecto a la categoría del hotel. La ciudad dispone de varios

hoteles, de una a cuatro estrellas, de modo que hay variedad de precios y servicios para cubrir diferentes necesidades, y en consecuencia los hoteles difieren considerablemente entre categorías. Esto genera una dificultad en aquellos eventos masivos, ya que no es posible ofrecer servicios similares para todos los participantes. En cuanto a la capacidad hotelera, sostienen que es apropiada para eventos de no más de 300 personas, siempre y cuando no se superpongan eventos en las mismas fechas.

Con respecto a la relación entre hoteleros, organizadores de eventos y miembros del bureau, un informante clave pertenecientes al bureau sostiene que es difícil trabajar con los hoteleros cuando se trata de un evento puntual, dado que no tienen tarifas comisionables. En este sentido, el entrevistado señala: *“ha pasado que se han bloqueado habitaciones y cuando el cliente llama al hotel le ofrecen tarifas más bajas que las que le ofrecen al organizador”*.

En relación con las tarifas ofrecidas por los hoteles para los eventos, uno de los organizadores de eventos pertenecientes a la municipalidad de Santa Rosa sostiene que previo a reuniones con la Cámara de Comercio y el sector, se ofrecen tarifas más convenientes en temporada baja. Al respecto, el entrevistado agrega: *“Hay que llenarles las plazas, no es lo mismo el hotel vacío un fin de semana que casi completo, depende del evento. Algunos te ponen un mínimo de asistentes para ofrecerte precios más bajos, otros no”*. En cambio, no sucede lo mismo cuando los hoteles están en sus capacidades máximas en temporada alta. Sumado a esto, algunos entrevistados aclaran que son los hoteles de menores categorías los que colaboran con las tarifas.

Sobre los servicios gastronómicos, la mayoría coinciden en que el horario de atención es acotado e inflexible para los eventos. Al respecto, los entrevistados señalan que:

“Se come cuando termina la carrera, o cuando se tiene tiempo libre entre las charlas o termina el evento, pero si el local cierra a las dos de la tarde, cierra”, “me ha tocado en la previa de buscar opciones gastronómicas, buscar un lugar que abra los sábados al medio día y aunque me ofrecían menús y precios especiales para todos los días que duraba el evento, no me abrían el sábado al medio día” (Representante de la Dirección de Deportes de la Municipalidad de Santa Rosa, 2019).

En relación con el servicio de atención al visitante, uno de los entrevistados pertenecientes a la secretaría de Turismo, menciona que *“falta calidad en el servicio de atención, es difícil encontrar personal capacitado y eso se nota”*. Sumado a esto, desde la Universidad sostienen que han sufrido demoras a causa de no estar preparados para recibir mayor cantidad de gente que lo habitual en un día de semana.

Con respecto a las tarifas ofrecidas para los eventos, tanto el Bureau como los organizadores tienen la iniciativa de buscar previo al evento diversos menús y tarifas especiales ya que consideran que los precios de estos servicios en la ciudad son elevados. Algunos sostienen que obtienen resultados positivos por parte de los establecimientos gastronómicos. No obstante, desde la Universidad afirman que se dificulta encontrar menús específicos para celíacos, veganos, entre otros, y en la mayoría de los casos, son los mismos organizadores quienes terminan elaborando el menú. Sumado a esto, todos los informantes admiten que la capacidad de los establecimientos gastronómicos es acotada para recibir más de 300 visitantes, pero existen servicios de catering preparados para atender a más de 500 personas.

Acerca de los recursos humanos vinculados al Turismo de Reuniones, todos los actores coinciden en que el personal capacitado para este tipo de turismo es insuficiente. Por este motivo, anualmente la Municipalidad, el gobierno provincial y la Cámara de Comercio brindan capacitaciones. Al respecto sostienen que:

“Solo son cuatro personas las que trabajan directamente, tres de ellas son miembros del Bureau y una de ellas está a cargo de todos los eventos de la provincia. Esta modalidad es nueva para la ciudad y hay que concientizar y capacitar más sobre el tema” (Miembro de la Subsecretaría de Turismo de La Pampa, 2019).

Además, afirman que no cuentan regularmente con profesionales involucrados con la actividad, ya que es necesario organizar con anticipación para poder disponer de guías capacitados, servicios de transportes, entre otros, porque no hay predisposición en brindar sus servicios sino están previamente organizados.

En relación a la infraestructura, respecto a los servicios de transporte aéreo y terrestre de larga distancia, consideran que si bien es escasa, existe buena conectividad con los principales centros urbanos del país, ya que Santa Rosa es una ciudad de paso y está ubicada en una posición estratégica al encontrarse en el centro de Argentina. Así mismo, desde la universidad enfatizan que pese a la buena conectividad, a veces es necesario contar con una noche más de hotel ya que los horarios no siempre coinciden con los del evento debido a que en ciertos casos hay que tomar conexiones para llegar a destino.

Sobre la conectividad interna, desde el Bureau, el gobierno provincial y quien organiza el evento “A Pampa Traviesa” desde el gobierno municipal, sostienen que la disponibilidad en la contratación de servicios de transporte para traslado hacia atractivos turísticos es inexistente. Señalan que este servicio debe ser contratado con anticipación y hay que adaptarse a los horarios que dispone: *“Hay servicios, pero los horarios no siempre*

*coinciden con las necesidades del asistente y el servicio no está adaptado, porque te deja en la entrada del lugar y debes acceder a pie*". Además, agregan que: *"Hay que tratar que no coincida con el horario de entrada y salida escolar porque se usan las mismas combis y en ese momento no están disponibles"*.

Acerca de la conectividad dentro de la ciudad, existen dos empresas que prestan el servicio de transfer del aeropuerto al hotel y viceversa. Además, los actores destacan el buen funcionamiento del transporte público y el servicio de taxis, haciendo mención en este último de la baja de disponibilidad en días de lluvia.

En base a la conectividad externa, todos coinciden en que las rutas de acceso no están en óptimas condiciones. Consideran que la RN 35 está en buenas condiciones en la mayor parte de su trayecto, pero se está deteriorando hacia el norte, la RN 152 está en mal estado de conservación, la RN 151 está totalmente deteriorada e intransitable y consideran necesaria una autovía en la RN 5. Además, afirman que las rutas provinciales y los caminos vecinales se encuentran en pésimas condiciones y cuando llueve hay atractivos que quedan desconectados al no poder transitar por ellos.

Con respecto a las estaciones terminales, todos concuerdan en que ambas son de reducidas dimensiones, no poseen una ubicación conveniente y no se encuentran en buen estado de conservación. Sumado a esto, una de las organizadoras pertenecientes a la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales sostiene que: *"el aeropuerto está construido en un bajo, y en los días de neblina que son comunes acá, el avión no puede aterrizar. Debería de haber una pista alternativa para estos casos"*. Además, desde la Secretaria de Turismo afirman que la terminal de ómnibus es un patrimonio a conservar para utilizarlo con otra finalidad.

En cuanto a los servicios públicos, todos coinciden en el buen funcionamiento de las redes de telefonía móvil dentro de la ciudad, exceptuando a una de las empresas que brinda el servicio y a su vez afirman que fuera de la ciudad la señal es insuficiente.

Sobre el servicio de internet algunos coinciden en que es pésimo, no obstante otros aseguran el buen funcionamiento del mismo. Además, desde el municipio afirman que: *"Si bien la idea de contar con una red pública de internet es buena, su funcionamiento es desfavorable"*.

Acerca de la asistencia médica, todos coinciden en el buen funcionamiento del servicio de salud y la mayoría considera al servicio de salud pública de excelencia: *"el hospital*

*público es muy bueno, el servicio de atención es excelente y siempre se disponen de ambulancias. Hay muchas clínicas y centros médicos buenos”.*

Para culminar, con respecto a la provisión de combustible, consideran que es suficiente en temporada baja e insuficiente en temporada alta, es por esto que algunos actores sugieren la apertura de nuevas estaciones de servicios en las rutas de acceso.

#### **4.2 Percepción de actores sociales involucrados con respecto a la situación actual del Turismo de Reuniones en Santa Rosa**

Además de conocer la percepción de los actores sociales sobre la calidad de Santa Rosa como destino sede de Turismo de Reuniones, se indaga en la valoración que tienen los entrevistados acerca de los beneficios que genera el Turismo de Reuniones en la ciudad.

Al respecto, todos los actores entrevistados coinciden en señalar que el Turismo de Reuniones genera: beneficios económicos, potencialidad de atraer turismo interno y receptivo, desestacionalización del destino, mejoras en la infraestructura y calidad de los servicios, beneficios socioculturales (*“se muestra la ciudad, su gente, sus costumbres”*), beneficios productivos y de inversión y promoción del destino.

En relación con las condiciones deseables que un destino debe tener para poder desarrollar este tipo de turismo los actores sociales entrevistados destacan: ubicación accesible, buena conectividad, infraestructura adecuada, diversidad en la oferta hotelera y en los salones ya que los eventos atraen turistas con distintas características y necesidades y servicios complementarios como sonido e iluminación, catering, transporte chárter, entre otras. Además, mencionan la importancia de la articulación entre el sector público, los prestadores turísticos y los organizadores de eventos, y la toma de conciencia por parte de los sectores y los ciudadanos del potencial que tiene su ciudad y los beneficios que la actividad genera. Desde el Santa Rosa Bureau de Eventos y convenciones afirman que:

“Es importante que tanto el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones como la Subsecretaría de Turismo trabajen en conjunto con el ámbito privado (hoteleros, gastronómicos, prestadores de servicios de audio y video, salones, prestadores de servicios de sonido e iluminación, traductores, entre otros) para que la actividad se desarrolle de la mejor manera posible”.

En relación con la situación actual del Turismo de Reuniones en Santa Rosa, la mayoría de los entrevistados coincide en que la ciudad tiene un gran potencial para desarrollar esta actividad por su ubicación estratégica y por sus características como destino para posicionarse en el mercado. La dificultad que enfrentan es contar con un Bureau sin personería jurídica, es decir, un Bureau que no puede funcionar por sus propios medios,

sino que funciona como una comisión dentro de la Cámara de Comercio. Esto genera que no pueda desarrollar sus actividades de manera óptima, y en consecuencia muchos organizadores no conocen su existencia ni funcionamiento y los eventos se superponen por no contar con una agenda de eventos común. Además, la población local no tiene conocimiento sobre la importancia del desarrollo del Turismo de Reuniones y los beneficios que genera. Desde el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones señalan que:

“No se dan cuenta que un evento es un tipo de turismo que puede generar grandes beneficios para un montón de sectores, los Santarroseños no tienen conocimiento de lo que es un bureau y la importancia que tiene para el desarrollo del turismo de reuniones en una localidad”.

También destacan que los prestadores turísticos no tienen total predisposición para trabajar en conjunto con el sector y brindar una oferta de servicios accesible, sobre todos por parte de los hoteleros. Sobre esto, un representante de la Dirección de Deportes de la Municipalidad de Santa Rosa afirma que: *“tienen un comportamiento competitivo, si tienen demanda no te ofrecen nada, pero si ven que otro tiene enseguida te van a buscar y te ofrecen descuentos y demás”*. Además, el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones admite que:

“Los prestadores más relevantes de la ciudad ejercen resistencia y tomaron una postura de trabajo más individualista sin comprender la importancia que tiene desarrollar una demanda unificada y de calidad para esta modalidad”.

Sobre las relaciones entre el sector público y privado, mencionan que desde el Bureau hay total predisposición para trabajar en conjunto con el sector público y los prestadores turísticos y que esa relación es de destacar ya que siempre se genera una mesa de diálogo donde todos exponen sus opiniones libremente. Sin embargo, desde el punto de vista de quienes trabajan para desarrollar la actividad afirman que no cuentan con el apoyo del sector público. Al respecto sostienen que: *“No hay presupuesto para el turismo, no contamos con el apoyo de los sectores públicos para desarrollar el bureau, tenemos la esperanza que la nueva gestión tenga otros intereses para con la actividad”*.

## **CAPÍTULO V**

---

# **Turismo de Reuniones en Santa Rosa: Diagnóstico y Análisis F.O.D.A**



## **5. Turismo de Reuniones en Santa Rosa: Diagnóstico y Análisis F.O.D.A**

### **5.1 Diagnóstico**

La ciudad de Santa Rosa se presenta como un destino capaz de competir en el mercado nacional de reuniones puesto que cuenta con características que posibilitan el desarrollo de la actividad.

Con respecto a los atributos que posee, la principal fortaleza es la ubicación estratégica dado que se encuentra en el centro del país. Además, cuenta con la presencia de atractivos naturales y culturales en la ciudad y de cercanía que complementan la oferta del destino.

En lo que respecta a las instalaciones, si bien cumple con las necesidades que esta actividad requiere (conexiones aéreas y terrestres, sanidad, comunicaciones y energía) cabe destacar el mal estado de las rutas de acceso a la ciudad.

En relación con la capacidad, Santa Rosa cuenta con una capacidad de no más de 300 personas para la realización de eventos. Esto resulta insuficiente considerando que varios eventos suceden al mismo tiempo y en muchos casos es necesario limitar la asistencia.

Sobre la dotación de servicios, Santa Rosa presenta una diversificada oferta hotelera, gastronómica, y de salones.

Con respecto al alojamiento, posee hoteles de distintas categorías (hasta cuatro estrellas) donde el servicio de atención al cliente es óptimo y acorde a las características del hotel.

En relación con la oferta gastronómica, si bien la oferta es variada en cuanto al tipo de menú que se ofrece, en su mayoría, los locales no ofrecen un servicio acorde a las necesidades del Turismo de Reuniones dado que los horarios de apertura no se ajustan a los eventos. Es por esto que muchos organizadores acuden a los servicios de catering. Los mismos están preparados para atender eficientemente a más de 300 personas y se adaptan a las necesidades gastronómicas de cada evento.

Sobre los salones, la mayoría son de escasas dimensiones pero dotados de servicios técnicos necesarios para la realización de eventos. Para eventos de mayor asistencia, la ciudad cuenta con salones de mayor capacidad como es el Medasur, el Aula Magna de la Universidad Pública y los salones que brinda el Hotel Mercure y La Campiña. Si bien en algunos casos el espacio resulta chico especialmente para la realización de congresos, la mayoría de los eventos que se realizan en la ciudad son de carácter deportivo y ferias y

exposiciones. Para este tipo de eventos los espacios que se utilizan son óptimos en cuanto a capacidad y características (por ejemplo, el Autódromo Provincial de Toay).

Con respecto a los servicios de transporte terrestre de larga distancia, cabe destacar que la oferta de servicios desde y hacia Santa Rosa es variada, aunque la única conexión aérea que existe no satisface las necesidades de los turistas puesto que solo se conecta con un destino y el horario de llegada es de noche, en consecuencia, para asistir a un evento es necesario contar con una noche extra de hotel. En cuanto a la ubicación y el tamaño de las estaciones terminales, no son funcionales y el estado de las mismas es desfavorable. Sumado a esto, los servicios de transporte chárter son escasos y no se adaptan a las necesidades de este tipo de turismo.

Una de las características a destacar son las capacitaciones anuales que se brindan desde el sector público y organismos relacionados con la actividad con el fin de profesionalizar la actividad. En este caso, una de las más importantes es la incorporación de la carrera Licenciatura en Turismo por parte de la Universidad Nacional de la Pampa.

En relación con los actores sociales, si bien la ciudad cuenta con la presencia del Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones quien trabaja constantemente para el desarrollo de la actividad, la Dirección de Turismo de Santa Rosa, la Subsecretaría de Turismo de la provincia, la Asociación hotelera y Gastronómica de La Pampa y la Cámara de Comercio que brinda su estructura legal al Bureau, cabe destacar la baja articulación que hay entre estos actores y los prestadores turísticos dado que no trabajan en conjunto para brindar una oferta unificada para el Turismo de Reuniones (no hay predisposición para el cambio de horario de los locales gastronómicos, en temporada alta no se ofrecen tarifas preferenciales en alojamiento, no se brindan servicios chárter si no son contratados con mucha anticipación, entre otros).

Con respecto a los beneficios que la actividad genera, cabe mencionar que la población local no tiene conocimiento sobre ellos y la importancia del desarrollo del Turismo de Reuniones en la ciudad.

Por último, una de las mayores dificultades que se presentan es la situación actual debido al aislamiento social, preventivo y obligatorio por el COVID 19, que desprende una situación económica desfavorable tanto para el Turismo de Reuniones como para la mayoría de las actividades económicas.

### 5.1.1 Síntesis: Matriz F.O.D.A

A continuación, se realiza un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que presenta la ciudad de Santa Rosa como sede de Turismo de Reuniones:

Tabla 6  
Análisis F.O.D.A de Santa Rosa como destino sede de reuniones

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ubicación estratégica</li> <li>✓ Presencia de actores sociales vinculados al conocimiento (por ejemplo: Universidad Nacional de La Pampa)</li> <li>✓ Oferta hotelera diversificada</li> <li>✓ Presencia de gran cantidad de salones</li> <li>✓ Espacios óptimos para la realización de eventos deportivos, y ferias y exposiciones.</li> <li>✓ Presencia de atractivos turísticos naturales, culturales y de recreación dentro de la ciudad y en cercanías.</li> <li>✓ Capacitaciones anuales para profesionales en turismo</li> <li>✓ Buen funcionamiento de los servicios públicos de salud y transporte</li> <li>✓ Presencia de servicios de catering preparados para atender eficientemente a más de 300 personas</li> <li>✓ Presencia de eventos de distintos tipos</li> <li>✓ Buena accesibilidad y conectividad terrestre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Incorporación de la carrera Licenciatura en Turismo en la UNLP,</li> <li>✓ Presencia del autódromo Provincial de Toay</li> <li>✓ Presencia de grandes cadenas hoteleras (Hotel Mercure y Hotel Unit)</li> <li>✓ Presencia del Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones en la Cámara de Comercio.</li> </ul>

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Acotada capacidad hotelera y de salones (no más de 300 personas)</li> <li>✓ Escasa frecuencia aérea hacia un único destino</li> <li>✓ Dimensiones, ubicación y estado desfavorables de las estaciones terminales</li> <li>✓ Comportamiento individualista de los prestadores turísticos</li> <li>✓ Nula conciencia por parte de los Santarroseños</li> <li>✓ Horarios acotados e inflexibles de los locales gastronómicos</li> <li>✓ Escases de servicios chárteres terrestres</li> <li>✓ Superposición en la programación de algunos eventos</li> <li>✓ Baja articulación entre sectores privados y el sector público vinculados al turismo de reuniones.</li> <li>✓ Mal estado de las rutas de acceso y caminos vecinales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Situación económica nacional que no permite la inversión en infraestructura</li> <li>✓ Paralización de la actividad turística mundial producto del COVID19</li> </ul>

Fuente: de Dios, M, 2020.

## **CAPÍTULO VI**

---

### **Lineamientos propositivos**

## **6. Lineamientos propositivos**

A partir del diagnóstico realizado, es posible plantear una serie de lineamientos propositivos que contribuyan a fortalecer la calidad Santa Rosa como destino sede del Turismo de Reuniones.

Lineamiento 1: Estructura del Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones y sus actividades:

- Consolidar su funcionamiento a través de una estructura legal propia.
- Mejorar las competencias específicas del personal en cuanto a la organización y gestión de eventos.
- Mejorar la comunicación externa (mediante una planificación sistemática) entre el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones y otros actores sociales locales relacionados con Turismo de Reuniones con el fin de que conozcan su propósito.
- Fortalecer vínculos entre el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones y los prestadores turísticos.
- Presentar al Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones a los organizadores de eventos futuros con el fin de dar a conocer su funcionamiento y beneficios para el desarrollo del destino sede.
- Generar y dar a conocer un calendario único de eventos en la ciudad en el que todos los organizadores agenden su evento para disminuir la superposición de los mismos.

Lineamiento 2: Oferta de servicios del Turismo de Reuniones:

- Diseñar y gestionar una oferta de servicios diferenciada que responda a las motivaciones de la demanda de Turismo de Reuniones (gastronomía y medios de transporte).
- Generar un registro de prestadores turísticos específico tales como guías turísticos, transportes internos, estancias, entre otros.
- Fomentar el trabajo en conjunto de todos los prestadores turísticos para lograr una oferta unificada.

Lineamiento 3: Formación de los Recursos Humanos a nivel destino sede:

- Generar una oferta de capacitación continua para disponer de profesionales especializados en la organización y gestión de eventos.

- Generar actividades de vinculación con la carrera de Licenciatura en Turismo (Universidad Nacional de La Pampa).

Lineamiento 4: Instalaciones y servicios de transporte aéreo y terrestre:

- Analizar propuestas estratégicas para la reubicación de las estaciones terminales en zonas periurbanas a fin de mejorar la circulación del flujo de pasajeros.
- Acordar con los prestadores de servicios de transporte, una oferta variada de horarios de salidas / partidas de los servicios de interurbanos.
- Promover en los gestores públicos locales, la importancia de mejorar las rutas de acceso y caminos vecinales para lograr una circulación segura.

Lineamiento 5: Articulación público-privada:

- Generar una planificación estratégica en torno del producto Turismo de Reuniones entre los actores del subsistema turístico local.
- A partir de ello, definir una misión y visión de Santa Rosa como destino sede del Turismo de Reuniones entre los prestadores turísticos, el Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones y los actores sociales públicos.
- Generar actividades de concientización (talleres, acciones de comunicación publicitaria) hacia todos los actores sociales involucrados, sobre la importancia de los beneficios que genera el Turismo de Reuniones en el desarrollo de las ciudades.

Lineamiento 6: Promoción del destino Santa Rosa como sede de Reuniones:

- Acordar acciones conjuntas de promoción del destino con las cadenas hoteleras presentes en la ciudad.
- Promover la oferta de servicios que ofrece Santa Rosa para el Turismo de Reuniones así como sus atractivos naturales y culturales en los mercados potenciales a definir en la planificación estratégica.

# **CAPÍTULO VII**

---

## **Conclusiones**



## 7. Conclusiones

Los resultados de la investigación permiten determinar las fortalezas y debilidades de la ciudad de Santa Rosa y su calidad como destino sede desde la percepción de los actores sociales involucrados en el Turismo de Reuniones.

A modo de cierre, las entrevistas realizadas a miembros del Santa Rosa Bureau de Eventos y Convenciones, miembros de la Subsecretaría de Turismo de La Pampa y de la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Santa Rosa, profesores de la Universidad Nacional de La Pampa, representante de la Dirección de Deportes de la Municipalidad de Santa Rosa y prestadores turísticos del sector hotelería, permiten detectar las principales fortalezas del destino.

En este sentido, se resalta su ubicación estratégica en el centro del país; la variada oferta hotelera, gastronómica y de salones que presenta; los eventos que se realizan en la ciudad, en su mayoría deportivos y ferias; el buen funcionamiento de las instalaciones y las capacitaciones brindadas anualmente para profesionalizar el sector. Esto posiciona a Santa Rosa como una ciudad con un gran potencial en el mercado nacional como destino sede para eventos con una capacidad máxima de 300 personas.

La información obtenida permite también determinar, a su vez, que las debilidades del destino se relacionan con la baja articulación que existe entre los prestadores turísticos en eventos específicos, la baja o nula conciencia turística de los santarroseños; la superposición de algunos eventos la realización superpuesta de diversos eventos; la limitada capacidad del destino para atender a no más de 300 personas; el mal estado de las rutas de acceso y caminos vecinales; la escasa frecuencia aérea hacia un único destino y el estado desfavorable de las estaciones terminales.

A pesar de las limitaciones detectadas (las cuales pueden ser minimizadas a través de la implementación de diferentes estrategias), se observa que Santa Rosa posee atributos tangibles e intangibles que la posicionan como sede de Turismo de Reuniones. Entre ellos se menciona la calidad de salones, alojamiento, servicios gastronómicos, recursos humanos vinculados al Turismo de Reuniones, servicios de transporte, conectividad interna y externa, estaciones terminales y servicios de infraestructura.

Para concluir, se considera que si todas las partes involucradas generan acciones para fortalecer la articulación en pos de un objetivo común y toman conciencia de la

importancia del Turismo de Reuniones para el desarrollo económico, Santa Rosa podría aumentar su competitividad en el mercado de las reuniones.

## **Bibliografía**

ARIAS VALENCIA, M. M. (2000). “La Triangulación Metodológica: sus principios, alcances y limitaciones”. Disponible en: <http://tone.udea.edu.co/revista/mar2000/triangulacion.html>

ASOCIACION DE ESTADOS DEL CARIBE (2017). “*Turismo de Reuniones: Conceptualización y Visión Regional*”. Dirección de Turismo Sostenible.

BOTTA, M. (2002). *Tesis, monografías e informes. Nuevas normas y técnicas de investigación y redacción*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

BOULLON, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico*. 4ª. Ed. México: Trillas.

CAPEL, H. (1973). “Percepción del medio y comportamiento geográfico”. Disponible en: <file:///C:/Users/PCBOX/Downloads/45873-Text%20de%20l'article-56864-1-10-20061122.pdf>

CASANUEVA ROCHA, C. (2004). *Organización y gestión de empresas turísticas*. Madrid: Pirámide.

CESTUR (2011). “La relevancia económica de las Reuniones en México”. México DF.

COUILLAUD, D. (2006). *Marketing turístico y hotelero*. Universidad Nacional de Porres, Lima.

CUBILLOS RODRIGUEZ, M. C., ROZO RODRIGUEZ, D. (2009). “*El concepto de calidad: Historia, Evolución e Importancia para la competitividad*”.

DE MIGUEL, N. A. (2014). “*Turismo de negocios: Calidad de los servicios en el aeropuerto Comandante Espora de la ciudad de Bahía Blanca. Medición de la calidad percibida por el segmento de demanda corporativo*”. Directora: Lic. (Mg.) Soledad Gallucci. Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

DE MIGUEL, N. A., GALLUCCI, S., GUERRERO, A. (2015). “*Turismo de negocios: Calidad de servicios en el aeropuerto Comandante Espora de la ciudad de Bahía Blanca. Medición de la calidad percibida por el segmento de demanda corporativo*”. Bahía Blanca: CONDET.

FIGUEREDO, C. (2016). *"Turismo de eventos en la ciudad de Bahía Blanca. Caso de estudio: XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil"*. Directora: Lic. Valeria Natalia Gil. Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y turismo.

GALLUCCI, S., GUERRERO, A., BARRAGAN, M., (2013). *"Estrategias metodológicas para establecer referencias de pescadores marítimos deportivos tendientes a mejorar la calidad de a experiencia turística"*. Bahía Blanca.

GANDARA, J.M (2004). "La Calidad y la Competitividad de los Destinos Turísticos Urbanos". Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/277149604>

GARCÍA, M. G. (2016). *"Turismo de reuniones en la ciudad de Mar del Plata: Situación actual desde la percepción del Mar del Plata Convention & Visitors Bureau"*. Directora: Mg. Ane Miren Diez Alberdi (Monografía de graduación). Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

GARCÍA NAVAS, F., BECERRA BENÍTEZ, F., CEBRINO CASQUERO, F., DELGADO REINA, C. y ÁLVAREZ GALLEGO, M. (2014). *"Importancia económica de la industria de reuniones y eventos en Málaga"*. Disponible en: <http://ciedes.es/images/stories/Cuadernos/Cuaderno14.pdf>

GUIA NACIONAL DE MUSEOS (2013). Secretaría de Cultura de la Nación. Disponible en: <https://issuu.com/secretariadecultura/docs/guianacionaldemuseos3/220>

HERNANDEZ SAMPIERI, R.; FERNANDEZ COLLADO, C.; BAPTISTA LUCIO, P. (2004). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.

HERRERA, L. J. (2014). *"Turismo de congresos y reuniones en la ciudad de La Plata: Estado actual, tendencias y posibilidades de desarrollo"*. Director: Alfredo Conti. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Ciencias Económicas.

INDEC. (2010). *"Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas"*. Disponible en: [http://www.lapampa.gov.ar/images/stories/Archivos/Varios\\_PDF/Censo\\_2010\\_La\\_pampa.pdf](http://www.lapampa.gov.ar/images/stories/Archivos/Varios_PDF/Censo_2010_La_pampa.pdf)

LAUMAN, M. V, (2014). *"Diagnóstico estructural de la cadena de valor del turismo de reuniones en La Plata"*. Director: Mg. Mauro Beltrami. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Ciencias Económicas.

LUSTO, L. (2016). *“Turismo de reuniones en Bahía Blanca: propuesta para el fortalecimiento de la ciudad como destino sede”*. Directora: Lic. Valeria Natalia Gil. Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

MARREIRO DAS CHAGAS, M., MARQUES JÚNIOR, S. (2001). *“Dimensiones de la calidad como antecedentes de la satisfacción y fidelidad a los destinos turísticos de sol y playa. Un estudio de caso en Natal, Brasil, sobre la percepción del turista nacional”*. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180722700011>

MARTINEZ, M. D. (2010). *“Atributos de calidad de servicios en alojamientos de sol y playa. Estudio de caso: Apart hoteles de Las Grutas, Río Negro”*. Directora: Soledad Gallucci. Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

MAURE AGÜERO, G. (2007). Definiciones y tendencias del turismo de eventos. Disponible en: <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>

MONTERO, P. N. (2007). *“Limitaciones y potencialidades de Tandil como ciudad sede de congresos y reuniones afines”*. Director: Eduardo A. Díaz. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Ciencias Económicas.

OBSERVATORIO ECONOMICO DE TURISMO DE REUNIONES DE LA REPUBLICA ARGENTINA (2018). *“Anuario estadístico de turismo de reuniones”*. Disponible en: [file:///C:/Users/PCBOX/Downloads/Anuario\\_Turismo\\_Reuniones\\_2018\\_Argentina\\_OETR.pdf](file:///C:/Users/PCBOX/Downloads/Anuario_Turismo_Reuniones_2018_Argentina_OETR.pdf)

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2014). *“Informe global sobre la industria del turismo de reuniones”*. AM Reports – Miembros afiliados, volumen siete. Madrid. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416103>

PIZZI, D. P. (2012). *“Bahía Blanca Bureau: Bureau de congresos, convenciones y visitantes en la ciudad de Bahía Blanca. Estudio de viabilidad”*. Directora: Viviana Leonardi. Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

SANTA ROSA BUREAU DE EVENTOS Y CONVENCIONES. (2015). Disponible en: <https://www.santarosabureau.com>

VERGARA, V. A. (2011). *“Turismo de congresos y convenciones: caracterización del destino sede Bahía Blanca. Argentina”*. Directora: Ana Lía del Valle Guerrero. Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

VIEYTES, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad. Epistemología y técnicas*. Buenos Aires: Editorial de las ciencias.

WALLINGRE, N. (2001). "La calidad del destino turístico. Una estrategia para el desarrollo local. Un acercamiento al tema". En actas III Congreso Latinoamericano de Investigación Turística, Chile, Valdivia.

## Anexos

### Modelos de entrevistas realizadas

#### Entrevista para generador de evento

- 1) ¿Qué tipo de reunión organiza?
  - Educación
  - Deportivo y náuticos
  - Técnico
  - Científico
  - Comercial
  - Cultural
  - Ciencias exactas
  - Ciencias Sociales
    - Economía
    - Derecho
    - Sociología
    - Historia
    - Psicología
  - Ciencias políticas
  - Agricultura y medio ambiente
  - Geografía
- 2) ¿Cuáles son las actividades que realiza?
  - Organización del evento
  - Promoción y difusión del evento
  - Capacitación de RRHH
  - Desarrollo de propuestas para la actividad
  - Contacto con Bureau
  - Contacto con el sector público
- 3) ¿Cuál es su opinión de los salones con respecto a Capacidad, Accesibilidad, Servicios técnicos, Ubicación, Estado edilicio?
- 4) ¿Cuál es su opinión de los alojamientos en cuanto a Capacidad, Estado edilicio, Servicios, Servicios específicos para reuniones, Ubicación, Precio, Atención al público?

- 5) ¿Cuál es su opinión sobre los servicios gastronómicos con respecto al Tipo de menú, Precios, Oferta adaptada al turismo de reuniones, Capacidad, Horarios de atención, Atención al público, Espacio físico?
- 6) ¿Cuál es su opinión acerca de los RRHH vinculados al turismo de reuniones con respecto a RRHH calificados, Capacidad de respuesta, Disponibilidad horaria, Buena predisposición, Amabilidad?
- 7) ¿Cuál es su opinión sobre los servicios de transporte con respecto a Instalaciones, Atención al público, Horarios, Servicios?
- 8) ¿Cuál es su opinión acerca de la conectividad interna que tiene la ciudad? (transporte micros, taxis)
- 9) ¿Cuál es su opinión acerca de la conectividad externa que tiene la ciudad? (rutas de acceso)
- 10) ¿Qué opina sobre las estaciones terminales de la ciudad?
- 11) ¿Qué opina usted con respecto a los siguientes servicios de infraestructura de la ciudad y su funcionamiento? Red móvil (teléfono), Conexión a internet, Atención médica, Provisión de combustible.
- 12) ¿Qué beneficios considera Ud. que puede generar el TR en Santa Rosa?
- 13) ¿Conoce la existencia del bureau de Santa Rosa? ¿Cuál es su opinión respecto al funcionamiento del mismo?
- 14) ¿Cuál es su opinión sobre el comportamiento/nivel de compromiso que tiene hoy en general la oferta de servicios (alojamiento, restaurantes, etc.) que intervienen en el desarrollo del TR?
- 15) ¿Cuáles son las principales cuestiones que considera problemáticas para la consolidación de Santa Rosa como destino sede?
- 16) ¿Qué cuestiones considera podrían dificultar la consolidación de Santa Rosa como destino sede?
- 17) ¿Cuáles son las cuestiones que considera propicias para la consolidación de Santa Rosa como destino sede?
- 18) ¿Qué cuestiones considera pueden ser provechosas para la consolidación de Santa Rosa como destino sede?

### **Entrevista para sector publico**

- 1) ¿Cuál es la función que desempeña en el marco del turismo de reuniones?
- 2) ¿Qué actividades desarrolla dentro del segmento de turismo de reuniones en la ciudad?
- 3) ¿Cuál es su opinión de los salones con respecto a Capacidad, Accesibilidad, Servicios técnicos, Ubicación, Estado edilicio?
- 4) ¿Cuál es su opinión de los alojamientos en cuanto a Capacidad, Estado edilicio, Servicios, Servicios específicos para reuniones, Ubicación, Precio, Atención al público?
- 5) ¿Cuál es su opinión sobre los servicios gastronómicos con respecto al Tipo de menú, Precios, Oferta adaptada al turismo de reuniones, Capacidad, Horarios de atención,

- Atención al público, Espacio físico?
- 6) ¿Cuál es su opinión acerca de los RRHH vinculados al turismo de reuniones con respecto a RRHH calificados, Capacidad de respuesta, Disponibilidad horaria, Buena predisposición, Amabilidad?
- 7) ¿Cuál es su opinión sobre los servicios de transporte con respecto a Instalaciones, Atención al público, Horarios, Servicios?
- 8) ¿Cuál es su opinión acerca de la conectividad interna que tiene la ciudad? (transporte micros, taxis)
- 9) ¿Cuál es su opinión acerca de la conectividad externa que tiene la ciudad? (rutas de acceso)
- 10) ¿Qué opina sobre las estaciones terminales de la ciudad?
- 11) ¿Qué opina usted con respecto a los siguientes servicios de infraestructura de la ciudad y su funcionamiento? Red móvil (teléfono), Conexión a internet, Atención médica, Provisión de combustible.
- 12) ¿Qué beneficios considera Ud. que puede generar el TR en Santa Rosa?
- 13) ¿Considera que el bureau tiene predisposición e iniciativa para trabajar en conjunto al sector público?
- 14) ¿Cuál es su opinión con respecto a la situación actual del turismo de reuniones en Santa Rosa?
- 15) ¿Cuáles son las principales características que considera óptimas para el desarrollo del turismo de reuniones en una localidad?
- 16) ¿Cuáles son las principales cuestiones que considera problemáticas para la consolidación de Santa Rosa como destino sede?
- 17) ¿Qué cuestiones considera podrían dificultar la consolidación de Santa Rosa como destino sede?
- 18) ¿Cuáles son las cuestiones que considera propicias para la consolidación de Santa Rosa como destino sede?
- 19) ¿Qué cuestiones considera pueden ser provechosas para la consolidación de Santa Rosa como destino sede?

### **Entrevista para Bureau**

- 1) ¿Cuál es la función que desempeña en el marco del turismo de reuniones?
- 2) ¿Qué actividades desarrolla dentro del segmento de turismo de reuniones en la ciudad?

- 3) ¿Cuál es su opinión de los salones con respecto a Capacidad, Accesibilidad, Servicios técnicos, Ubicación, Estado edilicio?
- 4) ¿Cuál es su opinión de los alojamientos en cuanto a Capacidad, Estado edilicio, Servicios, Servicios específicos para reuniones, Ubicación, Precio, Atención al público?
- 5) ¿Cuál es su opinión sobre los servicios gastronómicos con respecto al Tipo de menú, Precios, Oferta adaptada al turismo de reuniones, Capacidad, Horarios de atención, Atención al público, Espacio físico?
- 6) ¿Cuál es su opinión acerca de los RRHH vinculados al turismo de reuniones con respecto a RRHH calificados, Capacidad de respuesta, Disponibilidad horaria, Buena predisposición, Amabilidad?
- 7) ¿Cuál es su opinión sobre los servicios de transporte con respecto a Instalaciones, Atención al público, Horarios, Servicios?
- 8) ¿Cuál es su opinión acerca de la conectividad interna que tiene la ciudad? (transporte micros, taxis)
- 9) ¿Cuál es su opinión acerca de la conectividad externa que tiene la ciudad? (rutas de acceso)
- 10) ¿Qué opina sobre las estaciones terminales de la ciudad?
- 11) ¿Qué opina usted con respecto a los siguientes servicios de infraestructura de la ciudad y su funcionamiento? Red móvil (teléfono), Conexión a internet, Atención médica, Provisión de combustible.
- 12) ¿Qué beneficios considera Ud. que puede generar el TR en Santa Rosa?
- 13) ¿Considera que el sector público tiene predisposición e iniciativa para trabajar en conjunto al bureau?
- 14) ¿Cuál es su opinión con respecto a la situación actual del turismo de reuniones en Santa Rosa?
- 15) ¿Cuáles son las principales características que considera óptimas para el desarrollo del turismo de reuniones en una localidad?
- 16) ¿Cuáles son las principales cuestiones que considera problemáticas para la consolidación de Santa Rosa como destino sede?
- 17) ¿Qué cuestiones considera podrían dificultar la consolidación de Santa Rosa como destino sede?
- 18) ¿Cuáles son las cuestiones que considera propicias para la consolidación de Santa Rosa como destino sede?
- 19) ¿Qué cuestiones considera pueden ser provechosas para la consolidación de Santa Rosa como destino sede?