

Perfil, comportamiento e impactos de los visitantes al WRC Paraguay 2025 en Itapúa dentro del turismo deportivo en América Latina

Profile, behavior, and impacts of visitors to WRC Paraguay 2025 in Itapúa within sports tourism in Latin America

Silvia Liliana Amarilla

Universidad Nacional de Itapúa, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas,
Observatorio Económico y Social
slamarilla@facea.uni.edu.py
<https://orcid.org/0000-0002-7833-6706>

Natalia Elizabeth Kazmirchuk Kuruz

Universidad Nacional de Itapúa, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas,
Observatorio Económico y Social
nekazmirchuk@facea.uni.edu.py
<https://orcid.org/0000-0001-7448-1837>

Eduarda Susana Lugo Rolón

Universidad Nacional de Itapúa, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas,
Observatorio Económico y Social
slugo@uni.edu.py
<https://orcid.org/0000-0001-9543-0238>

Vicente Eligio Núñez Velázquez

Universidad Nacional de Itapúa, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas,
Observatorio Económico y Social
venunez@facea.uni.edu.py
<https://orcid.org/0009-0009-1618-0337>

Yessica María Digna Cuquejo Verón

Universidad Nacional de Itapúa, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas,
Observatorio Económico y Social
yessicuquejo1612@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0006-8359-6752>

Juan Carlos Miranda

Universidad Nacional de Itapúa, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas,
Observatorio Económico y Social
jcmiranda@facea.uni.edu.py
<https://orcid.org/0000-0001-5912-9704>

Recibido/Received: 25/02/2026

Aceptado/Accepted: 24/04/2026

RESUMEN:

El automovilismo deportivo ha evolucionado de práctica recreativa a fenómeno global con impactos en innovación, economía y turismo. La incorporación de Paraguay al calendario oficial del Campeonato Mundial de Rally (WRC) en 2025 constituyó la primera experiencia del país como anfitrión de una competición automovilística de alcance internacional. Ante la escasez de investigaciones empíricas en América Latina sobre turismo deportivo, este estudio analizó el perfil, comportamiento y percepciones de los visitantes al WRC Paraguay 2025 en el departamento de Itapúa. Se aplicó un diseño cuantitativo exploratorio mediante encuestas estructuradas a 2.000 asistentes, seleccionados con muestreo probabilístico estratificado, excluyendo a residentes de Itapúa para focalizar el análisis en turistas y excursionistas. Se relevaron variables vinculadas a la organización del viaje, transporte, estadía, gasto y percepción del evento y del destino. Los resultados muestran un público conformado mayoritariamente por paraguayos y visitantes de Argentina y Brasil, con una estadía promedio de cinco noches y un gasto diario estimado de 285 dólares por persona. La percepción general del evento fue positiva, destacándose la hospitalidad, la seguridad y la organización, aunque se identificaron oportunidades de mejora en accesibilidad, conectividad y costos de servicios. Este estudio constituye la primera aproximación sistemática al turismo deportivo en Paraguay y aporta evidencia empírica sobre el impacto económico y social del WRC en contextos emergentes, contribuyendo a la comprensión internacional de los eventos automovilísticos de gran envergadura y ofreciendo insumos estratégicos para la planificación de futuras ediciones.

Palabras clave: turismo; deporte; desarrollo económico y social; transporte; percepción

ABSTRACT:

Motor sports have evolved from a recreational activity into a global phenomenon with impacts on innovation, the economy, and tourism. Paraguay's inclusion in the official calendar of the World Rally Championship (WRC) in 2025 marked the country's first experience as a host of an international motorsports competition. Given the scarcity of empirical research in Latin America on sports tourism, this study analyzed the profile, behavior, and perceptions of visitors to the 2025 WRC Paraguay event in the department of Itapúa. An exploratory quantitative design was employed using structured surveys administered to 2,000 attendees, selected through stratified probability sampling, excluding residents of Itapúa to focus the analysis on tourists and day-trippers. Variables related to trip planning, transportation, accommodations, spending, and perceptions of the event and the destination were surveyed. The results show that the audience consisted mainly of Paraguayans and visitors from Argentina and Brazil, with an average stay of five nights and an estimated daily expenditure of \$285 per person. The overall perception of the event was positive, with hospitality, safety, and organization standing out, although opportunities for improvement were identified in accessibility, connectivity, and service costs. This study represents the first systematic examination of sports tourism in Paraguay and provides empirical evidence on the economic and social impact of the WRC in emerging contexts, contributing to the international understanding of large-scale motorsports events and offering strategic insights for planning future editions.

Keywords: tourism; sports; economic and social development; transportation; perception

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO/ HOW TO CITE THIS ARTICLE

Amarilla, Silvia Liliana, Kazmirchuk, Natalia Elizabeth, Lugo, Eduarda Susana, Núñez, Vicente Eligio, Cuquejo, Yessica M^a Digna y Miranda, Juan Carlos (2026). Perfil, Comportamiento e Impactos de los visitantes al WRC Paraguay 2025 en Itapúa dentro del Turismo Deportivo en América Latina. *Rotur, Revista de Ocio y Turismo*, 20(2), 140-160. <https://doi.org/10.17979/rotur.2026.20.2.13275>

I. INTRODUCCIÓN

El Campeonato Mundial de Rally (WRC) es uno de los eventos deportivos internacionales más importantes del automovilismo, con etapas celebradas en diferentes países y con la capacidad de atraer entre 200.000 y 225.000 espectadores en algunas sedes europeas (Mackellar y Reis, 2013). Ello presume que ha pasado de ser una práctica recreativa para consolidarse como un fenómeno global que integra innovación tecnológica, espectáculo y desarrollo económico.

En este sentido, tales eventos representan una oportunidad estratégica para posicionar destinos en el mercado turístico global, generar impactos económicos significativos y potenciar la visibilidad internacional de las comunidades anfitrionas (Chersulich Tomino et al., 2020).

Desde su creación en 1973, el Campeonato Mundial de Rally ha transitado de sus raíces amateurs hacia un campeonato profesional de alcance global, con una estructura organizativa y mediática que refleja la creciente comercialización del automovilismo (Tickell et al., 2023).

Más allá de su dimensión deportiva, el WRC ha generado impactos significativos en los destinos anfitriones, impulsando el turismo, la economía y la proyección internacional de las comunidades locales (Chersulich Tomino et al., 2020). Sin embargo, la literatura académica evidencia una marcada concentración de estudios en contextos europeos, lo que contrasta con la escasa producción científica en América Latina.

En este contexto, la incorporación de Paraguay al calendario oficial del WRC en 2025, con sede en el departamento de Itapúa, constituyó la primera experiencia del país como anfitrión de una competición automovilística de alcance internacional. La masiva afluencia de público, estimada en más de 210.000 asistentes, puso en evidencia su potencial para dinamizar la economía regional y consolidar la oferta turística nacional (Comité Organizador WRC Paraguay, 2025).

El Rally del Paraguay 2025 se desarrolló del 28 al 31 de agosto en el departamento de Itapúa, constituyéndose en la primera ocasión en que el país formó parte del calendario oficial del Campeonato Mundial de Rally (WRC). El evento, que correspondió a la décima ronda de la temporada, tuvo como base la ciudad de Encarnación, incluyó 19 pruebas especiales sobre caminos de grava, totalizando 334,5 kilómetros cronometrados dentro de un itinerario de 951,6 kilómetros.

Los tramos se distribuyeron en diversas localidades como Cambyretá, Nueva Alborada, Capitán Miranda, Carmen del Paraná, Bella Vista y la Misión Jesuítica de Trinidad, sede de la Power Stage final (World Rally Championship, 2025).

Si bien el evento atrajo a más de 210.000 asistentes durante la semana de competencia, lo que evidencia su capacidad para dinamizar la economía regional y consolidar la oferta

turística nacional, la literatura especializada muestra una escasez de estudios empíricos en América Latina que permitan dimensionar los efectos concretos de este tipo de competencias sobre el turismo receptivo, la economía local y la percepción de los destinos.

La mayoría de las investigaciones se han concentrado en países desarrollados, particularmente en Europa, dejando un vacío respecto al análisis en contextos emergentes, donde las condiciones de infraestructura, cultura organizacional y dinámicas del turismo difieren sustancialmente.

En consecuencia, aunque el WRC Paraguay 2025 representa un hito para el país y una oportunidad de posicionamiento internacional, aún no se dispone de evidencia sistemática sobre el perfil de los visitantes, sus patrones de consumo y las percepciones asociadas al evento y al destino. Esta ausencia de información limita la posibilidad de evaluar con precisión el verdadero impacto del campeonato en la economía regional y en la consolidación de Paraguay como destino de turismo deportivo.

Por ello, el presente estudio tuvo como objetivo general analizar el impacto del WRC Paraguay 2025 en Itapúa, mediante el estudio del perfil sociodemográfico, socioeconómico y psicográfico de los asistentes, sus patrones de gasto turístico y sus percepciones sobre el evento y el destino, con el fin de aportar evidencia empírica para la gestión y planificación de futuros eventos internacionales en Paraguay.

Con este aporte, se pretende enriquecer el conocimiento científico en torno al turismo deportivo en América Latina y ofrecer insumos útiles para la planificación y gestión de futuros eventos internacionales en Paraguay.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Eventos Deportivos y Turismo

Los eventos deportivos han experimentado un notable crecimiento en los últimos años y se han consolidado como una parte dinámica y fundamental del mercado del turismo (Tadini et al., 2021). Estos eventos atraen a aficionados del deporte y generan impactos económicos, sociales y culturales en las localidades anfitrionas (Sastre et al., 2025).

Desde una perspectiva teórica, el turismo deportivo se ha conceptualizado de diversas maneras. Se ha generado un debate intenso durante las últimas dos décadas, avanzando en la clasificación de los distintos tipos de eventos deportivos (Tadini et al., 2021). En este marco, Gibson (2005) distingue tres categorías de turismo deportivo: el activo que es cuando el turista participa físicamente en actividades deportivas; el turismo de eventos donde el motivo principal es asistir como espectador a eventos; y el turismo de nostalgia que comprende visitas a museos deportivos y atracciones relacionadas con leyendas o hitos de la disciplina.

Estudios más recientes refuerzan la vigencia de esta clasificación, pero evidencian también una mayor complejidad en las motivaciones de los turistas deportivos. Por ejemplo, Rico et al. (2021) identifican en los espectadores de Fórmula 1 motivaciones que van más allá de presenciar la competencia, como la búsqueda de emoción, estatus social, experiencia o conocimiento del deporte.

De forma complementaria, la literatura reciente ha profundizado en el concepto de "legado de eventos deportivos", que se refiere a los beneficios duraderos que los eventos pueden aportar

a las comunidades anfitrionas (Liang et al., 2024). En esa misma línea, Getz y Page (2015), destacan que los eventos deportivos poseen la capacidad de generar beneficios directos en el turismo, incrementar la demanda de bienes y servicios y posicionar internacionalmente a los países anfitriones.

2.2. Automovilismo Deportivo

El automovilismo deportivo, en sus diversas modalidades como rallies y competencias de circuito, representa una faceta particular del turismo deportivo (Rico et al., 2021). Por su parte, Caldoncelli et al. (2021), señalan que este tipo de eventos atrae a un público altamente especializado, interesado no solo en la competencia, sino también en la cultura y el entorno del destino. Además, el automovilismo deportivo tiene el potencial de generar un impacto económico positivo, promoviendo la inversión en infraestructura y servicios turísticos.

Asimismo, O'Connor (2005), señala que el automovilismo constituye una subindustria de gran relevancia para muchas comunidades, ya que genera oportunidades económicas, sociales y culturales en los territorios que acogen este tipo de eventos. En la misma línea, Solberg (2007), advierte que los grandes eventos deportivos pueden influir en la demanda turística a largo plazo, siempre que las inversiones en infraestructura deportiva y urbana se inserten en un plan de desarrollo sostenido de la ciudad anfitriona. Además, muchos de los beneficios derivados de estos eventos pueden considerarse bienes públicos, lo que justifica la intervención y el financiamiento estatal.

Por otra parte, Yilmaz y Karadayi-Usta (2025), la resiliencia del turismo deportivo depende de la sostenibilidad ambiental, financiera y social, por encima incluso de la gestión de riesgos y la digitalización, lo que exige una coordinación efectiva entre los actores de la cadena de suministro para enfrentar interrupciones y garantizar un desarrollo sostenible.

En el ámbito de los deportes de motor, el automovilismo destaca como una disciplina de gran importancia, gracias al alto grado de profesionalización, su estructura organizativa rigurosa y su amplio impacto mediático. La Federación Internacional del Automóvil (FIA) actúa como autoridad reguladora global, supervisando cientos de competencias entre ellas la Fórmula 1 y el Campeonato Mundial de Rallies (WRC) y estableciendo estándares en seguridad, reglamentación técnica y competición (Belgaid, 2024).

En el marco de los deportes de motor, los rallies se constituyen en un eje estratégico porque integran el atractivo visual y la emoción de la competencia con un potencial significativo para dinamizar el turismo. Su desarrollo en tramos abiertos y accesibles, como carreteras, zonas rurales o montañosas, generan experiencias de contacto con el paisaje natural y las comunidades locales, que favorece la articulación entre el evento deportivo y la actividad turística, tanto en el plano interno como internacional (Ramos et al., 2025).

La creación del Campeonato Mundial de Rally (WRC), en 1973 impulsó su transformación de un deporte poco conocido a un espectáculo global, con 13 rallies en distintos países y más de 600 millones de espectadores anuales, marcado por procesos de profesionalización y comercialización (Naess, 2014). El estudio de (Kura, 2024) sobre el Campeonato Checo de Rally demuestra que estos eventos, pese a considerarse de menor escala en dicha zona, logran atraer hasta 250.000 visitantes en el caso del Barum Czech Rally Zlín. Los asistentes generan un impacto económico significativo a través del gasto en alojamiento y restauración, lo que

posiciona a los rallies como importantes atractivos turísticos, inmediatamente detrás de eventos deportivos de gran envergadura como el MotoGP o campeonatos mundiales de hockey.

En este contexto, la realización del WRC Paraguay 2025 adquiere particular relevancia, al situar al país en un circuito deportivo global, generar oportunidades de posicionamiento como destino turístico internacional y promover la diversificación de su oferta mediante el turismo deportivo.

2.3. Turismo, economía y reposicionamiento de destinos a través del WRC

Diversos estudios han demostrado que los campeonatos de rally, en particular el WRC, generan impactos económicos y turísticos significativos en las regiones anfitrionas. Hassan y O Connor (2009), destacan que la realización de etapas del WRC contribuye a dinamizar el turismo deportivo y a posicionar destinos en el mercado internacional. De manera similar, Mackellar y Reis (2013), evidenciaron que el campeonato ha fortalecido el tejido económico local a través de la llegada de visitantes, el gasto en alojamiento, transporte y restauración, así como la exposición mediática global de los territorios.

Más recientemente, Bazzanella et al. (2023), y Panagiotopoulos (2024), confirman que los eventos deportivos de motor funcionan como catalizadores para diversificar la oferta turística, reposicionar destinos y estimular modelos de desarrollo local vinculados al turismo deportivo.

2.4. Perfil y Comportamiento del Turista en Eventos de Automovilismo

Las investigaciones recientes sobre eventos deportivos han mostrado que los comportamientos de viaje de los participantes varían según el tipo de deporte y la motivación individual para asistir (Newland y Aicher, 2018).

En este sentido, los turistas deportivos son aquellas personas que participan en actividades deportivas durante sus vacaciones, pudiéndose clasificar en tres categorías:

- a. Participantes del evento: son aquellas personas que acuden para participar en un evento deportivo organizado (Caldoncellli et al., 2021).
- b. Espectadores del evento: son los asistentes a un evento deportivo organizado, y que también son considerados como visitantes (Aragón et al., 2021).
- c. Amantes del deporte: son los participantes en deportes “autoorganizados” (Gibson, 2005).

De esta categorización se desprende que los eventos automovilísticos, como el Rally Mundial, atraen a un número significativo de turistas, muchos de ellos con una capacidad adquisitiva elevada.

2.5. Satisfacción del consumidor e intenciones de volver

Según Dash (2024), la satisfacción de los visitantes en mega eventos deportivos está influida por factores ambientales, la conveniencia del lugar y la hospitalidad del país anfitrión. En esa línea, Mainolfi y Marino (2020), mencionan que el análisis del comportamiento turístico suele centrarse en las relaciones causales entre satisfacción, motivación y lealtad, considerándolos elementos esenciales para comprender los procesos de decisión.

Así mismo, Elahi et al. (2020), evidencian que la motivación y la participación influyen en la satisfacción de los turistas deportivos, y que la imagen del destino cumple un papel mediador importante que potencia conductas como el boca a boca positivo y la intención de regresar. Diversos autores sostienen que la intención de visitar o regresar a un destino está fuertemente influenciada por la imagen de marca, entendida como un constructo multidimensional que abarca tanto atributos físicos como intangibles, como la reputación, y que incide directamente en la conducta del turista (Hallmann et al., 2015; Jago et al., 2003; Chalip y Costa, 2005).

III. METODOLOGÍA

El presente estudio adoptó un diseño cuantitativo de carácter exploratorio, dado que el WRC Paraguay 2025 constituyó la primera edición de un evento de alcance mundial en el país y, en consecuencia, un fenómeno poco investigado en el contexto nacional. Los estudios exploratorios permiten generar una primera aproximación sistemática a fenómenos novedosos, identificando variables relevantes y tendencias iniciales (Hernández et al., 2014).

El objetivo fue caracterizar el perfil sociodemográfico, el comportamiento de viaje, el gasto turístico y la percepción de los visitantes, así como dimensionar el impacto económico y social en el departamento de Itapúa.

3.1 Diseño muestral

La población del estudio estuvo conformada por los espectadores del WRC Paraguay 2025. Al momento de diseñar la muestra —semanas antes del evento— no existía un registro oficial de asistencia, dado que se trataba de la primera edición del campeonato en el país y no había series históricas locales de referencia. Para dimensionar la población y justificar el tamaño muestral se tomó como referencia la convocatoria observada en otras sedes del calendario WRC, que oscila entre 150.000 espectadores en sedes de reciente incorporación y más de 900.000 en rondas de mayor tradición como Portugal o Argentina. Dado que en cualquiera de esos escenarios la población supera ampliamente el umbral a partir del cual se la considera estadísticamente "grande" ($N > 100.000$), se aplicó la fórmula de cálculo muestral para poblaciones infinitas o desconocidas (Cochran, 1977), que no exige un valor exacto de N :

$$n = (Z^2 \cdot p \cdot q) / e^2$$

Con $Z = 2,576$ (confianza del 99%), $p = q = 0,5$ (máxima varianza, criterio conservador al no contar con estudios previos) y $e = 0,03$ (margen de error $\pm 3\%$), se obtiene un tamaño mínimo de 1.843 casos, cifra que se redondeó a 2.000 encuestas para prever formularios incompletos o inválidos. La cifra de más de 210.000 asistentes confirmada posteriormente por el Comité Organizador validó a posteriori el supuesto de gran tamaño poblacional adoptado en el diseño original.

Se empleó un muestreo probabilístico estratificado por localización, criterio recomendado para aumentar la precisión de las estimaciones y garantizar la representatividad de subgrupos de interés (Cochran, 1977; Lohr, 2019). Los estratos corresponden a los diferentes tramos del WRC Paraguay 2025 y a los espacios de congregación de público, seleccionados en base a la información oficial de la organización. Todos los tramos fueron incluidos, excepto el de Artigas, debido a su lejanía.

El WRC Paraguay 2025 contempló nueve tramos de competencia, distribuidos en tres etapas: Cambyretá, Nueva Alborada, Yerbatera y Autódromo (viernes); Carmen del Paraná, Artigas y Cantera (sábado); Bella Vista y Misión Jesuítica Trinidad (domingo). A estos se sumaron los espacios de congregación pública en la ciudad de Encarnación (Fan Zone y actividades nocturnas complementarias). Excluido el tramo de Artigas, el diseño muestral quedó conformado por 8 estratos correspondientes a tramos de competencia más 1 estrato correspondiente a los espacios de congregación en Encarnación (9 estratos en total).

3.1.1. Criterios de exclusión.

Dentro de cada estrato, los participantes fueron seleccionados aleatoriamente, excluyendo a los residentes de Itapúa, con el fin de focalizar el análisis en turistas y excursionistas, en línea con las recomendaciones de la Organización Mundial de Turismo (2008), para estudios de impacto. Para identificar y evitar encuestar a un residente itapuense se procedió primeramente a consultar su residencia como pregunta inicial de filtro fuera de la encuesta. Bajo el supuesto de que cada visitante viajó en un grupo promedio de seis integrantes, los resultados permiten inferir el comportamiento de aproximadamente 12.000 asistentes.

3.2 Instrumento de recolección de datos

La técnica de recolección de datos utilizada fue la encuesta presencial estructurada, aplicada individualmente a los asistentes en los puntos de mayor concentración. Según Babbie (2021), la encuesta es una de las técnicas más eficaces para obtener información estandarizada en estudios sociales de gran escala.

El instrumento consistió en un cuestionario diseñado para la evaluación del perfil y comportamiento de los visitantes, fue propuesto por los autores tras un proceso de revisión de literatura especializada en estudios turísticos y de eventos deportivos internacionales. Este proceso permitió garantizar la validez de contenido y la pertinencia de los ítems, así como la confiabilidad mínima requerida para su aplicación en campo.

El instrumento final quedó constituido por 25 preguntas distribuidas en siete dimensiones analíticas:

- (1) Perfil sociodemográfico (nacionalidad, edad, ocupación, lugar de origen).
- (2) Organización del viaje (acompañantes, tipo de grupo).
- (3) Transporte utilizado.
- (4) Estancia (tipo de alojamiento, número de noches, lugar de hospedaje).
- (5) Gasto estimado en diferentes rubros.
- (6) Percepción del evento (seguridad, limpieza, accesibilidad, hospitalidad, conectividad)
- (7) Percepción del destino (imagen de Encarnación y de Paraguay).

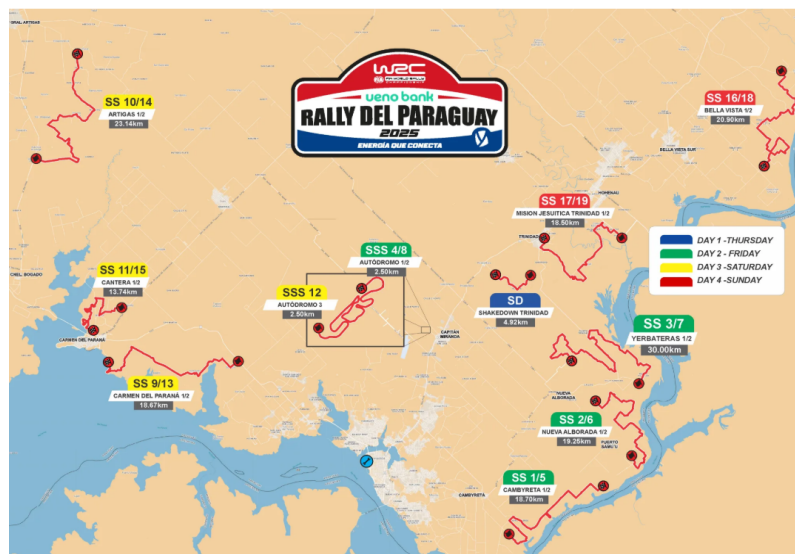
El instrumento fue sometido a prueba piloto, ajustado tras su validación y aplicado en español e inglés según la distinción del encuestado.

3.3 Procedimiento de aplicación

La recolección de datos se realizó durante cinco días: un día previo al inicio (shakedown), el día del shakedown y los tres días de competencia. Las encuestas fueron administradas de manera presencial en los tramos oficiales (Figura 1) durante horas previas al inicio de la

competencia, y en el turno noche en la ciudad de Encarnación, especialmente en la Fan Zone y en eventos complementarios.

Figura 1. Tramos de carrera WRC Paraguay 2025



Nota. Adaptado de Tramos de carrera (acceso libre) [Mapa], por Rally del Paraguay, 2025, Rally del Paraguay (<https://rallydelparaguay.com/>)

El operativo de campo estuvo a cargo de docentes y estudiantes de la Universidad Nacional de Itapúa, previamente capacitados quienes se desempeñaron como encuestadores y supervisores, en el caso de los docentes. Así mismo el proceso de diseño del instrumento y su aplicación estuvo acompañado por un equipo técnico de la Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR). La duración promedio de la encuesta fue de 8 a 10 minutos. Los idiomas de aplicación fueron español e inglés, de acuerdo con la nacionalidad del encuestado.

3.4 Consideraciones éticas

Todos los participantes otorgaron su consentimiento informado antes de responder la encuesta, asegurándose la confidencialidad y el anonimato de la información. Debido a la naturaleza descriptiva y no experimental del estudio, no se requirió aprobación por un comité de ética institucional.

3.5 Procesamiento y análisis de datos

Los datos fueron procesados mediante IBM SPSS Statistics, versión 2025 y Microsoft Power BI. Se aplicaron estadísticos descriptivos (frecuencias, medias, porcentajes) y procedimientos de extrapolación, de acuerdo con lo sugerido por Field (2024), respecto a la combinación de análisis descriptivo y visualización interactiva para favorecer la interpretación de resultados en estudios aplicados.

3.6 Limitaciones del estudio

Las principales limitaciones fueron el posible sesgo de no respuesta, sesgo de recuerdo en gastos y la exclusión de residentes locales y turistas en otros departamentos. La organización y el desarrollo del WRC Paraguay 2025 permitieron observar efectos relevantes en el territorio. En el ámbito económico-turístico se registró una alta ocupación hotelera, incremento en la

demanda de gastronomía y transporte, así como un flujo sostenido de visitantes nacionales y extranjeros.

IV. RESULTADOS

4.1 Perfil Sociodemográfico

Se ha identificado que el perfil sociodemográfico de los asistentes al WRC 2025 en Paraguay estuvo compuesto mayoritariamente por residentes locales (65%), seguidos de visitantes provenientes de Argentina (17%) y Brasil (6%). En términos de edad, predominó el segmento de adultos jóvenes y de mediana edad, especialmente entre los 25 y 44 años (61%). En cuanto a la ocupación, destacó la presencia de profesionales independientes (26%) y comerciantes o trabajadores por cuenta propia (18%), seguidos por empleados del sector privado (19%) y emprendedores (14%). Asimismo, sólo el 17% declaró visitar Paraguay por primera vez, lo que evidencia un público recurrente y familiarizado con el destino (Tabla 1).

Tabla 1. Perfil Sociodemográfico de encuestados asistentes al WRC Paraguay 2025

Variables	N= 2000	%
País de Residencia		
Argentina	347	17%
Bolivia	48	2%
Brasil	110	6%
Paraguay	1301	65%
Uruguay	60	3%
Otros	134	7%
Edad		
Menos de 18	28	1%
18 a 24	173	9%
25 a 34	581	29%
35 a 44	632	32%
45 a 54	360	18%
55 o mas	226	11%
Ocupación		
Estudiante	157	8%
Empleado del sector público	180	9%
Empleado del sector privado	384	19%
Empresario/a o emprendedor/a	275	14%
Profesional independiente (abogado/a, médico/a) arquitecto/a, etc.)	521	26%
Comerciante o trabajador/a por cuenta propia	365	18%
Jubilado/a o pensionado/a	78	4%
Otros	40	2%
Primera Visita a Paraguay		
Si	345	17%
No	1655	83%

Nota. *Elaboración propia en base a encuestas durante el WRC Paraguay 2025 (Observatorio de Turismo – SENATUR - Observatorio Económico y Social – FaCEA/UNI)*

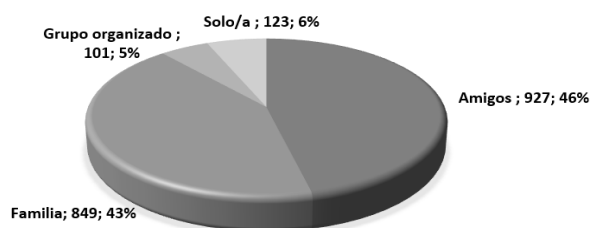
4.2 Organización del Viaje y medios de transporte

La asistencia al WRC Paraguay 2025 estuvo marcada por un fuerte componente colectivo. Tal como se observa en la Figura 2, la mayoría de los asistentes viajó acompañada de amigos (46%) o de familiares (43%), mientras que en menor medida lo hicieron de forma individual (7%) o mediante grupos organizados (5%). Este patrón evidencia que el rally constituye una experiencia social compartida, más que una práctica individual, con un promedio de seis personas por grupo.

En relación con el traslado, la Figura 3 muestra que los visitantes extranjeros utilizaron principalmente el vehículo particular (64%), seguido del avión (27%). El uso del ómnibus (9%) y la motocicleta (1%) resultó marginal, en tanto que no se registraron viajes en tren, lo cual refleja la limitada infraestructura ferroviaria en el país. Estos resultados permiten dimensionar la relevancia del transporte terrestre privado y la conectividad aérea como principales vías de acceso al destino.

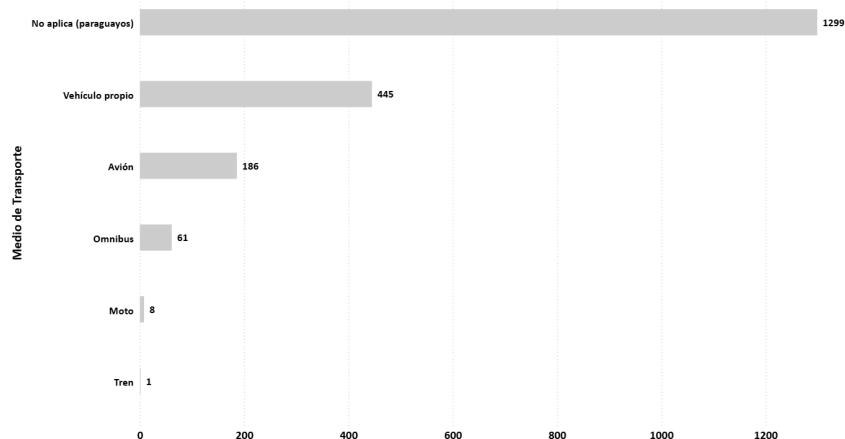
En conjunto, la organización del viaje y los medios de transporte empleados evidencian la importancia de la accesibilidad y de la experiencia grupal en el turismo deportivo, factores determinantes para la planificación de futuros eventos internacionales.

Figura 2. Forma de organización del viaje de los asistentes al WRC Paraguay 2025



Nota. *Elaboración propia en base a encuestas durante el WRC Paraguay 2025 (Observatorio de Turismo – SENATUR - Observatorio Económico y Social – FaCEA/UNI)*

Figura 3. Medio de transporte para llegar al país en el caso de extranjeros



Nota. *Elaboración propia en base a encuestas durante el WRC Paraguay 2025 (Observatorio de Turismo – SENATUR - Observatorio Económico y Social – FaCEA/UNI)*

4.3 Patrones de estadía y hospedaje en el WRC Paraguay 2025

La estadía de los asistentes al WRC Paraguay 2025 se caracterizó por una permanencia promedio de 5 noches, lo que evidencia una alta capacidad de retención turística en el destino. En cuanto al alojamiento, predominó el uso de hoteles (32%) y posadas turísticas (28%), mientras que un segmento importante optó por casas de familiares y amigos (20%).

La elección de la ciudad de Encarnación como lugar principal de hospedaje (71%) confirma su rol como centro estratégico de servicios y como base de operaciones para los desplazamientos hacia los tramos de competencia (Tabla 2). Así también los turistas han manifestado aprovechar el evento para conocer por lo menos otras tres ciudades turísticas durante su participación en el rally.

Tabla 2. Tipo de alojamiento y promedio de días de estadía de los asistentes encuestados durante WRC Paraguay 2025

Tipo de Alojamiento	% Uso	Días promedio
Casa o departamento alquilado	25%	5
Casa de familiar/amigo	15%	5
Posadas	9%	4
Camping	20%	4
Casa Rodante	2%	6
Hotel	26%	5
Otros	3%	6

Nota. *Elaboración propia en base a encuestas durante el WRC Paraguay 2025 (Observatorio de Turismo – SENATUR - Observatorio Económico y Social – FaCEA/UNI)*

4.4. Gasto estimado y patrones de consumo de los visitantes

El análisis del gasto de los asistentes al WRC Paraguay 2025 permite dimensionar el impacto económico directo y las dinámicas de consumo de los turistas. En promedio, el gasto diario por persona ascendió a 285 dólares, lo que equivale a 1.425 dólares por visitante considerando una estadía promedio de 5 noches.

En cuanto a la moneda utilizada, predominó el guaraní (77%), seguido por el dólar estadounidense (15%), con menor presencia del peso argentino (6%) y el real brasileño (2%). Este comportamiento muestra la relevancia de la moneda local en las transacciones y el limitado uso de divisas extranjeras.

Respecto a los medios de pago, la mayoría de los encuestados manifestó utilizar una combinación de efectivo y tarjeta (59%), mientras que un 19% afirma usar todos los métodos disponibles. El uso exclusivo de tarjetas de crédito se situó en 12%, y un 5% declaró que los gastos fueron cubiertos por la organización.

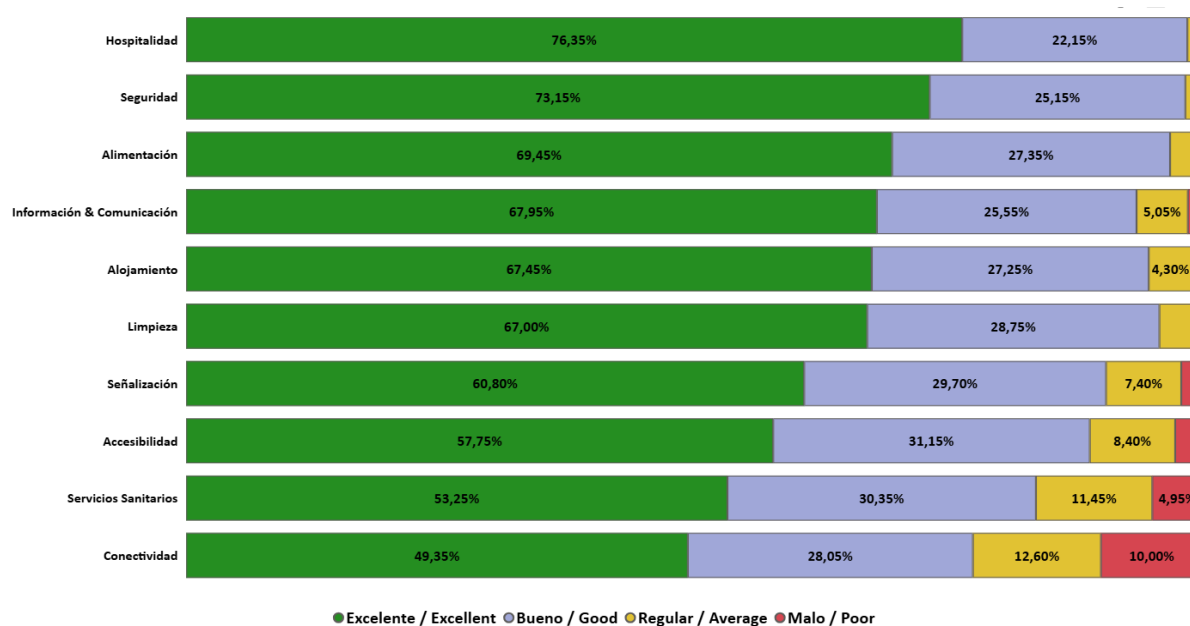
Estos resultados muestran la preferencia de los visitantes por medios de pago mixtos y la centralidad del guaraní como moneda predominante, lo que constituye información útil para la planificación y la oferta de servicios turísticos y financieros.

4.5 Percepción del Evento

El análisis de la percepción de los asistentes al WRC Paraguay 2025 abarca tanto la experiencia general como la evaluación de distintos aspectos de la organización. Se identificaron fortalezas y áreas de mejora en la gestión del evento, considerando dimensiones como seguridad, limpieza, señalización, accesibilidad, conectividad, alojamiento, alimentación, hospitalidad e información.

Como resultado, se encontró que la mayoría de los encuestados reportó una experiencia positiva en términos generales, destacando la hospitalidad y el ambiente vivido durante la competencia. En cuanto a la organización del evento, la valoración también fue favorable, aunque se señalaron oportunidades de mejora en servicios complementarios como conectividad, señalización y accesibilidad.

La calificación de los distintos aspectos de la organización (Figura 3) refleja una tendencia



heterogénea: mientras la hospitalidad (76,9%), la seguridad (75,8%) y la alimentación (72,3%) recibieron los puntajes más altos, otros elementos como la accesibilidad (58,1%), los servicios sanitarios (53,2%) y la conectividad (45,0%) obtuvieron valoraciones más bajas.

Figura 4. Calificación de los aspectos de la organización del WRC Paraguay 2025

Nota. Elaboración propia en base a encuestas durante el WRC Paraguay 2025 (Observatorio de Turismo – SENATUR - Observatorio Económico y Social – FaCEA/UNI)

Si bien la percepción global del evento fue mayoritariamente positiva, existen áreas que requieren atención prioritaria para futuras ediciones.

La satisfacción de los visitantes contribuye a la consolidación de Paraguay como destino para competencias deportivas internacionales, pero al mismo tiempo señala los aspectos que deben ser fortalecidos para garantizar una experiencia más satisfactoria (Figura 4).

4.6 Aspectos a mejorar de Paraguay como destino turístico

La encuesta aplicada durante el WRC Paraguay 2025 refleja una percepción mayoritariamente positiva hacia el país como destino turístico, de los 2.000 encuestados, 32,8% (485 personas) no identificó ningún aspecto a mejorar. Sin embargo, entre quienes sí brindaron recomendaciones, emergieron áreas prioritarias de atención vinculadas con la competitividad del destino.

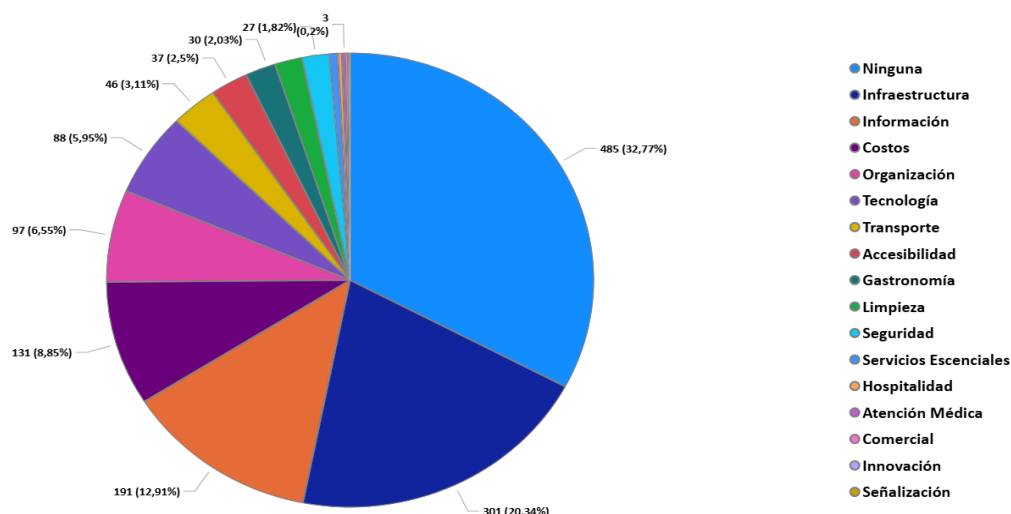
Las menciones más frecuentes apuntaron a la necesidad de mejorar la infraestructura en los tramos de competencia y de fortalecer los servicios de apoyo para los visitantes. También se destacó la importancia de contar con información turística clara y accesible, lo que incluye señalización, promoción y recursos que orienten al viajero durante su estadía.

Otro aspecto señalado fue la percepción de costos elevados en servicios como hotelería, estacionamiento, acceso a los tramos de competencia y gastronomía en zonas céntricas, lo que representa un desafío frente a otros destinos de la región.

En un segundo plano aparecen observaciones relacionadas con la movilidad y accesibilidad, así como la necesidad de incorporar soluciones tecnológicas que modernicen la experiencia del visitante. También se mencionaron aspectos de limpieza (mayor cantidad de basureros) y seguridad, que, aunque menos frecuentes, inciden en la valoración global del destino.

En la Figura 5 se presentan los principales aspectos identificados como oportunidades de mejora, destacando especialmente la infraestructura, los costos y la disponibilidad de información como los elementos más mencionados por los encuestados.

Abordar estas áreas permitirá mejorar la experiencia inmediata del turista y consolidar la imagen del país como un destino competitivo y de calidad en el mercado regional e internacional.

Figura 5. Aspectos que consideran a mejorar de Paraguay como destino turístico

Nota. Elaboración propia en base a encuestas durante el WRC Paraguay 2025 (Observatorio de Turismo – SENATUR - Observatorio Económico y Social – FaCEA/UNI)

V. DISCUSIÓN

La asistencia masiva al WRC Paraguay 2025, con más de 210.000 personas durante la semana del evento, confirma la capacidad del país para organizar un evento de alcance mundial y su potencial como destino turístico deportivo. Este nivel de convocatoria es consistente con lo observado en otros eventos internacionales de automovilismo, donde la presencia de público extranjero y local constituye un motor para la generación de impactos económicos y la proyección internacional del destino (Tadini et al., 2021; Kura, 2024). De manera similar, en el Barum Czech Rally Zlín, que logró atraer 250.000 visitantes, el caso del WRC Paraguay 2025 demuestra que los rallies se ubican en un nivel de atractivo inmediatamente detrás de mega eventos como la Fórmula 1 o el MotoGP (Naess, 2014; Rico et al., 2021).

En relación con el perfil sociodemográfico de los asistentes mostró predominancia de turistas jóvenes, adultos, familias y grupos mixtos de seis personas en promedio, lo que coincide con investigaciones que señalan la diversidad de participantes como un indicador del atractivo turístico y la segmentación de mercado en eventos deportivos (Caldoncelli et al., 2021; Aragonés et al., 2021). Así mismo la heterogeneidad refleja lo señalado por Gibson (2005), sobre la coexistencia de distintas formas de turismo deportivo, el activo, el de eventos y el de nostalgia, categorías aún vigentes en la actualidad (Rico et al., 2021). Por ello, las estrategias de marketing y comunicación para futuros eventos deben orientarse a diferentes perfiles de visitantes, optimizando la oferta de servicios acorde a las necesidades de cada segmento (Guizado et al., 2023; Mainolfi y Marino, 2020).

Por otra parte, el análisis del comportamiento de viaje evidenció que la mayoría de los visitantes provenía de otras regiones de Paraguay y de países vecinos, confirmando el alcance regional del evento y su capacidad para dinamizar el turismo receptivo. Este hallazgo coincide con lo señalado por Hassan y O'Connor (2009); Mackellar y Reis (2013), quienes sostienen

que los campeonatos de rally refuerzan el tejido económico local mediante la atracción de visitantes y su gasto en servicios turísticos. A su vez, estudios recientes sostienen que este tipo de eventos contribuye a diversificar la oferta y posicionar destinos en el mercado internacional (Bazzanella et al., 2023; Panagiotopoulos, 2024).

En lo referente al gasto turístico, los visitantes registraron un desembolso promedio de 285 dólares diarios por persona, equivalente a 1.425 dólares considerando la estadía media de cinco noches. Este nivel de consumo se concentró principalmente en alojamiento, alimentación y movilidad hacia los tramos de competencia, generando un impacto económico significativo en Itapúa. Tales hallazgos se alinean con lo señalado por Chersulich Tomino et al. (2020); Mackellar y Reis (2013), quienes destacan que los mega eventos deportivos pueden constituir un instrumento eficaz para dinamizar la economía en destinos emergentes y consolidan lo expuesto por O'Connor (2005), Sastre et al., (2025), respecto al automovilismo como una subindustria capaz de generar oportunidades económicas, sociales y culturales en las comunidades anfitrionas.

En cuanto a la percepción del evento y del destino fue mayoritariamente positiva, destacando aspectos como seguridad, limpieza, hospitalidad y organización de los tramos. Sin embargo, se identificaron oportunidades de mejora en señalización, accesibilidad y servicios complementarios en zonas más alejadas, lo cual coincide con lo señalado por Caldoncelli et al. (2021) sobre la necesidad de fortalecer la infraestructura en destinos emergentes. Esta perspectiva es coherente con lo planteado por Dash (2024), quien destaca que factores ambientales y de conveniencia influyen directamente en la satisfacción del visitante, y con lo indicado por Elahi et al. (2020), quienes subrayan el rol de la imagen del destino en la intención de regresar.

De manera complementaria, la concentración de público en ciertos tramos refleja la necesidad de planificar la distribución geográfica de actividades y puntos de interés para optimizar la experiencia y minimizar riesgos. Esto indica que, aunque la atracción masiva es un logro, la gestión estratégica del flujo de turistas sigue siendo un desafío importante en contextos donde la infraestructura es limitada (Ramos-Ruiz et al., 2025). Además, al considerar la resiliencia del turismo deportivo, resulta fundamental integrar dimensiones de sostenibilidad ambiental, financiera y social, por encima incluso de la digitalización, como plantean Yilmaz y Karadayi-Usta (2025).

Asimismo, los resultados confirman la relevancia del legado de los eventos deportivos, entendido como los beneficios duraderos en las comunidades anfitrionas (Liang et al., 2024), en concordancia con lo planteado por Solberg (2007), quién sostiene que, aunque los eventos deportivos pueden fortalecer la proyección turística de un destino, el verdadero desafío radica en que los beneficios superen los costos de inversión y se traduzcan en mejoras estructurales perdurables para la comunidad local.

No obstante, la limitada disponibilidad de estudios previos en América Latina limita el diseño de políticas públicas basadas en evidencia (Chersulich Tomino et al., 2020). En este sentido, los datos presentados sobre patrones de viaje, gasto y percepción aportan insumos valiosos para planificar futuros eventos y fortalecer el turismo deportivo en Paraguay.

Por añadidura, el evento generó una amplia cobertura de prensa nacional e internacional, proyectando la imagen de Encarnación e Itapúa como destinos turísticos accesibles y con

gran capacidad de ampliar estos efectos positivos, consolidar infraestructura, atraer inversiones y fortalecer la imagen país.

Los resultados evidencian que el WRC Paraguay 2025 aportó significativamente al fortalecimiento del deporte motor en el país, así como también al posicionamiento de Paraguay como un destino turístico de alcance internacional, al tiempo que generó un impacto económico relevante en la región de Itapúa.

Como señalan Getz y Page (2015), los eventos deportivos poseen la capacidad de incrementar la demanda turística y proyectar internacionalmente a los países anfitriones. Considerando los tramos desarrollados en localidades con patrimonio cultural y atractivo natural, se aprecia que articularon el automovilismo con propuestas complementarias de recreación y cultura, fortaleciendo la percepción de Itapúa como un destino apto para turismo de eventos de gran escala.

De este modo, con mejoras en infraestructura, logística y promoción, el país puede consolidarse como sede regular de eventos automovilísticos, replicando modelos exitosos de Europa y otros continentes (WRC, 2025; Reis, 2013). En consecuencia, la integración de estrategias de gestión turística, comunicación y servicios complementarios será fundamental para maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales en futuras ediciones. Por ello como se mencionaba al inicio de este artículo, tal como lo señalan Salgado et al. (2015), este tipo de investigaciones, además de su aporte académico, posee una dimensión práctica relevante, al contribuir con información que puede propiciar la optimización de la gestión de eventos e infraestructuras deportivas a través de un uso eficiente de los recursos públicos, con impactos positivos para la comunidad.

VI. CONCLUSIONES

El estudio del WRC Paraguay 2025 permitió caracterizar de manera integral el perfil, el comportamiento y las percepciones de los asistentes, ofreciendo una primera aproximación sistemática al turismo deportivo en el país. Los hallazgos revelaron que el público estuvo conformado principalmente por visitantes nacionales y regionales, en su mayoría jóvenes y adultos de mediana edad que viajaban en grupos familiares o de amigos.

La estadía promedio de cinco noches y un gasto diario estimado de 285 dólares por persona reflejan un impacto económico significativo para la economía local, consolidando al evento como un motor de dinamización turística en la región de Itapúa.

En cuanto a la valoración cualitativa, los asistentes destacaron la hospitalidad, la seguridad y la organización del evento como fortalezas, lo que refuerza la capacidad de Paraguay para posicionarse como destino de eventos deportivos internacionales. Sin embargo, también se identificaron debilidades en aspectos relacionados con la accesibilidad, la conectividad y los costos de los servicios turísticos, lo que plantea desafíos inmediatos para garantizar una experiencia más satisfactoria y competitiva en futuras ediciones.

Desde la perspectiva académica, este trabajo contribuye a cubrir un vacío en la literatura sobre turismo deportivo en América Latina, al generar evidencia empírica en un contexto poco explorado por investigaciones previas. A su vez, los resultados respaldan la necesidad de continuar estudiando los efectos sociales, culturales y ambientales de este tipo de competiciones, para lograr una visión más holística de sus impactos.

En el plano práctico, los hallazgos constituyen una herramienta de apoyo para diseñar estrategias de gestión turística y de desarrollo territorial que capitalicen los beneficios de los eventos internacionales. La información sobre el perfil del visitante y sus patrones de consumo puede servir de base para el diseño de productos turísticos complementarios, campañas de promoción específicas y mejoras en infraestructura y servicios.

Cabe reconocer, no obstante, algunas limitaciones del estudio relacionados al posible sesgo de no respuesta, el sesgo de recuerdo en la estimación de gastos y la exclusión de residentes locales y de turistas de otros departamentos; que acotan el alcance de las estimaciones y deben considerarse al interpretar los resultados.

La experiencia del WRC Paraguay 2025 abre la oportunidad de consolidar al país dentro del circuito internacional del automovilismo y de otros deportes de alto impacto. De esta forma, resulta imprescindible fortalecer la planificación interinstitucional, fomentar la cooperación público-privada y garantizar políticas orientadas a la sostenibilidad.

En este sentido, futuras investigaciones podrían profundizar en la medición de impactos económicos de largo plazo, en el análisis de la percepción de las comunidades locales y en la comparación con experiencias de otros países de la región, contribuyendo así a un mejor aprovechamiento del turismo deportivo como estrategia de desarrollo integral.

Autoría del trabajo

Conceptualización, (N.E.K.K.); metodología, (S.L.A.); adquisición de datos, (S.L.R.); análisis e interpretación, (J.C.M); redacción, (Y.M.D.C.V.); revisión y edición, (V.E.N.V.). El autor ha leído y está de acuerdo con la versión publicada del manuscrito.

Agradecimientos

Este artículo es resultado de una investigación que ha sido posible gracias al apoyo de la Secretaria Nacional de Turismo (SENATUR) y el Observatorio Turístico.

VII. BIBLIOGRAFÍA

Aragonés Jericó, Cristina, Küster Boluda, Inés y Vila López, Natalia (2021). Segmentación del turista deportivo: el caso del espectador de la Fórmula 1. *Investigaciones Turísticas*, 182-204. <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.21.9>

Babbie, Earl. R. (2021). *The practice of social research (15th ed.)*. Cengage.

Bazzanella, Filippo, Schnitzer, Martin, Peters, Mike y Bichler, Bernhard Fabial (2023). The role of sports events in developing tourism destinations: a systematized review and future research agenda. *Revista de Deporte y Turismo*, 77-109. <https://doi.org/10.1080/14775085.2023.2186925>

Belgaid, Abdelghani (2024). Statistical analysis of the impact of FIA regulations on safety, racing dynamics, and spectacle in Formula 1. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2410.11375>

Caldoncelli Franco, Frederico Souzalima, Ferreira Junior, João Batista, De Barros Monteiro, António Miguel, Silva Bittencourt, Rogério, Andrade, De Freitas Andrade, Julia y Dos Santos Bento, Willian (2021). Comparison of rally times and action effectiveness between professional volleyball and school sub-19. *Motricidade*, 17(2), 119–128. <https://doi.org/10.6063/motricidade.19747>

Chalip, Laurence y Costa, Carla A. (2005). Sport event tourism and the destination brand: Towards a general theory. *Sport in Society*, 8(2), 218–237. <https://doi.org/10.1080/17430430500108579>

Chersulich Tomino, Ana, Perić, Marko, y Wise, Nicholas (2020). Assessing and Considering the Wider Impacts of Sport-Tourism Events: A Research Agenda Review of Sustainability and Strategic Planning Elements. *Sustainability*, 12(11), 4473. <https://doi.org/10.3390/su12114473>

Cochran, William (1977). *Sampling Techniques*. <https://educationexclusive.com/upload/pdf/Sampling%20Techniques-William%20G.%20Cochran.pdf>

Dash, Ajitabh (2024). Explorando la satisfacción de los visitantes y la intención de recomendación en megaeventos deportivos utilizando el modelo SOR con la hospitalidad del país anfitrión como moderador. *Managing Sport and Leisure*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/23750472.2024.2424832>

Elahi, Alireza, Moradi, Erfan y Saffari, Marjan (2020). Antecedentes y consecuencias de la satisfacción de los turistas en eventos deportivos: papel mediador de la imagen del destino. *Revista de Turismo de Convenciones y Eventos*, 123–154. <https://doi.org/10.1080/15470148.2020.1731726>

Field, Andy (2024). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics (6a ed.)*. SAGE Publications.

Getz, Donald, y Page, Stephen J. (2015). Progress and prospects for event tourism research. 52, *Tourism Management*, 593–631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>

Gibson, Heather (2005). Sport Tourism: Concepts and Theories. An Introduction. *port in Society*. <https://doi.org/10.1080/17430430500101996>

Guizado-Toscano, Erick Daniel, Castro-Analuiza, Juan Carlos y Medina-Chicaiza, Patricio (2023). Marketing. *INNOVA Research*, 8(1), 68–88. <https://doi.org/10.33890/innova.v8.n1.2023.2200>

Hallmann, Kirstin, Zehrer, Anita y Müller, Sabine (2015). Perceived destination image: An image model for a winter sports destination and Its effect on intention to revisit. *Journal of Travel Research*, 54(1), 94–106. <https://doi.org/10.1177/0047287513513161>

Hassan, David y O Connor, Sean (2009). The socio-economic impact of the FIA World Rally Championship 2007. *Cultures, Commerce, Media, Politics*. <https://doi.org/10.1080/17430430902944134>

Hernández Sampieri, Roberto (2014). *Metodología de la investigación (6a ed.)*. McGraw-Hill / Interamericana Editores.

Jago, Leo, Chalip, Laurence, Brown, Graham, Mules, Trevor y Ali, Shameem (2003). Building events into destination branding: Insights from experts. *Event Management*, 8(1), 3-14. <https://doi.org/10.3727/152599503108751658>

Kura, Jakub (2024). Regionalization and analysis of rally event visitors: A case study of Czech Rally Championship events. *AUC GEOGRAPHICA*. <https://doi.org/10.14712/23361980.2024.13>

Liang, Xiao, Quinton, Mary, Van Zanten, Jet, Veldhuijzen, Duan, Zhaoyu, Carter, Barnaby Zoob, Heyes, Andrew, Alharbi, Abdullah y Chen, Shushu (2024). Legados e impactos de los grandes eventos deportivos para comunidades e individuos de entornos desfavorecidos: una revisión sistemática. *Igualdad, Diversidad e Inclusión: Una Revista Internacional 2024*. <https://doi.org/10.1108/EDI-02-2024-0058>

Lohr, Sharon L. (2019). *Sampling: Design and Analysis* (Segunda Edición ed.). Chapman y Hall/CRC. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.1201/9780429296284/sampling-sharon-lohr>

Mackellar, Joanne y Reis, Arianne C. (2013). World Rally Championships 2009 and 2011: Assessing the tourism value in Australia. *Journal of Vacation Marketing*. <https://doi.org/10.1177/1356766713484728>

Mainolfi, Giada y Marino, Vittoria (2020). Creencias del destino, satisfacción del evento y receptividad del producto posterior a la visita en el marketing de eventos. Resultados de una experiencia turística. *Revista de Investigación Empresarial*, 699-710. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.03.001>

Naess, Hans Erik (2014). *A sociology of the world rally championship. History, identity, memories and place*. https://www.google.com.py/books/edition/A_Sociology_of_the_World_Rally_Champions/jXi0BAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=A+Sociology+of+the+World+Rally+Championship&printsec=frontcover

Newland, Brianna L. y Aicher, Thomas J. (2018). Exploring sport participants' event and destination choices. *Journal of Sport & Tourism*, 22(2), 131-149. <https://doi.org/10.1080/14775085.2018.1436464>

O'Connor, Sean (2005). *The marketing strategy for the World Rally Championship* (Vol. 6). International Journal of Sports Marketing and Sponsorship. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-06-04-2005-B007>

Organización Mundial de Turismo (2008). International Recommendations for Tourism Statistics. <https://unstats.un.org/unsd/trade/IRTS/IRTS%202008%20unedited.pdf>

Panagiotopoulos, Panagiotis (2024). Sports Mega Events: Impact to Inbound Tourism, Motorsport in Four Countries Vs Olympic Games in the Case of Greece. *Internacional Journal of Multidisciplinary and Analysis*. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v7-i09-17>

Rally del Paraguay (2025). *Campeonato Mundial de Rally (WRC) Sedes Paraguay*. Rally del Paraguay: <https://rallydelparaguay.com/sedes/>

Ramos-Ruiz, José E, Jiménez-Manchado, Inmaculada, Fernández, Marianys y Rivera-Mateos, Manuel (2025). Agrupando la percepción y el apoyo de los residentes al turismo urbano de rally: el rally de Sierra Morena en Córdoba, España. *RePEc: Research Papers in Economics*, 15, 1-19. <https://ideas.repec.org/a/gam/jsocx/v15y2025i4p81-d1621419.html>

Rico Bouza, Cristina, Araújo Vila, Noelia y Fraiz Brea, Jose Antonio (2021). Aproximación al perfil sociodemográfico y comportamiento del asistente a rallies. *Investigaciones Turísticas*, pp. 377-404. <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.22.16>

Salgado-Barandela, Jesyca, Barajas, Angel y Sánchez-Fernández, Patricio (2015). Impacto económico del deporte: tema de interés creciente en la literatura científica / Economic Impact of Sport: Topic of. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la*, 729-755. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6375565>

Sastre Alberti, Francisco, Rey-Maqueira, Javier y Lozano, Javier (2025). Tourism seasonality and public policy: an exploratory analysis - lessons from Mallorca, Spain. *Investigaciones Turísticas*, (30), pp. 74-91. <https://doi.org/10.14198/INTURI.27984>

Solberg, Harry Arne y Preuss, Holger (2020). Major sport events and long-term tourism impacts. *Human Kinetics*, 213-234. <https://doi.org/10.1123/jsm.21.2.213>

Tadini, Rodrigo, Gauna Ruíz de León, Carlos, Gandara, José Manoel y Sacramento Pereira, Elsa Cristina (2021). Eventos deportivos y turismo: revisión sistemática de la literatura. *Investigaciones turísticas*, (21), 22-45. <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.21.2>

Tickell, Sam, Evens, Tom y Naess, Hans Erik (2023). The long winding road : the politics and development of the world rally championship. *The history and politics of motor racing : lives in the fast lane*, 45-71. https://doi.org/10.1007/978-3-031-22825-4_3

World Rally Championship (2025). *Rally del Paraguay 2025*. World Rally Championship: <https://www.wrc.com/en/events/wrc-rally-del-paraguay-2025#4-did-you-know>

Yilmaz, Hulya y Karadayi-Usta, Saliha (2025). Análisis de la resiliencia de la cadena de suministro del turismo deportivo con una perspectiva de las partes interesadas: lograr la gestión de riesgos, la digitalización y la sostenibilidad. *Problemas actuales en turismo*, 1-23. <https://doi.org/10.1080/13683500.2025.2462158>