

PLAN DE MERCADEO PARA LA PROMOCIÓN DEL MUNICIPIO DE EL
SOCORRO COMO DESTINO TURÍSTICO DEPORTIVO DE COLOMBIA

FABIO ANDRÉS GARCÍA PIZZA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
TURISMO
BUCARAMANGA
2017

PLAN DE MERCADEO PARA LA PROMOCIÓN DEL MUNICIPIO DE EL
SOCORRO COMO DESTINO TURÍSTICO DEPORTIVO DE COLOMBIA

FABIO ANDRÉS GARCÍA PIZZA

Trabajo de grado para optar por el título de pregrado en Profesional en Turismo

Directora: Jinny Samara Oliveros Infante
(Magister en Gerencia de Negocios)

Asesor Metodológico: Luis Rubén Pérez Pinzón
(Doctor en Historia)

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
TURISMO
BUCARAMANGA
2017

DEDICATORIA

De una manera especial y de una forma correcta, dedico el presente trabajo de grado a mis padres por el constante apoyo moral y económico, puesto que ellos han sido el principal cimiento para la construcción de mi vida personal y profesional, en ellos tengo el espejo el cual quiero reflejar, sus virtudes me llevan a admirarlos cada día más. Y a mi hermana quien me ha inculcado el valor de la responsabilidad.

AGRADECIMIENTOS

Hoy doy gracias a Dios en primera instancia por darme la fortaleza necesaria para afrontar las dificultades de la vida. Por otro lado doy gracias a todas aquellas personas que participaron directa o indirectamente en este proyecto de grado.

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	17
1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LOS ESCENARIOS DEPORTIVOS DEL MUNICIPIO	29
1.1.Ubicación de los escenarios deportivos del municipio de El Socorro.	30
1.2.DEFINICIONES Y MEDIDAS REGLAMENTARIAS	31
1.2.1.Cancha múltiple o multifuncional:	31
1.2.3.Cancha de baloncesto:	32
1.2.4.Estadio de Futbol	32
1.2.5.Piscina:	33
1.2.6.Patinodromo:.....	33
2. ESTUDIO DE MERCADEO SOBRE EL PERFIL DE ESPECTADORES Y DEPORTISTAS DEPARTAMENTALES.....	55
2.1.RESULTADOS ENCUESTAS GENERALES.....	57
2.2.PERFIL DE LOS DEPORTISTAS	67
3. PLAN DE MERCADEO	70

3.1 PROBLEMA O DESAFÍO.....	70
3.2 FACTORES CRITICOS DE ÉXITO.....	70
3.3 PROPUESTA DE VALOR PARA LA SOLUCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA U OPORTUNIDAD EN EL ÁREA DE MARKETING	72
3.3.1 Determinación de los objetivos de la propuesta valor	72
3.3.2.3 Estrategias de lugar (plaza).	74
3.3.2.4 Estrategias para la promoción.	74
3.3.2.5 Estrategia de Relaciones Públicas.....	77
3.4 DETERMINACIÓN DE LOS PLANES DE ACCIÓN	78
3.5 INDICADORES CRÍTICOS DE CONTROL.....	79
4. CONCLUSIONES.....	84
BIBLIOGRAFÍA.....	87
ANEXOS.....	89

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Tipos de escenarios deportivos del municipio de El Socorro	33
Tabla 2. Centro de integración ciudadana 16 de marzo	34
Tabla 4. Polideportivo el diamante	37
Tabla 5. Estadio municipal de futbol	39
Tabla 6. Polideportivo juventud comunera	40
Tabla 7. Polideportivo las colinas	41
Tabla 8. Polideportivo manuela Beltrán	43
Tabla 9. Polideportivo primero de mayo	44
Tabla 10. Coliseo cubierto Cus	45
Tabla 11 Piscina (villa olímpica)	47
Tabla 12. Cancha de baloncesto villa olímpica	48
Tabla 13. Cancha multifuncional (villa olímpica)	49
Tabla 14. Estadio villa olímpica	50
Tabla 15. Patinodromo (villa olímpica)	51
Tabla 16. Comparación	52

Tabla 17. Cantidad de habitantes por municipio	55
Tabla 18. Elementos del producto	80
Tabla 19. Elementos del precio.....	81
Tabla 20. Elementos del lugar (plaza)	81
Tabla 21. Elementos de la promoción.....	82
Tabla 22. Elementos de relaciones públicas.....	83

LISTA DE GRAFICOS

	pág.
Grafico 1. Ubicación de los escenarios deportivos del municipio de El Socorro ..	31
Grafico 2. Escenarios deportivos del municipio de El Socorro.....	34
Gráfico 3. Porcentaje de escenarios con su respectiva reglamentación (SI-NO)...	54
Gráfico 4. Género	57
Gráfico 5. Conoce el municipio de El Socorro.....	58
Gráfico 6. Tiene alguna afinidad o gusto por los deportes.	59
Grafico 7. Deportes predominantes	60
Gráfico 8. Otros deportes sugeridos	60
Grafico 9. Que le gustaría encontrar en los eventos deportivos	61
Grafico 10. Que les gustaría encontrar en un evento deportivo.....	62
Grafico 11. Si en el municipio de El Socorro se realizara un evento deportivo de su preferencia ¿viajaría para observarlo?	62
Grafico 12. Atractivos que le gustaría encontrar en el municipio de El Socorro.....	63
Grafico 13. Porcentaje de los atractivos que prefieren encontrar los espectadores en el municipio de El Socorro.	63
Grafico 14. Deporte con menor preferencia por los encuestados.....	64
Grafico 15. Deportes predominantes según el género de los encuestados	65

Grafico 16. Género de los encuestados y características que les gustaría encontrar en los eventos deportivos	65
Grafico 17. Viajaría a ver su deporte favorito en el municipio del Socorro.....	66
Grafico 18. Atractivos que desean encontrar quienes conocen el municipio de El Socorro y que atractivos le gustaría encontrar.....	67

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Desarrollo de las cualidades físicas básicas.....	68

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Inventario de los escenarios deportivos del municipio de El Socorro	89
Anexo B. Encuesta Aplicada.....	90
Anexo C. Plano cancha multifuncional.....	94
Anexo D. Plano cancha de baloncesto	95
Anexo E. Plano cancha de Fútbol.....	96
Anexo F. Plano de la cancha de atletismo	97
Anexo G. Marco Referencial	98

RESUMEN

TÍTULO: Plan de mercadeo para la promoción del municipio de El Socorro como destino turístico deportivo de Colombia.*

AUTOR: Fabio Andrés García Pizza.**

PALABRAS CLAVES: Plan de mercadeo, deporte, turismo, Destino, deportistas, espectadores

DESCRIPCIÓN:

La industria del turismo cada día es más competitiva y está en constante crecimiento. Los destinos deben diseñar estrategias de mercado para la captación de nuevos clientes y de esta manera generar una imagen positiva y nuevos ingresos económicos. En este orden de ideas se propuso un plan de mercadeo como una alternativa, involucrando el deporte como el principal medio de captación de turismo para el municipio de El Socorro. Se hizo uso de las estrategias del marketing mix, el cual incluye la quinta “P” concerniente a las relaciones públicas que permita promocionar al municipio de El Socorro como un destino turístico deportivo de Colombia.

La principal problemática del municipio de El Socorro en el ámbito turístico es la carencia de nuevas alternativas de oferta que permitan captar nuevos visitantes al municipio y a su vez generar turismo en la región. Los eventos deportivos a nivel mundial juegan un papel muy importante como principales medios de atracción para los destinos, sin embargo, se requiere tener diferentes estrategias para la realización de los mismos. Por esta razón la pregunta problema a solucionar es: ¿Será un plan de mercadeo la mejor opción para promocionar al municipio de El Socorro como un destino turístico deportivo de Colombia?

Planteado este interrogante se procede a solucionarlo mediante una serie de capítulos cada uno de ellos con diferentes procedimientos, todos ellos para contribuir y desarrollar el objetivo general.

* Trabajo de grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Turismo. Directora: Jinny Samara Oliveros Infante.

ABSTRACT

TITULO: Marketing plan for the promotion of the town of El Socorro as a sports tourism destination of Colombia.*

AUTOR: Fabio Andrés García Pizza**

PALABRAS CLAVES: Marketing plan, sport, tourism, destination, athletes, spectators

DESCRIPTION:

The tourism industry is becoming more competitive every day and is constantly growing. The destinations must design marketing strategies to attract new clients and thus be able to project a positive image and new income. Giving this context, a marketing plan was proposed as an alternative, using sports as the main drive to attract tourists to the town of El Socorro. The marketing mix strategies were used, including the fifth strategy “P” which relates to public relations to promote the town of El Socorro as a sporting touristic destination in Colombia.

The main problem of the town of El Socorro in the area of tourism is the lack of new offerings to attract new visitors, and so hindering the development of tourism for the region. Sporting events worldwide play an important role as means to attract clients to the destination. However, it is necessary to have different strategies to host these events. For this reason, the question to solve is: Would a marketing plan be the best option to promote the town of El Socorro as a sporting touristic destination in Colombia?

This question, in order to solve it, will have to go through a series of chapters each of them with different procedures and all of them to contribute and to develop the general objective.

* Graduate work

** Institute of Regional Projection and Distance Education. Tourism. Directora: Jinny Samara Oliveros Infante.

INTRODUCCIÓN

El municipio de El Socorro desde años atrás ha visto en el turismo una opción de desarrollo social, económico y cultural. Hoy en día el municipio es reconocido nacionalmente por su historia, religión y patrimonio inmaterial, tanto así que hace parte de la red de pueblos patrimonio de Colombia, título otorgado por FONTUR a los municipios del país que conserven de una u otra manera la riqueza arquitectónica y patrimonial.

En la era de la globalización donde las personas permanecen informadas la gran mayoría de tiempo y las redes sociales influyen a la hora de tomar decisiones de viajar de un lugar a otro y disfrutar de experiencias únicas e inigualables. Los destinos deben ofrecer productos innovadores con el fin de captar nuevos consumidores y fidelizar a los ya existentes. Sin embargo las actividades que ofrece el municipio de El Socorro en el ámbito del turismo actualmente no obliga al turista a pernoctar, puesto que los productos y atractivos son escasos y tan solo se requiere de un par de horas para recorrerlos.

Bajo esta necesidad surge la idea de desarrollar un plan de mercadeo diferente al tradicional en el municipio de El Socorro, involucrando un producto global que mueva gran cantidad de personas y lo más importante que obligue a los turistas que arriban al municipio a pernoctar.

Como la principal herramienta del plan de mercadeo se escoge el deporte siendo este utilizado para la promoción del municipio como un destino turístico deportivo de Colombia. El deporte es considerado un fenómeno social que no discrimina color de piel, religión ni preferencias sexuales, une naciones y genera pasión.

“Aunque el turismo y el deporte son conceptos diferentes, se encuentra una relación entre ambos. De acuerdo con el Comité Olímpico Internacional (COI) y la Organización Mundial de Turismo (OMT) suscribieron un acuerdo de cooperación a finales del año 1999, en el cual ambas instituciones declaran de manera explícita la importante relación que existe entre el turismo y el deporte”¹.

Según la (OMT)

¹ RAMIREZ, Omar, Turismo deportivo: promoción para la diversificación de la oferta turística en Manzanillo, Colima. En: Revista de investigación en turismo y desarrollo local [en línea]. Vol 6, N° 15 (diciembre/ 2013) <<http://www.eumed.net/rev/curydes/15/manzanillo.htm>> [Citado el 13 de marzo de 2016]

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico².

No obstante, el municipio de El Socorro ha obviado desarrollar otras estrategias para atraer un turismo diferente al actual, pese a que cuenta con posibilidades para realizar actividades como agroturismo, ecoturismo, turismo deportivo, entre otros. En este orden de ideas, el problema a abordar en este estudio es el relacionado con la promoción de otro tipo de turismo que haga uso de actividades que se llevan a cabo en el municipio de manera informal, pero que a criterio de personas conocedoras podría favorecerse. Uno de estos es el turismo deportivo, el cual a través de la realización de eventos deportivos en el municipio de El Socorro Santander, podría fomentar el turismo en la región.

El problema ya mencionado tiene varias causas en las cuales coinciden algunos expertos en el ámbito deportivo puesto que han organizado eventos y encuentros en el municipio como lo menciona el docente Jaime Villamil:

Uno de los principales factores que no se realicen eventos satisfactoriamente en el municipio de El Socorro es la falta de cultura tanto de la comunidad como de algunos deportistas ya que no se cuenta con una buena organización ni premio que motive a lo que en el deporte se conoce como “competitividad deportiva”. Por otro lado el patrocinio para dichos eventos es pésimo ya que solamente patrocinan equipos con uniformes o hidratación, y casi siempre son políticos y no empresas involucradas con el deporte³.

Cabe resaltar que la política municipal del municipio de El Socorro en el ámbito deportivo está a cargo del Instituto de Deporte y Recreación.

Estas circunstancias analizadas durante el desarrollo de la investigación, sin duda alguna hacen prever que si no se cuenta con estrategias apropiadas, probablemente los eventos deportivos en el municipio no sean exitosos. En este sentido, se genera una inquietud como la siguiente:

² ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. ¿Por qué el turismo? [en línea]. <<http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>> [citado 29 de marzo de 2016]

³ ENTREVISTA con Jaime Andrés Villamil García, Profesional en ciencias del deporte con especialidad en ejercicio físico. Socorro Santander, 09 de mayo del 2015

¿Será un plan de mercadeo la mejor opción para promocionar al municipio de El Socorro como un destino turístico deportivo de Colombia?

Con el fin de desarrollar un plan de mercadeo para la promoción del Municipio de El Socorro como destino deportivo de Colombia, se plantearon los siguientes objetivos.

Objetivo General

Proponer un plan de mercadeo viable para la promoción del municipio de El Socorro como destino turístico deportivo de Colombia.

Objetivos Específicos

- Elaborar un diagnóstico situacional de los escenarios deportivos del municipio de El Socorro - Santander, por medio de la observación y estudio reglamentario de las condiciones mínimas, para identificar la condición actual y la viabilidad de realizar eventos deportivos tradicionales o alternativos.
- Realizar un estudio de mercado sobre el perfil de espectadores y deportistas departamentales para la aceptación y acogimiento de los eventos deportivos tradicionales o alternativos en el municipio de El Socorro.
- Diseñar el plan de mercadeo para el municipio de El Socorro que delimite las estrategias a seguir, soportado por la teoría de Bernard Mullin.

Para la realización de los eventos deportivos en Colombia hay que tener claro las normas y leyes que regula los entes encargados de esta.

El Congreso de la República contribuye regulando de la siguiente manera:

Ley 1356 de 23 de octubre de 2009 Congreso de la república. Por medio de la cual se expide la Ley de seguridad en eventos deportivos.

Por otra parte uno de los entes más importantes que regula todas las normativas relacionadas a los deportes en Colombia es el Departamento Administrativo del Deporte la Recreación, la actividad física y el aprovechamiento del tiempo libre (Coldeportes). El cual tiene como objetivo fomentar, promover, apoyar, regular a las asociaciones deportivas y lo más importante velar porque las disposiciones

legales y estatutarias, para que estas sean cumplidas en los parámetros establecidos.

En el departamento de Santander, para la realización de algún eventos deportivo debe contar con el apoyo del instituto departamental de recreación y deportes de Santander (INDER SANTANDER). Ya que es un ente encargado de promocionar y apoyar el deporte dentro del departamento.

Para tener unos conocimientos previos del tema principal de este proyecto de investigación, se realizó una búsqueda exhaustiva de diferentes libros y autores, los cuales exponen en diferentes ámbitos como realizar un marketing adecuado para la realización de los eventos deportivos.

De esta manera Philip Kotler define el marketing como: “el marketing se ocupa de identificar las necesidades humanas y sociales. Una de las definiciones más cortas de marketing es “satisfacer necesidades de manera rentable”⁴.

Este autor es considerado el padre de la mercadotecnia y define el marketing de manera clara y sencilla para el entendimiento de modo global de lo que significa el marketing para la presente investigación.

Por otra parte para Manuel Schneer a diferencia de Kotler expone 4 tipos de marketing en su libro marketing en servicios profesionales los cuales son:

1. Marketing de producto de consumo. Es masivo porque abarca enormes sectores de la población pero también es anónimo.
2. Marketing de productos industriales y de demanda intermedia. Es lo que los libros de venta llaman la venta compleja o estratégica, no solo existe quien toma la decisión sino alguien que es consultado técnicamente, un usuario y también funcionarios especializados en la gestión de compras.
3. Marketing de productos de consumo y de demanda dirigida. Decisiones de compra que depende de profesionales y expertos.
4. Marketing de servicios. Centro de relaciones entre las personas, el involucramiento y el compromiso de los participantes en la prestación de un servicio⁵.

⁴ KOTLER, Philip. Dirección del Marketing: Conceptos esenciales. Sexta edición, México: Pearson educación de México, 2002. 1 p.

⁵ SCHNEER, Manuel. marketing de servicios profesionales: Diferentes tipos de marketing. primera edición. Buenos Aires: Ediciones Granica, 1999. p. 35

Según Víctor Hugo Vega, es importante implementar la mezcla promocional en cualquier estrategia que tenga que ver con el marketing “la mezcla promocional se refiere al conjunto de actividades promocionales que una empresa puede planear, para informar a su público sobre las bondades de sus productos. Estas actividades son distintas a las de venta personal y publicidad”⁶.

De acuerdo a esto es importante implementar la mezcla promocional o marketing mix, que maneja cuatro factores para poder realizar una adecuada mezcla, los cuales son: Producto, precio, plaza y promoción por este motivo la mezcla del marketing se convierte en la actividad básica de comunicación.

La mezcla de mercadotecnia o mercadeo según los hermanos Belch se lleva a cabo cuando se elabora un producto que cumpla con las necesidades y deseos del consumidor examinadas con detenimiento y el cual se ofrece a un precio determinado, se pone a disponibilidad en lugares o canales de distribución particulares y se lleva a cabo un plan de promoción o comunicación que genere interés y facilite los procesos de intercambio y el desarrollo de relaciones, los cuatro factores de los que nos hablan, son los elementos de la mezcla de mercadeo más conocido como las 4 p's (producto, precio, plaza, promoción). Las 4 p's del marketing también se denominan marketing mix, mezcla de marketing, mezcla de mercadotecnia o mix-comercial.⁷

Lo mencionado anteriormente deja claro que se requiere implementar como mínimo las 4 p's dentro de un plan de mercadeo ya que es lo más básico que se debe tener en cuenta para las etapas previas de todo plan.

Es conveniente destacar que uno de los primeros autores en hablar de marketing deportivo, fue Bernard Mullin, donde da su definición y los beneficios que trae el marketing deportivo para cualquier organización agregándole una P al mercado tradicional.

Por otra parte para Gerardo Molina y Francisco Aguilar el marketing deportivo es considerado como la esencia del mercadeo deportivo es la capacidad de interpretar la evolución permanente del deporte para crear “valor”, “entusiasmar” y “provocar deseos” que pueden ser complementados por los consumidores en el

⁶ ARIAS, Felipe, ARTUNDUAGA, Catalina, Diseño de un plan de marketing deportivo para reforzar a la asociación deportivo Cali como marca. Trabajo de grado (Publicista). Cali: Universidad Autónoma de occidente, 2013. 169 p. Disponible en:

<http://red.uao.edu.co/bitstream/10614/5849/1/T03864.pdf>

⁷ Ibíd., P. 184.

marco de su nueva ubicación social. En la segunda instancia supone el logro de un nivel de desempeño económico y financiero superior diferenciado las marcas de los competidores.⁸

En la presente investigación el modelo a seguir para el plan de mercadeo será la propuesta planteada de Bernard Mullin, consistente en: “El marketing deportivo ha desarrollado dos importantes avances: el primero la comercialización de productos y servicios deportivos a los consumidores del deporte y la segunda la comercialización utilizando el deporte como un vehículo promocional para los productos de consumo, industriales y los servicios”⁹.

El Marketing Deportivo también analiza los principales instrumentos del marketing, y detalla comentarios y aplicaciones de las 5 P's del marketing deportivo: el producto, el precio, la promoción, el lugar (place) y las relaciones públicas.

En nuestra investigación, la primera “p” (producto) de la cual habla Mullin, será considerado como: El deporte, el cual es el medio de atracción principal para cautivar los clientes, en este caso deportistas y espectadores. Y de esta manera generar servicios complementarios como lo pueden ser hotelería, alimentación y otros servicios adicionales.

Basado en la teoría que presenta Bernard Mullin, el autor del presente trabajo considera que sus conceptos pueden ser aplicados de la siguiente manera.

El precio: Lo determina el mercado, es valor del intercambio del producto y la satisfacción del cliente, en este caso podría ser las inscripciones para participación de los eventos deportivos o el precio por observar un evento.

Promoción: En este caso son todas las estrategias de publicidad para atraer a los clientes de adquirir el producto (los eventos deportivos), también busca comunicar los beneficios del producto y por ultimo tener presente en la mente de los clientes lo que se está publicitando.

Plaza: Es el lugar donde se vende el producto, sin duda son los escenarios en los que se podrían realizar los eventos deportivos, donde juega un rol relevante para el éxito de estos.

⁸. MOLINA, AGUILAR. Óp. cit., p. 25

⁹ MULLIN, Op, cit., P. 102.

Relaciones Públicas: Son los principales vínculos que se deben tener para el fortalecimiento del mercado, podríamos estar hablando del patrocinio para la realización y ejecución de los eventos deportivos.

De esta manera Mullin nos da a entender que es necesario identificar las personas participantes y espectadores para la realización de los eventos deportivos ya que son el eje fundamental del plan de mercadeo.

El autor, deja explícito que a través del deporte podemos ofrecer productos y servicios complementarios y de esta manera generar beneficios económicos.

El tipo de investigación para el presente trabajo será una combinación de tipo cualitativa y cuantitativa por ende tendrá un enfoque mixto.

La finalidad del enfoque cualitativo pretende comprender factores de gustos y afinidades de los posibles deportes tradicionales o alternativos de la población Santandereana.

La finalidad del enfoque cuantitativo es realizar mediciones numéricas y proporcionar la realidad y cantidad de deportes que prefieren los Santandereanos y que posiblemente pagarían por asistir como espectadores o participar como deportistas.

Para este proyecto se utilizará una investigación bibliográfica ya que se tendrán en cuenta diferentes autores expertos en el mercadeo deportivo y turismo deportivo para después seleccionar la mejor opción y referenciarlo en el proyecto que se presenta.

De acuerdo al alcance o resultado la propuesta será una investigación descriptiva y exploratoria. Para poder llevar a cabo el diseño del plan de mercadeo se requiere hacer una investigación descriptiva donde se describan las variables que afectan la investigación y se caracterice la problemática que actualmente tiene el municipio de El Socorro en la organización de eventos deportivos.

De igual forma tendrá una investigación exploratoria ya que se tiene poca información de los eventos deportivos, de los gustos hacia deportes tradicionales o alternativos, de los escenarios, entre otras variables que influyen en el tema de investigación.

Finalmente, a través de las indagaciones realizadas se formulara las estrategias apropiadas para el plan de mercadeo. La principal hipótesis de esta investigación es que el plan de mercadeo es una alternativa viable para promocionar el municipio de El Socorro como un destino turístico deportivo de Colombia.

En el presente trabajo de grado se distinguen las siguientes variables:

Producto. Puede ser un bien o un servicio por ende es tangible o intangible no tiene más opciones.

Mercado. Puede ser un lugar físico o virtual donde interactúan compradores y vendedores para adquirir un bien o un servicio.

Necesidad. Puede ser carencia física o psicológica de las personas que hacen parte del mercadeo.

Demanda. El número de personas que adquieren un producto o servicio.

Oferta. Está relacionado al conjunto de bienes o servicios para satisfacer las necesidades de los clientes.

La efectividad. Esto puede medir el desempeño de las ventas y tendencias de los resultados mediante las actividades previamente desarrolladas.

Eficiencia. Evalúa los costos utilizados durante el plan de mercadeo para adquirir clientes.

Para desarrollar los objetivos específicos de la presente investigación se desarrolló el siguiente proceso. Para la población de espectadores de eventos deportivos en esta investigación se tomarán los habitantes de las capitales de cada una de las 6 provincias pertenecientes al departamento de Santander, de la cual se obtendrá una muestra aleatoria simple representativa estadísticamente.

Según los planes de desarrollo y páginas oficiales de alcaldía de cada capital de provincia, el número de habitantes es:

Socorro (provincia Comunera) = 30.295

Málaga (provincia García Rovira) = 18.115

Vélez (provincia de Vélez)= 19.057

Bucaramanga (provincia de Soto) = 526.056

San gil (provincia Guanentá) = 45.445

Barrancabermeja (provincia de Mares) = 122.403

La población total de la presente investigación será = 761.371 habitantes

Por ende para hallar la muestra mínima utilizaremos la fórmula del tamaño de la muestra aleatoria simple.

$$\text{Formula de muestreo } n = \frac{z^2 * (p)(q)}{e^2} \quad \text{ajuste del muestreo } n1 = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}}$$

n= tamaño muestra requerida

z= nivel de fiabilidad (95% estándar)

p*q= varianza de la proporción

e= error muestral máximo permitido

Para nuestra investigación tomaremos los siguientes valores

n = ¿?

Z =1.96 ≈ 95%

P =0.5

q = 1-p q =1-0.5 q= 0.5

e= 0.05 ≈ 5%

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5)(0.5)}{0.05^2}$$

$$n1 = \frac{384}{1 + \frac{384-1}{761371}}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.25}{0.0025}$$

$$n1 = \frac{384}{1 + \frac{383}{761371}}$$

$$n = \frac{0.96}{0.0025}$$

$$n1 = \frac{384}{1,00050304}$$

$$n = 384$$

$$n = 383,806$$

$$n1 = 383,806 \text{ habitantes}$$

Muestra final

De esta manera se realizará un muestreo aleatorio simple (MÁS) a partir de la población utilizada (las ciudades capitales de las 6 provincias).

Para el primer objetivo específico se utilizará la técnica de observación, y así verificar en qué estado se encuentran los escenarios deportivos del municipio de El Socorro de acuerdo a la legislación mínima que deben tener todos los escenarios para la organización de eventos deportivos regulados por INDER y Coldeportes.

Se evidenciarán por medio de una lista de chequeo que el estudiante investigador tendrá en la cual se inspeccionará y se corroborará las inspecciones técnicas de cada escenario. Los escenarios serán los expuestos en el inventario del plan de desarrollo municipal (anexo A).

Para el segundo objetivo específico se realizarán encuestas a los posibles espectadores departamentales, y así determinar, los gustos y preferencias de éstos.

De esta manera se realizará un muestreo aleatorio simple (MÁS) a partir de la población utilizada (las ciudades capitales de las 6 provincias), con la cual se recopilará información sobre los gustos y preferencias de los espectadores, primarios secundarios y terciarios. Para Identificación de los posibles espectadores se tomarán un total de 383 personas de manera aleatoria entre las capitales de las 6 provincias

El autor Grasso afirma que: “La encuesta es procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas.”¹⁰

Las encuestas se encontrarán en el (Anexo B). Donde será una combinación de preguntas cerradas y de selección múltiple. Además contará con el logo de la universidad y una pequeña introducción del por qué se está realizando la encuesta.

¹⁰ GRASSO, Livio. Encuestas: La importancia de la encuesta como técnica de la investigación. Primera edición. Buenos aires: Encuentro grupo editor, 2006. 13 p.

El resultado de estas encuestas se tabulará y tendrán un análisis univariado y bivariado, de los cuales se derivará el plan de mercadeo propuesto en el presente trabajo.

La encuesta que se realizará a los posibles espectadores y deportistas, debe tener preguntas claras y concisas para que de igual forma las respuestas sean coherentes y de esta manera poder obtener unos resultados para su respectivo análisis, cabe resaltar que la encuesta va relacionada desde datos generales hasta particulares.

El criterio de validez para las encuestas será la condición de aleatoriedad en el muestreo, además de la tabulación veraz e imparcial de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los espectadores.

Gracias a estos instrumentos la información será válida ya que se obtendrá unos resultados en los cuales girará el resto del proyecto por medio del deporte o los deportes que prefieran los posibles espectadores. Realizando implícitamente, un estudio de la viabilidad de poder realizar los eventos deportivos dentro del municipio de El Socorro.

Teniendo los resultados del deporte o los deportes de preferencia de los espectadores se indagará a los deportistas reconocidos que practican dichos deportes en el departamento de Santander y se les realizará un posible cuestionario para la participación en justas deportivas que se vayan a realizar en el municipio de El Socorro.

La confiabilidad en este proyecto está relacionada con la participación de diferentes actores en el ámbito deportivo.

Para el presente trabajo de investigación se establecieron tres objetivos específicos, cada uno de ellos contribuyen al desarrollo del objetivo general, el cual consiste en proponer un plan de mercadeo viable para la promoción del municipio de El Socorro como destino turístico deportivo de Colombia. Estos objetivos fueron distribuidos en tres capítulos respectivamente.

En el primer capítulo se realizó la elaboración de un diagnostico situacional de los escenarios deportivos que se encuentran en la zona urbana del municipio de El Socorro. Para poder determinar la viabilidad de realizar eventos deportivos en

dichos escenarios, se utilizaron las respectivas medidas reglamentarias que se rigen por parte de las asociaciones Y federaciones deportivas y por el ente encargado del Deporte en Colombia (COLDEPORTES).

Teniendo el diagnostico de los escenarios deportivos del municipio se prosiguió entonces a realizar un estudio de mercado acerca del perfil de los espectadores y deportistas departamentales para determinar los gustos y preferencias deportivas de los Santandereanos.

En este orden de ideas se da inicio al segundo capítulo donde se aplicó una encuesta, en el cual las personas escogían los deportes predilectos y la posibilidad de viajar al municipio de El Socorro a participar directa o indirectamente en un evento deportivo. Para el desarrollo de las encuestas se escogieron las diferentes ciudades: Barrancabermeja, Bucaramanga, Málaga, San Gil, Socorro, Vélez y Barbosa.

El tercer capítulo se centra exclusivamente en el diseño del plan de mercadeo para la promoción del municipio de El Socorro. Para el desarrollo de este se ha hecho necesario establecer una serie de estrategias basadas en el modelo a tener en cuenta. Se definieron 5 estrategias importantes a la hora de diseñar un plan de mercadeo según Bernard Mullin, las cuales son:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción
- Relaciones publicas

De esta manera en este capítulo se busca indicarle al lector las diferentes etapas y estrategias a tener en cuenta para la elaboración de un plan de mercadeo, definiendo cada una de estas en el cuerpo del capítulo. También se definieron etapas preliminares a las estrategias las cuales buscan establecer un desafío a solucionar, un valor agregado y unos criterios de éxito.

1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LOS ESCENARIOS DEPORTIVOS DEL MUNICIPIO

Siguiendo el conducto regular de la presente investigación, se observaron los escenarios deportivos urbanos del municipio de El Socorro, teniendo en cuenta que gracias a estos escenarios se podrán realizar los eventos deportivos y así atraer turismo por medio de estos. Se determinó no contar con los escenarios deportivos ubicados dentro de las instituciones educativas del municipio ya que el acceso a ellos es restringido y no depende directamente de la administración municipal, de igual manera con los escenarios ubicados en el área rural debido a que estos lugares quedan muy distantes y el acceso es difícil, únicamente se puede llegar a ellos con medios de transporte aptos para recorrer carreteras destapadas.

Para conocer los escenarios pertenecientes a la administración municipal se acudió al Instituto de Deporte y Recreación del municipio de El Socorro. El cual facilitó el inventario actual de dichos escenarios para su respectivo estudio.

Escenarios urbanos.

1. CIC 16 DE MARZO
2. POLIDEPORTIVO BARRIO COMUNEROS
3. POLIDEPORTIVO EL DIAMANTE
4. ESTADIO MUNICIPAL DE FUTBOL
5. POLIDEPORTIVO JOSÉ ANTONIO GALÁN
6. POLIDEPORTIVO JUVENTUD COMUNERA
7. POLIDEPORTIVO LAS COLINAS
8. POLIDEPORTIVO MANUELA BELTRÁN
9. POLIDEPORTIVO PORTAL DE SARAVITA
10. POLIDEPORTIVO PRIMERO DE MAYO
11. COLISEO CUBIERTO CUS

VILLA OLÍMPICA

12. PISCINA
13. CANCHA DE BALONCESTO
14. CANCHA MULTIFUNCIONAL
15. ESTADIO VILLA OLÍMPICA

16. PATINODROMO

A continuación se expresa los resultados del diagnóstico de los escenarios deportivos presentados por el estudiante investigador.

1.1. Ubicación de los escenarios deportivos del municipio de El Socorro.

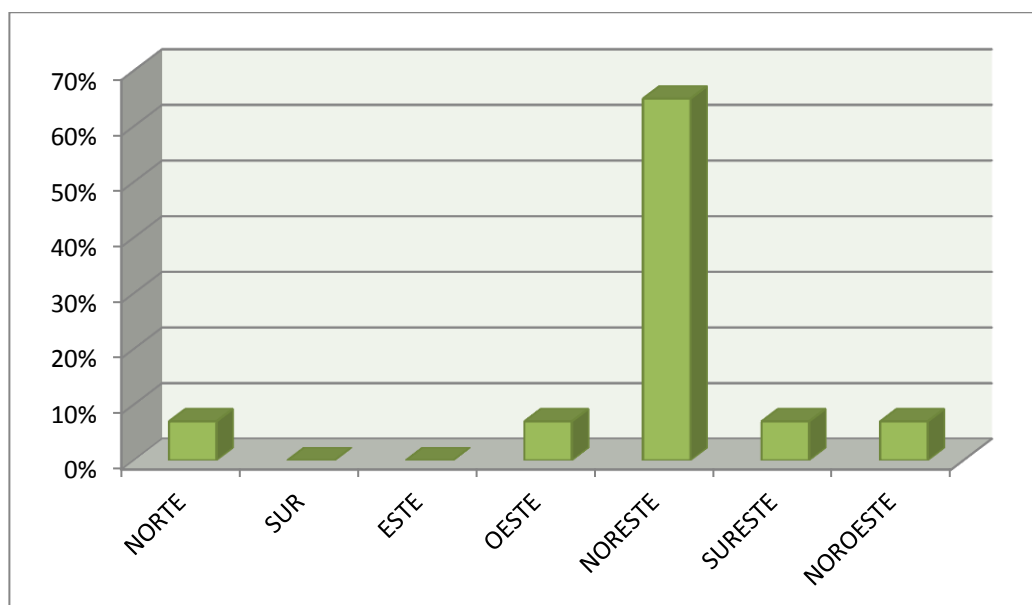
Teniendo en cuenta que los eventos deportivos es el vehículo promocional para el fin último, el cual es atraer turismo al municipio de El Socorro se realizaron diferentes filtros de selección, el cual se tuvo en cuenta los escenarios que actualmente cuentan con gradería esto con el fin de poder contar con espectadores dentro de los eventos deportivos. En este orden de ideas se realizaron los estudios correspondientes a los siguientes escenarios.

1. CENTRO DE INTEGRACIÓN CIUDADANA 16 DE MARZO
2. POLIDEPORTIVO BARRIO COMUNEROS
3. POLIDEPORTIVO EL DIAMANTE
4. ESTADIO MUNICIPAL DE FUTBOL
5. POLIDEPORTIVO JUVENTUD COMUNERA
6. POLIDEPORTIVO LAS COLINAS
7. POLIDEPORTIVO MANUELA BELTRAN
8. POLIDEPORTIVO PRIMERO DE MAYO
9. COLISEO CUBIERTO CUS
10. ESTADIO (VILLA OLIMPICA)
11. PATINODROMO (VILLA OLIMPICA)
12. PISCINA (VILLA OLIMPICA)
13. CANCHA DE BALONCESTO (VILLA OLIMPICA)
14. CANCHA MULTIFUNCIONAL (VILLA OLIMPICA)

Para poder obtener la ubicación de estos escenarios se tomó como punto de referencia la iglesia Santo Sacro Basílica menor ubicada en el parque principal del municipio de El Socorro el cual se arrojó los siguientes resultados.

De los 14 escenarios, 9 están ubicados al noreste (65%) 1 al sureste (7%) 1 al suroeste (7%) 1 oeste (7%) 1 al noroeste (7%) y 1 al norte (7%). Todo esto teniendo en cuenta que la santo sacro basílica menor es de paso obligatorio para cualquier turista que arriba al municipio de El Socorro. A continuación se muestra en el Grafico 1 la ubicación de los escenarios deportivos del municipio.

Grafico 1. Ubicación de los escenarios deportivos del municipio de El Socorro



Actualmente el municipio de El Socorro cuenta con 30.295 habitantes; se deduce entonces que hay un (1) escenario deportivo por cada 2.163 personas.

1.2. DEFINICIONES Y MEDIDAS REGLAMENTARIAS

A continuación se investigó por medio de COLDEPORTES y algunas disciplinas deportivas, definiciones y medidas reglamentarias de cada escenario. Cabe resaltar que dependiendo de la disciplina deportiva a practicarse, existe una federación deportiva correspondiente, la cual regula las normas y medidas específicas de cada escenario. Todo esto con el fin de identificar los nombres determinados de cada escenario del municipio.

1.2.1. Cancha múltiple o multifuncional: Es utilizada para la práctica del (Baloncesto, Voleibol y Microfútbol) popularmente también se conoce como placa polideportiva y “Según Coldeportes en sus planos de construcción para este tipo de escenario las medidas son 32 x 19 m”.¹¹ Esto quiere decir que actualmente los escenarios del municipio que corresponden a llamarse cancha múltiple o polideportivo son: polideportivo barrio comuneros, polideportivo el Diamante,

¹¹ DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DEL DEPORTE, LA RECREACION, LA ACTIVIDAD FISICA Y APRVECHAMIENTO DEL TIEMPO LIBRE. Planos de los escenarios deportivos: COLDEPORTES. 2016

polideportivo Juventud Comunera, polideportivo las Colinas, polideportivo Manuela Beltrán, polideportivo Primero De Mayo y cancha multifuncional (villa olímpica).

Existen algunos planos emitidos por COLDEPORTES con las medidas específicas para la práctica de los deportes, en este caso de una cancha multifuncional (Anexo C)

1.2.2. Coliseo Cubierto: Lugar que sirve para la práctica de diferentes disciplinas deportivas, se caracteriza por ser un recinto cerrado. El coliseo cubierto del CUS pertenece a este tipo de escenario.

1.2.3. Cancha de baloncesto: “el terreno de juego será una superficie plana y dura, libre de obstáculos, con unas dimensiones de 28 metros de largo y 15 metros de ancho, medidos desde el borde interior de las líneas limítrofes”¹². Estas referencias corresponden a la reglamentación internacional de baloncesto el cual aplica para los escenarios de este deporte que se encuentren en Colombia. Por ende hace parte la cancha de baloncesto ubicada en la Villa Olímpica del municipio de El Socorro.

De igual forma existen planos emitidos por COLDEPORTES con las medidas específicas para la práctica de los deportes, uno de ellos se muestra en el (Anexo D) cancha de baloncesto.

1.2.4. Estadio de Fútbol: es considerado el lugar donde alberga la disciplina del balompié las medidas de su cancha son: “La longitud de la línea de banda deberá ser superior a la longitud de la línea de meta. • Longitud (línea de banda): mínimo 90 m máximo 120 m • Longitud (línea de meta): mínimo 45 m máximo 90 m”¹³. En el municipio de El Socorro existen dos escenarios que llevan este nombre. Estadio municipal de fútbol y el estadio de fútbol de la Villa Olímpica.

Existen también los planos de una cancha de fútbol emitidos por COLDEPORTES (Anexo E).

¹² FEDERACION ESPAÑOLA DE BALONCESTO. Reglas oficiales de baloncesto 2014 [En línea].<<http://www.fiba.com/es/basketball-rules>> [citado el 20 de agosto 2016]

¹³ ASOCIACION DE FUTBOL INTERNACIONAL. Reglas de juego. Zurich: IFAB, 2016. 21 h: il.(IFAB 3)

1.2.5. Piscina: “Las piscinas olímpicas para campeonatos mundiales. Competiciones internacionales o regionales debe tener la siguiente característica y dimensiones: largo 50 metros; Ancho 25 metros; Profundidad: 2 metros como mínimo”¹⁴. Para este tipo de escenario dentro del municipio encontramos la piscina ubicada en la Villa Olímpica.

1.2.6. Patinodromo: “La longitud de la pista es de doscientos (200) metros con una tolerancia de +/- 2 cm. La longitud de la pista se mide en el borde interno. La longitud de las dos rectas debe representar el 55% (+/- 2 m) del total de la longitud de la pista. La longitud de las curvas debe representar el 45 % (+/- 2 m) del total de la longitud de la pista”¹⁵.

Actualmente existe un escenario denominado patrimonio en el municipio de El Socorro.

Lo expuesto anteriormente se expresa en la tabla 1.

Tabla 1. Tipos de escenarios deportivos del municipio de El Socorro

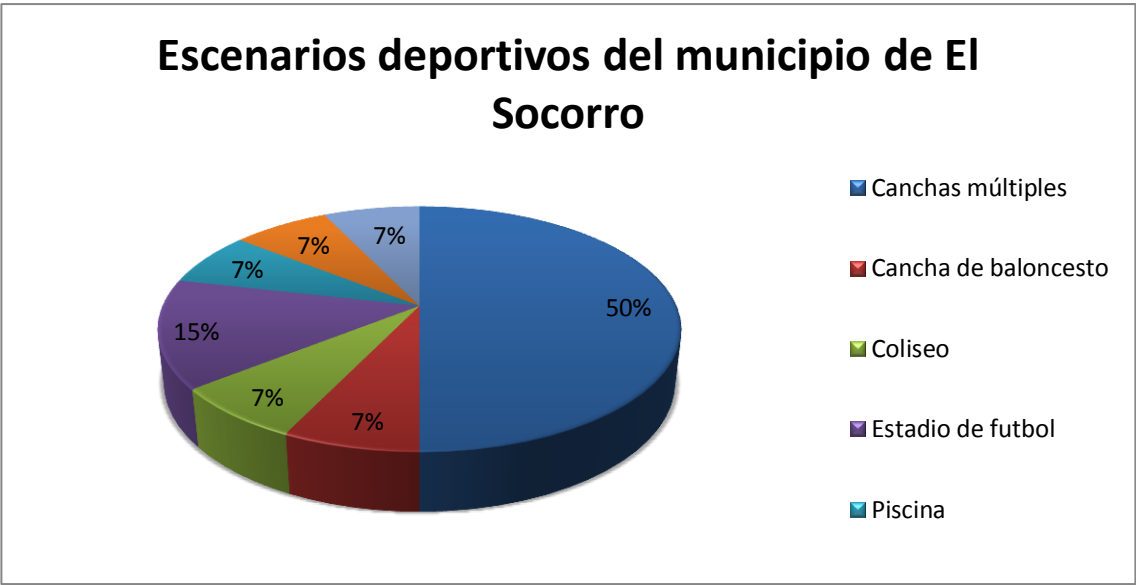
Tipo de escenario	Número	Porcentaje
Canchas múltiples	7	50%
Cancha de baloncesto	1	7%
Coliseo	1	7%
Estadio	2	15%
Piscina	1	7%
Patinodromo	1	7%
Centro de integración ciudadana (cancha múltiple cubierta)	1	7%
Total	14	100%

Se observa en forma de porcentaje los escenarios deportivos del municipio de El Socorro en el Grafico 2.

¹⁴ FEDERACIÓN INTERNACIONAL FINA. La piscina y la competencia. [En línea]. <<http://www.inatacion.com/articulos/modalidades/natacion2.html>> [Citado 09 de septiembre de 2016].

¹⁵ COMITÉ INTERNACIONAL DE PATINAJE DE VELOCIDAD. La pista. [en línea]. <<http://www.fedepatin.org.co/index.php/modalidades-patinaje/carrera/reglamentos-carrera/reglamento-cic>> [citado 10 de septiembre 2016]

Grafico 2. Escenarios deportivos del municipio de El Socorro



En el presente estudio se realizó una investigación detallada de cada escenario arrojando los siguientes resultados. Expuestas en 14 tablas, cada escenario con su respectiva tabla de descripción.

Tabla 2. Centro de integración ciudadana 16 de marzo

		Fotos
Descripción	El centro de integración ciudadana 16 de marzo es un escenario considerado también como cancha multifuncional cubierta el cual se encuentra ubicado al noreste del parque principal del municipio del El Socorro específicamente en el barrio 16 de marzo, su construcción es relativamente nueva ya que tuvo su inauguración en el año 2014, actualmente está bajo la protección y administración de la junta la junta de acción comunal de dicho barrio y su uso es público.	

Acceso	Para poder llegar a este escenario se puede hacer por cualquier medio de transporte e incluso caminando desde que se encuentre dentro de la zona urbana del municipio de El Socorro. Actualmente está en construcción la vía que se encuentra en la parte superior del escenario ya que la están remodelando en pro del mismo escenario con el fin de que todos los Socorramos puedan acceder sin ningún inconveniente. No cuenta con acceso para personas discapacitadas o de capacidad reducida	
Uso	Este escenario desde que se inauguró no ha dejado de albergar a deportistas aficionados el cual hacen uso del escenario todos los días (mañana, tarde y noche), algunas de las entidades educativas también se benefician del escenario organizando clases deportivas dentro del mismo.	
Instalaciones y Servicios	Cuenta con unidades sanitarias, vestidores y además señalizaciones ubicadas dentro del escenario deportivo. Por otro lado en frente de dicho escenario se encuentra ubicada una tienda la cual se ha venido beneficiando económicamente prestando el servicio de hidratación y alimentación.	
Infraestructura	La construcción e inauguración de este escenario no supera los 2 años por ende en la actualidad su infraestructura es solida y de vista atractiva, cuenta con gradería ubicada en la parte lateral derecha de la cancha de este escenario, también cuenta con dos puertas de acceso de 3x3 mts de alto y ancho	
Iluminación	Cuenta con un 100% de luz, ubicada en su totalidad en el techo por lo que se conoce comúnmente como bombillas blancas.	
Gradería	Cuenta con una extensa gradería la cual se divide en 7 de gradas de 24.40 metros de larga cada una, para un total aproximado de 341 espectadores	

Material de piso	cemento	
Dimensiones	Largo 30, 10 metros x 20,05 metros de ancho, estos datos fueron tomados por el estudiante investigador utilizando un decámetro como instrumento.	
Datos complementarios	Actualmente el escenario cuenta con dos arcos para la práctica del fútbol sala cada uno de (3.30 metros de largo x 2.20 metros de alto), el cual es el deporte más practicado en este lugar. De igual forma el escenario cuenta con demarcaciones correspondiente a tres deportes (Baloncesto, futbol sala y voleibol). Cuenta con una tarima y tableros acrílicos para la práctica de baloncesto y en ocasiones este escenario ha sido utilizado para albergar reuniones sociales y patinaje de manera informal, cabe resaltar que este escenario fue pintado y demarcado el pasado mes de agosto del presente año.	

Tabla 3. Polideportivo barrio comuneros

		Fotos
Descripción	El polideportivo barrio comuneros se encuentra ubicado en el sureste del parque principal del municipio de El Socorro es considerado un patrimonio para el barrio donde se encuentra, ya que todas las personas de este lugar velan por el polideportivo y hacen aportes económicos para mantenerlo atractivo y en buenas condiciones	
Acceso	Para poder llegar a este escenario hay que atravesar la avenida nacional el cual se encuentra ubicado a 6 cuadras abajo del hospital Manuela Beltrán. Cuenta con dos puertas de acceso el cual tienen una medida aproximada de 3 metros de alto y 1.20 metros de ancho. En la parte inferior de la cancha existe una quebrada.	

Uso	Este escenario es utilizado por la comunidad todos los días especialmente por los niños aledaños de la zona y los jóvenes que practican los tres deportes predominantes en este tipo de escenario (microfútbol, voleibol y baloncesto)	
Instalaciones y Servicios	No cuenta con instalaciones ni servicios complementarios tan solo la cancha básica con su respectiva gradería	
Infraestructura	La cancha se encuentra en su totalidad encerrada con una malla eslabonada y tubos metálicos, esto con el fin de evitar que los balones se vayan lejos y causen un accidente	
Iluminación	El escenario cuenta con dos postes de luz uno con dos bombillas y el otro con tan solo una bombilla el cual alumbran en un 80% la totalidad del escenario	
Gradería	Cuenta con cuatro (4) unidades de gradería a un costado de la cancha, cada una de 12,70 metros de larga, para un total aproximado de albergar 96 espectadores. Teniendo en cuenta que en un metro pueden caber alrededor de dos personas sentadas.	
Material de piso	Cemento.	
Dimensiones	Tiene 26,70 metros de largo x 14,80 metros de ancho, estos datos fueron tomados por el estudiante investigador utilizando un decámetro como instrumento. De igual forma se observa las dimensiones demarcadas en perfecto estado para la práctica de tres deportes (fútbol sala, baloncesto y voleibol).	
Datos complementarios	El escenario cuenta con dos arcos de fútbol sala o microfútbol con una medida de 2,90 metros de ancho x 2,14 metros de alto, de igual forma tiene dos tableros de baloncesto con sus respectivos aros. En ocasiones este escenario es utilizado para realizar las novenas de aguinaldos celebradas a final de cada año.	

Tabla 3. Polideportivo el diamante

		Fotos
--	--	-------

Descripción	El polideportivo el diamante tiene mucha historia que contar ya que años atrás era considerado un potrero para crianza de ganado hoy en día y con mucho esfuerzo se ha constituido como un escenario deportivo el cual ayuda a los niños y jóvenes a practicar distintos deportes, actualmente se encuentra ubicado oeste del parque principal del municipio de El Socorro	
Acceso	Es considerado la puerta de oro para los habitantes del barrio el diamante. El acceso está en perfectas condiciones culminando la carrera once, la carretera es pavimentada a pesar que está construido sobre zonas verdes, cuenta con un paisaje llamativo el cual se observan algunas montañas del municipio, su construcción se puede decir que prácticamente al aire libre.	
Uso	Todos los días hay actividades deportivas en este escenario, siendo prioridad los habitantes del barrio el diamante muy rara vez otras personas ajenas al barrio utilizan dicho escenario.	
Instalaciones y Servicios	En comparación de otros escenarios, el polideportivo el diamante cuenta con una zona recreativa que es exclusiva para la población infantil.	
Infraestructura	Sin duda este escenario carece de infraestructura y tan solo cuenta con la cancha principal, la gradería ubicada a un costado y el encerramiento en malla eslabonada puesta en la parte trasera de cada arco de futbol sala.	
Iluminación	El escenario está cubierto por dos postes de luz modernos el cual ayudan a iluminar la cancha y zonas aledañas a esta.	
Gradería	Este escenario tiene 4 unidades de gradas por 13 metros de largo, para un total aproximado de 104 espectadores	
Material de piso	Cemento.	
Dimensiones	La cancha tiene 28,70metros de lago x 14,15 metros de ancho, estos datos fueron tomados por el estudiante investigador utilizando un decámetro como instrumento desde la línea que comúnmente se conoce como esquina.	

Datos complementarios	El escenario carece de pintura para identificar y diferenciar las medidas de los deportes que se pueden realizar, cuenta con dos arcos de futbol sala el cual tienen 3 metros de ancho x 2,6 metros de alto, también con dos tableros de baloncesto con sus respectivos arcos. Este escenario ha sido utilizado para organizar basares y torneos de baile. Es importante resaltar que la zona donde este escenario se encuentra ubicado es considerada zona peligrosa ya que en los últimos años las personas residentes han tenido problemas con la drogadicción.	
------------------------------	---	---

Tabla 4. Estadio municipal de futbol

		Fotos
Descripción	El estadio municipal (José Antonio Galán) hace parte de la riqueza deportiva que hoy en día tiene el municipio. Reconocido nacionalmente por sus grandes eventos deportivos y sociales el “estadio” como comúnmente se le conoce sirve para el esparcimiento y entretenimiento de los Socórranos y turistas en la actualidad.	
Acceso	Está ubicado al sureste del parque principal del municipio, cuenta con cuatro entradas y sus vías de acceso se encuentran en perfectas condiciones, se puede llegar allí con cualquier medio de transporte e incluso caminando.	
Uso	Por años este escenario ha sido epicentro de grandes campeonatos de futbol y entrenamientos diarios de las diferentes escuelas del balompié comunero. Por ende su capacidad de carga ha sido alta, pero a pesar de esto el estadio se mantiene en óptimas condiciones.	
Instalaciones y Servicios	Cuenta con unos camerinos que han quedado en el olvido por la falta de uso de los deportistas y con la problemática que siempre permanecen cerrados. Por otra parte este escenario tiene una cafetería el cual da comodidad a sus espectadores	

Infraestructura	Es un recinto cerrado por muros y mallas eslabonadas, además este escenario cuenta con dos zonas técnicas.	
Iluminación	Es su principal componente y el cual lo vuelve llamativo y encantador ya que a la totalidad de la cancha la cubren 6 postes de luz iluminando el 100% del escenario.	
Gradería	Seis (6) gradas de 83, 5 metros de largo. Esto equivale aproximadamente a 1002 espectadores en total.	
Material de piso	arena	
Dimensiones	El estadio municipal es exclusivamente para la práctica del futbol las medidas en este caso pueden variar dependiendo de las líneas demarcadas previamente para los compromisos deportivos. Las dimensiones expuestas por el estudiante investigador son: 94 metros de largo x 64 metros de ancho.	
Datos complementarios	El estadio municipal ha sido sede de grandes acontecimientos del municipio de El Socorro como lo son el show de las estrellas (conciertos) ferias y fiestas del municipio entre otras festividades. Los arcos de futbol tienen 7,40 metros de ancho y 2,50 metros de alto	

Tabla 5. Polideportivo juventud comunera

		Fotos
Descripción	Este lugar es uno de los escenarios favoritos por los Socórranos y en los últimos años ha sido el escenario que más remodelaciones ha tenido debido a sus diversas competitividades que se han llevado a cabo allí.	
Acceso	Se encuentra ubicado en una de las calles más importantes que tiene el municipio (calle 14) al norte del parque principal. Este escenario no cuenta con ningún inconveniente de acceso, actualmente tiene una (1) puerta delantera dos (2) lateras y una (1) trasera el cual se habilitan cuando hay un evento grande. Los encargados del mantenimiento son las personas residentes en este lugar.	

Uso	Cuenta con uso diario, por parte de la comunidad universitaria (UIS), escuelas deportivas y personas naturales.	
Instalaciones y Servicios	Desafortunadamente los camerinos de este escenario cuentan con un gran problema ambiental y en la actualidad están siendo utilizados como basureros generales. La ventaja de este escenario son las tiendas de comida e hidratación, las cuales se encuentran a las afueras.	
Infraestructura	El escenario de encuentra encerrado por muros y malla eslabonada, también hay una casa de residencia construida dentro de este escenario.	
Iluminación	Cuenta con tres (3) postes de luz el cual abarcan el 100% de iluminación.	
Gradería	Doce (12) gradas x 30, 60 metros de largo para un total aproximado de 734 espectadores.	
Material de piso	Cemento.	
Dimensiones	Tiene 29,20 metros de largo x 15, 20 metros de ancho. Su demarcación se encuentra en buenas condiciones diferenciando las diferentes disciplinas que se pueden practicar en este lugar.	
Datos complementarios	Este escenario ha sido sede de los principales eventos deportivos durante el transcurso del tiempo y es uno de los más llamativos y atractivos contando con una arquitectura diferente a las demás. En este lugar se han realizado torneos correspondientes a los tres deportes tradicionales que se realizan en una cancha multifuncional.	

Tabla 6. Polideportivo las colinas

		Fotos
--	--	-------

Descripción	El polideportivo las colinas se localiza al noreste del parque principal del municipio de El Socorro, esta sobre uno de los barrios más altos. A esto se le debe su nombre “colinas”.	
Acceso	Para llegar a este lugar hay que tener un buen estado físico para ascender a la colina en el cual se encuentra el escenario, o contar con un medio de transporte. Tan solo cuenta con una entrada principal de 5 metros de ancho aproximadamente. Y en frente de la entrada principal existe una gradería el cual por la parte trasera de dichas gradas se puede acceder al escenario sin ningún inconveniente.	
Uso	El escenario diariamente lo utilizan para practicar diferentes disciplinas deportivas y en ocasiones aeróbicos.	
Instalaciones y Servicios	Tiene una zona recreativa a las afueras del escenario con uso exclusivo para la población infantil.	
Infraestructura	Presenta una infraestructura de cerramiento deteriorada, el cual corresponde a la antigüedad de construcción de este escenario.	
Iluminación	Posee dos postes de luz cada uno con dos bombillas correspondiente para su respectiva iluminación en la totalidad del escenario.	
Gradería	Cuenta con 6 unidades cada una con 26 metros de largo para un total de 312 espectadores aproximadamente	
Material de piso	Cemento	
Dimensiones	La cancha es considerada multifuncional y cuenta con una medida de 28,10 metros de largo x 16,10 metros de ancho. Carece de demarcación para cada disciplina deportiva.	
Datos complementarios	En este escenario se han realizado torneos de microfútbol y baloncesto únicamente. Cuenta con dos arcos de microfútbol con una medida de 3 metros de ancho x 2,10 metros de alto, también tiene dos tableros de baloncesto con sus respectivos aros, estos tableros están contruidos en madera	

Tabla 7. Polideportivo manuela Beltrán

		Fotos
Descripción	Este escenario es considerado una cancha multifuncional a pesar que nunca se ha practicado la disciplina del voleibol, está ubicado al suroeste del parque principal del municipio. La junta directiva del barrio es la encargada de velar por la protección de este escenario.	
Acceso	Tan solo cuenta con una entrada principal que tiene una medida aproximada de 2,50 metros de alto x 1,20 metros de ancho, este escenario está construido sobre la carrera 15 y limita con la calle 18 que actualmente se encuentra en remodelación.	
Uso	En este caso el uso para este escenario es restringido ya que se tiene que tener un permiso especial por parte del vigilante del barrio.	
Instalaciones y Servicios	Tan solo cuenta con una gradería ubicada a un costado de la cancha.	
Infraestructura	El escenario se encuentra encerrado con malla eslabonada en su totalidad.	
Iluminación	Actualmente dentro del escenario existe un poste con dos bombillas de luz.	
Gradería	Este escenario tiene 4 gradas de 18,20 metros de largo para un total aproximado de 145 espectadores	
Material de piso	Cemento	
Dimensiones	La cancha tiene las siguientes medidas: 26,10 metros de largo x 13 metros de ancho. Carece de retoque de pintura para las demarcaciones correspondientes.	

Datos complementario s	Dentro de este escenario se han realizado torneos de microfútbol y baloncesto para recoger fondos destinados a los niños de bajos recursos del barrio. Tiene dos arcos de microfútbol de 3,20 metros largo x 2,3 de alto y dos tableros de baloncesto con sus respectivos aros	
-----------------------------------	--	---

Tabla 8. Polideportivo primero de mayo

		Fotos
Descripción	El polideportivo primero de mayo se encuentra ubicado al noroeste del parque principal del municipio, lleva su nombre igual al barrio donde se encuentra	
Acceso	El escenario tiene una puerta principal de una medida aproximada de 1,20 metro de ancho. Alrededor de la cancha hay una carrera y una calle el cual están en perfectas condiciones para la facilidad de acceso de los espectadores que quieran observar cualquier justa deportiva.	
Uso	Es utilizado diariamente por deportistas aficionados los cuales practican los tres deportes correspondientes a una cancha multifuncional.	
Instalaciones y Servicios	Dentro del escenario tan solo cuenta con la zona de gradería a un costado de la cancha. Y a las afueras del mismo cuenta con un puesto de comida e hidratación.	
Infraestructura	El escenario está encerrado con una malla eslabonada. El 100% de zonas laterales de la cancha cuenta con esta malla.	
Iluminación	Existen dos postes de luz el cual el cual iluminan la totalidad del escenario. Cada poste con dos bombillas.	
Gradería	Cuenta con 4 unidades de gradería cada una con 15,50 metros de larga, para un total aproximado de 124 espectadores.	
Material de piso	Cemento	

Dimensiones	La cancha tiene 23,40 metros de largo x 13,70 metros de ancho. Las demarcaciones son visibles para la práctica de alguna de las tres disciplinas correspondiente a este escenario.	
Datos complementarios	Actualmente tiene dos arcos de microfútbol con la siguiente medida: 3.15 metros de ancho alto 2.10 metros alto. Este escenario ha sido epicentro de bazares dentro del barrio primero de mayo. De igual forma tiene dos tableros de baloncesto con sus respectivos aros.	

Tabla 9. Coliseo cubierto Cus

		Fotos
Descripción	El coliseo cubierto del CUS es considerado por expertos del deporte como uno de los mejores escenarios del departamento de Santander. Siendo también comparado con grandes escenarios deportivos de Cali, Medellín, Bogotá y Bucaramanga.	
Acceso	Se encuentra ubicado en el kilómetro 1 vía Socorro- Bogotá, a mano izquierda y al sureste del parque principal del municipio. Cuenta con zona de parqueadero en la entrada, y tres portones de 8 metros de alto x 10 metros de ancho. El acceso esta en óptimas condiciones tanto para personas en condición discapacitada como para las que no.	
Uso	El uso en este escenario varía ya que se le prioridad a las clases de educación física del colegio universitario las cuales son algunos días específicos de la semana. La alcaldía también obtiene beneficios de este escenario para organizar diferentes tipos de eventos. Y por último este escenario se arrienda por horas a la comunidad general para disputar partidos de los diferentes deportes que se puedan practicar allí.	

Instalaciones y Servicios	Cuenta con 3 establecimientos sanitarios para los espectadores que se encuentren dentro del escenario, cuenta con camerinos en óptimas condiciones para los deportistas, gimnasio, salón de ajedrez y salón de tenis de mesa, cabina de transmisión y tarima dentro del mismo escenario. Además su respectiva gradería a lado y lado de la cancha principal y señalización de seguridad en caso de emergencia.	
Infraestructura	El coliseo fue construido hace 9 años aún se conserva la modernidad de este, el cual está en perfecto estado cumpliendo con todos los estándares nacionales que debe tener un coliseo cubierto.	
Iluminación	Tiene 36 bombillas ubicadas en el techo para iluminar el 100% del escenario en las horas nocturnas	
Gradería	Cuenta con gradas a lado y lado de la cancha el cual tiene una capacidad máxima de 3000 espectadores.	
Material de piso	Multisport. Superficie deportiva fabricada en tabletas compuesto por dos capas unidas estructuralmente y pintura antideslizante.	
Dimensiones	36,20 metros de largo y 18, 85 metros de ancho sus delimitaciones se encuentran en perfecto estado.	

Datos complementarios	Este escenario cuenta con arcos de futbol sala y arcos de baloncesto por separado una malla para la práctica de vóleybol y un sinfín de balones para la práctica de estos deportes. Desde su inauguración ha albergado grandes eventos como por ejemplo: concurso de bandas anuales, departamental de judo, grados de colegios entre otros. Es tan prestigioso este lugar que hasta la selección de futbol sala disfrutó del coliseo, mostrando un partido de exhibición para el disfrute de todos los Socorranos.	
------------------------------	---	---

Tabla 10 Piscina (villa olímpica)

		Fotos
Descripción	La piscina se encuentra ubicada en el complejo deportivo de la villa olímpica hace muchos años atrás fue considerada el mejor escenario deportivo del municipio de El Socorro hoy en día está en el olvido de mucho de los Socorranos.	
Acceso	Esta se localiza al sureste del parque principal del municipio, kilómetro 3 vía Socorro-Bogotá la carretera que conduce a este escenario no se encuentra pavimentada el cual dificulta su acceso.	
Uso	En los últimos 15 años no se encuentra registro que haya sido utilizada ni para la competencia de natación ni para la recreación de la sociedad.	
Instalaciones y Servicios	Tan solo queda el recuerdo de lo que algún día funciono en este lugar, actualmente se encuentra en abandono total.	
Infraestructura	Zona de gradería para el disfrute de espectadores y cumplimiento de medidas de las cuales se considera piscina olímpica.	
Iluminación	No tiene ningún tipo de iluminación.	

Gradería	3 unidades de gradas por 30 metros de larga cada una ubicadas en los costados de la piscina. Para un total de 360 espectadores aproximadamente.	
Dimensiones	Largo: 50 metros Ancho 25metros. Profundidad: 2 metros	
Datos complementarios	Actualmente se está llevando a cabo un mantenimiento preventivo del agua, hay construcciones de viviendas aledañas a la zona y también es considerada en botín de guerra por todas las administraciones municipales pasadas.	

Tabla 11. Cancha de baloncesto villa olímpica

		Fotos
Descripción	Este escenario se encuentra ubicado en la villa olímpica para el uso exclusivo del baloncesto pero en cual está en completo abandono	
Acceso	Es difícil ya en la actualidad no cuenta con un camino establecido para poder llegar a este escenario tan solo hay pasto y vacas alrededor de la cancha.	
Uso	N/A	
Instalaciones y Servicios	N/A	
Infraestructura	N/A	
Iluminación	No cuenta con ningún tipo de iluminación.	
Gradería	N/A	
Material de piso	Cemento	
Dimensiones	27,70 metros de largo x 15, 10 metros de ancho carece de demarcaciones.	

Datos complementarios	En la actualidad queda descartado este escenario para cualquier actividad deportiva debido a su abandono y deterioro.	
------------------------------	---	--

Tabla 12. Cancha multifuncional (villa olímpica)

		Fotos
Descripción	Este escenario hace parte del complejo deportivo villa olímpica, el cual en la actualidad se encuentra en un abandono total	
Acceso	No cuenta con un camino específico, está rodeado de maleza y ganado de la zona.	
Uso	En la actualidad no es utilizado para la práctica deportiva.	
Instalaciones y Servicios	Actualmente no presenta ninguna instalación complementaria.	
Infraestructura	Este escenario está construido al aire libre. Tan solo cuenta con la zona de gradería en un costado.	
Iluminación	No tiene ningún tipo de iluminación	
Gradería	5 unidades de grada por 29 metros de largo, para un total aproximado de 290 espectadores	
Material de piso	Cemento	
Dimensiones	La cancha mide 28,10 metros de larga x 17 metros de ancho. Carece de pintura para su respectiva delimitación.	

Datos complementarios	Este escenario carece de mantenimiento. Cuenta con dos arcos de microfútbol y dos tableros de baloncesto con sus respectivos aros, los tableros están contruidos en material acrílico.	
------------------------------	--	---

Tabla 13. Estadio villa olímpica

		Fotos
Descripción	Ubicado al sureste del parque principal del municipio, en el complejo deportivo villa olímpica. Es considerado el único escenario en la actualidad recibe deportistas.	
Acceso	Queda en la parte alta del complejo deportivo no cuenta con carretera pavimentada y se caracteriza por su entorno natural.	
Uso	Todos los fines de semana se juegan diversos campeonatos de futbol.	
Instalaciones y Servicios	Cuenta con una caseta que presta el servicio de productos de alimentación e hidratación. Tiene graderías en la parte lateral de la cancha.	
Infraestructura	N/A	
Iluminación	No cuenta con iluminación	
Gradería	Dos graderías a lado y lado de la cancha: 5 unidades de gradas por 80 metros de largo cada una, para un total aproximado de 1600 espectadores.	
Material de piso	Pasto	
Dimensiones	Largo 106 metros x 72,40 metros de ancho, las demarcaciones son blancas con un material llamado cal.	

Datos complementarios	Este escenario no ha sido utilizado solamente para futbol, también se ha practicado ultime, rugby y parapente. Es el sitio predilecto de los Socórranos a la hora de elevar cometa. Los arcos de la cancha de futbol tienen la siguiente medida Alto 2,70 metros y Ancho 7,50 metros.	
------------------------------	---	---

Tabla 14. Patinodromo (villa olímpica)

		Fotos
Descripción	Es el escenario más moderno de la villa olímpica aún no ha concluido su construcción pero se tienen muchas expectativas por parte de la administración municipal y de los Socórranos	
Acceso	Está ubicado en la parte más alta del complejo deportivo de la villa olímpica la carretera no es pavimentada por ende dificulta su acceso inmediato.	
Uso	Aun no se ha inaugurado oficialmente	
Instalaciones y Servicios	N/A	
Infraestructura	Gradería en construcción.	
Iluminación	Cuenta con 7 postes modernos de iluminación cada uno con dos bombillas.	
Gradería	cuenta con 7 unidades de grada cada una con 70 metros de larga aproximadamente para un total aproximado de 980 espectadores	
Material de piso	Cemento	
Dimensiones	cumple la medida estándar de reglamentación del patinaje 200 metros cuadrados	

Datos complementarios	Se espera la finalización de este escenario para que todos los Socorranos y turistas podamos disfrutar de este.	
------------------------------	---	---

Para los escenarios evaluados, se realizó en tabla16 una comparación de las medidas reglamentarias que deben tener como mínimo.

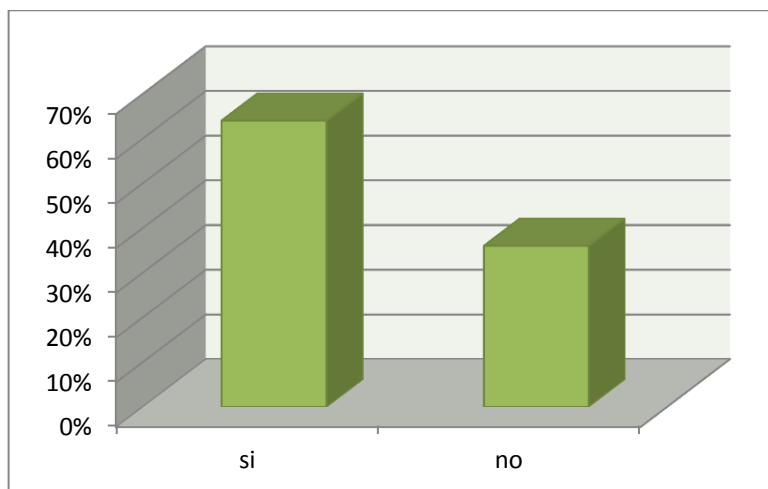
Tabla 15. Comparación

Nombre específico	Nombre del escenario	Dimensiones (metros)	Medida reglamentaria	Cumple
Cancha multifuncional	C.I.C 16 de marzo	largo: 30, 10 x ancho: 20,05	Sus medidas son longitud entre 32 a 25 x una anchura de 20 a 15 metros	Si
Cancha multifuncional	Polideportivo comuneros	largo: 26, 70 x ancho: 14,80	longitud entre 32 a 25 x una anchura de 20 a 15 metros	No
Cancha multifuncional	Polideportivo el diamante	largo: 28,70 x ancho: 14,15	longitud entre 32 a 25 x una anchura de 20 a 15 metros	No
Estadio de futbol	Estadio municipal de futbol	Largo: 94 x ancho: 64	Longitud máximo de 120 m y mínima de 90, y de una anchura no mayor a 90 m, ni menor de 45	Si
Cancha multifuncional	Polideportivo juventud comunera	largo: 29 x ancho: 15,20	Sus medidas son longitud entre 32 a 25 x una anchura de 20 a 15 metros	Si
Cancha multifuncional	Polideportivo las colinas	largo: 28.10 x ancho: 16,10	Sus medidas son longitud entre 32 a 25 x una anchura de 20 a 15 metros	Si

Cancha multifuncional	Polideportivo Manuela Beltrán	largo:26,10 x ancho: 13	Sus medidas son longitud entre 32 a 25 x una anchura de 20 a 15 metros	No
Cancha multifuncional	Polideportivo primero de mayo	largo: 23,40 x ancho: 13, 70	Sus medidas son longitud entre 32 a 25 x una anchura de 20 a 15 metros	No
Coliseo cubierto	Coliseo cubierto CUS	largo: 36,20 x ancho: 18,85	Sus medidas son longitud entre 32 a 25 x una anchura de 20 a 15 metros (también cumple con las medidas internacionales para cada deporte	Si
Piscina	Piscina villa olímpica	largo: 50 x ancho: 25	Largo: 50 metros. Ancho: 25 metros	Si
Cancha de baloncesto	Cancha de baloncesto villa olímpica	largo: 27,70 x ancho 15,10	largo: 28 metros ancho: 15 metros	No
Cancha multifuncional	Cancha multifuncional villa olímpica	Largo: 28,10 x ancho 17	Sus medidas son longitud entre 32 a 25 x una anchura de 20 a 15 metros	Si
Estadio de futbol	Estadio villa olímpica	Largo: 106 x ancho: 72,40	Longitud máximo de 120 m y mínima de 90, y de una anchura no mayor a 90 m, ni menor de 45	Si
Pista de patinaje	Patinodromo villa olímpica	200 mts^2	200mts^2	Si

Por medio de este estudio se encontró que el 65% de los escenarios deportivos evaluados cumplen la medida reglamentaria para practicar las diferentes disciplinas deportivas y el 35% desafortunadamente no la cumplen. Para mostrar gráficamente lo mencionado anteriormente se debe observar el Gráfico 3.

Gráfico 3. Porcentaje de escenarios con su respectiva reglamentación (SI-NO)



El resultado del diagnóstico arroja que 9 escenarios deportivos cumplen con las medidas reglamentarias para realizar eventos deportivos. Cabe resaltar que no todos están física y ambientalmente aptos para albergar espectadores y deportistas, por diferentes problemáticas que cada uno tiene.

Sin embargo hay que tener en cuenta que las diferentes federaciones deportivas establecen una serie de normas las cuales debe cumplir todos los escenarios deportivos a realizar un evento correspondiente al deporte que se quiera llevar a cabo. Existen normas enfocadas a la infraestructura y ubicación de dichos escenarios que sirven para la calidad del evento deportivo.

Por otro lado en esta investigación sobresalen 3 escenarios (Juventud Comunera, C.I.C 16 De Marzo Y Coliseo Cubierto Cus) por sus instalaciones e infraestructura sin duda se prestan para organizar eventos deportivos de calidad.

Sin olvidar que algunos escenarios deportivos necesitan un mantenimiento adecuado e inversión para la recuperación de su infraestructura y de esta manera poder prestar un óptimo servicio en la parte deportiva.

2. ESTUDIO DE MERCADEO SOBRE EL PERFIL DE ESPECTADORES Y DEPORTISTAS DEPARTAMENTALES

Para la elaboración del segundo capítulo de la presente investigación, se realizaron una serie de encuestas las cuales tenían como objetivo determinar los gustos y preferencias de la comunidad Santandereana, en cuanto a los eventos deportivos y la posible participación en ellos dentro del municipio de El Socorro.

Las encuestas se aplicaron en las 6 capitales de provincia en el departamento de Santander, utilizando la fórmula de muestreo aleatorio simple para determinar el número mínimo de encuestas válidas de esta investigación.

Según los planes de desarrollo y páginas oficiales de alcaldía de cada capital de provincia, el número de habitantes se presenta tabla 17.

Tabla 16. Cantidad de habitantes por municipio

PROVINCIA	MUNICIPIO	HABITANTES
Comunera	Socorro	30.295
García Rovira	Málaga	18.115
Vélez	Vélez	19.057
Soto	Bucaramanga	526.056
Guanenta	San gil	45.445
Mares	Barrancabermeja	122.403

Por ende para hallar la muestra mínima se utiliza la fórmula del tamaño de la muestra aleatoria simple.

Formula de muestreo

$$n = (z^2 \cdot (p) (q)) / e^2 \quad \text{ajuste del muestreo} \quad n1 = n / (1 + (n-1)/N)$$

$$Z = 1.96 \approx 95\%$$

$$P = 0.5$$

$$q = 1-p \quad q = 1-0.5 \quad q = 0.5$$

$$e = 0.05 \approx 5\%$$

$$n = ?$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5)(0.5)}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.25}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.96}{0.0025}$$

$$n = 384$$

$$n1 = \frac{384}{1 + \frac{384-1}{761371}}$$

$$n1 = \frac{384}{1 + \frac{383}{761371}}$$

$$n1 = \frac{384}{1,00050304}$$

$$n = 383,806$$

$$n1 = 383,806 \text{ habitantes}$$

Muestra final

El resultado final fue un mínimo de 384 encuestas. Adicional a esto, se dio un valor agregado, el cual fue el municipio de Barbosa, ya que es considerado un puerto turístico de Santander y uno de los municipios que más ha tenido desarrollo durante los últimos años. Para ello se aplicaron 51 encuestas más al presente trabajo de investigación.

De manera aleatoria y lógica de acuerdo a la cantidad de habitantes de cada localidad fueron escogidas las encuestas para los municipios de la siguiente manera: Socorro 50, Bucaramanga 100, Barrancabermeja 80, Málaga 52, San Gil 62, Vélez 40, Barbosa 51. Para un total de 435 encuestas. El modelo de la encuesta se encuentra en (Anexo B).

El estudiante investigador viajó a cada uno de los destinos mencionados anteriormente teniendo como prioridad los eventos y escenarios deportivos. Haciendo una investigación previa de las actividades deportivas de cada lugar, se logró establecer las fechas de viaje (todas fueron realizadas los fines de semana), ya que hay una mayor afluencia de personas las cuales salen a disfrutar de los espacios de ocio y esparcimiento en cada uno de estos destinos. De igual forma

se aplicaron encuestas en parques y centros de dichos lugares con el fin de saber la opinión de personas del común.

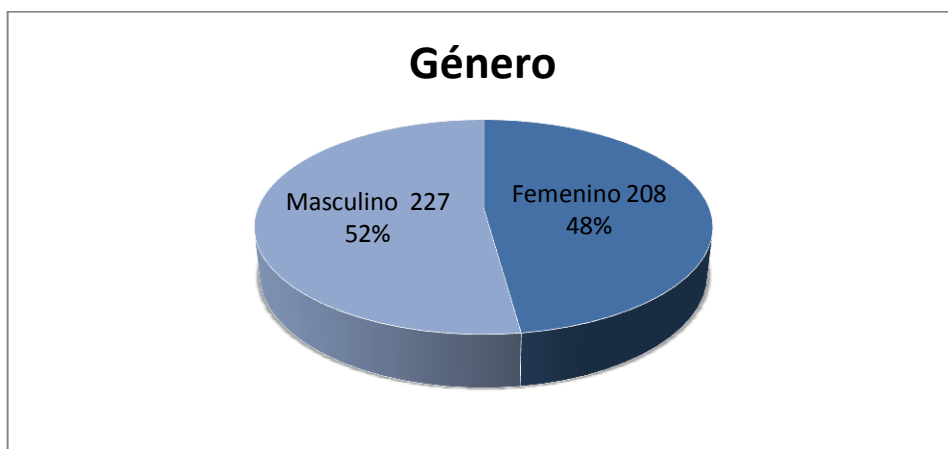
Para arribar a los destinos escogidos como potenciales se viajó en bus Socorro – Barrancabermeja – Bucaramanga - Málaga – San Gil – Vélez – Barbosa. Estos destinos recorridos en tres fines de semana del mes de Agosto y Septiembre del año 2016.

A continuación se muestran los resultados de las encuestas del presente trabajo de investigación en el siguiente orden: Socorro, Barrancabermeja, Bucaramanga, Málaga, San Gil, Vélez y Barbosa. Y por último se realiza un balance general de resultados de todas las encuesta.

2.1. RESULTADOS ENCUESTAS GENERALES.

Los resultados de las 435 encuestas en los lugares visitados son los siguientes: En el Grafico 4 se muestra la cantidad y porcentaje del género de las personas que contestaron las encuestas.

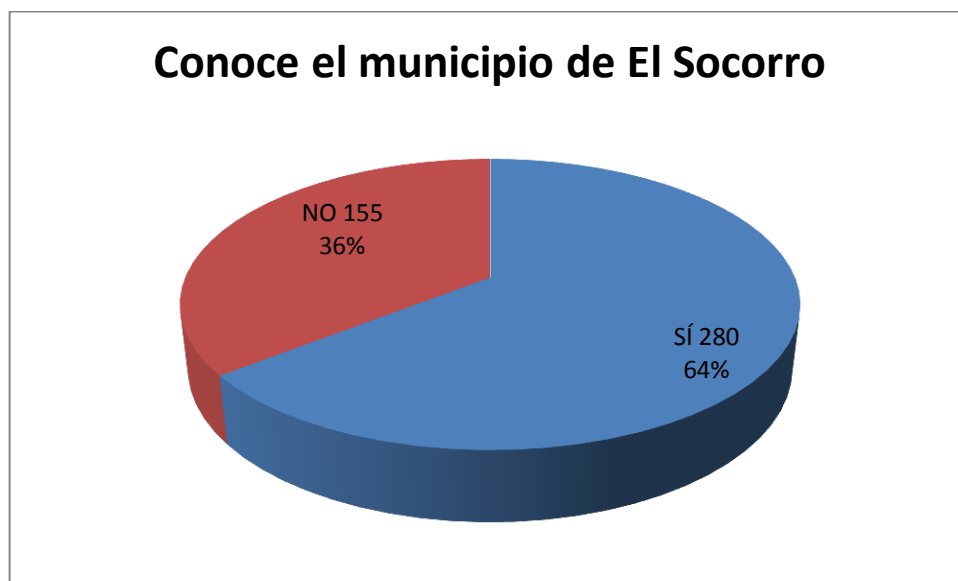
Gráfico 4. Género



En el presente trabajo de investigación el género masculino predominó las encuestas realizadas con un total de 227 correspondientes al 52% y el género femenino obtuvo 208 correspondientes al 48%.

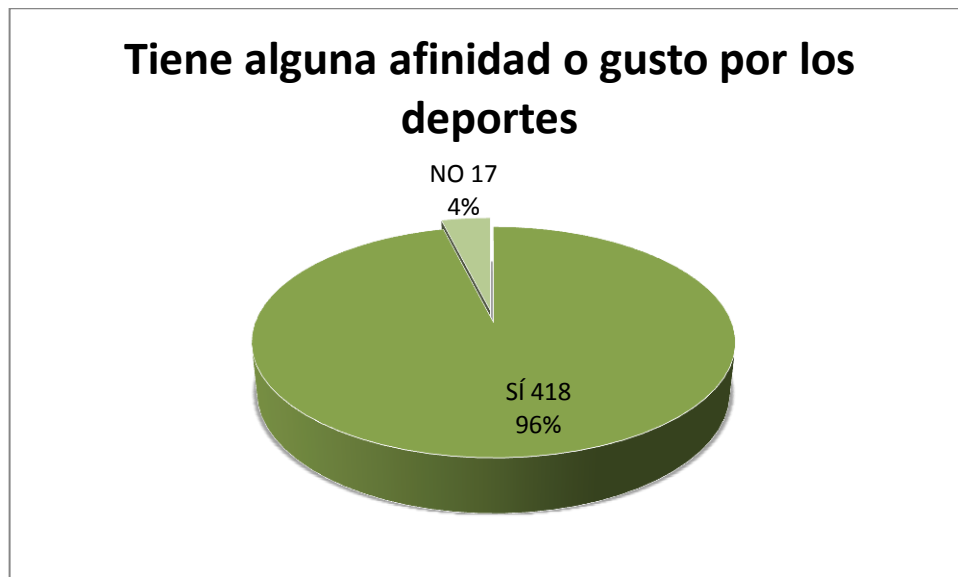
La primera pregunta consistía en saber si los espectadores y deportistas de los lugares visitados conocían el municipio de El Socorro. Se muestra en el Grafico 5 el porcentaje de las respuestas positivas y negativas de dicha pregunta.

Gráfico 5. Conoce el municipio de El Socorro.



280 personas encuestadas respondieron que si conocían el municipio de El Socorro y 155 respondieron que no conocían el municipio de El Socorro. La segunda pregunta consistía en saber si las personas encuestadas tenían algún gusto o afinidad por los deportes. En el Grafico 6 muestra el porcentaje de las respuestas positivas y negativas de dicha pregunta.

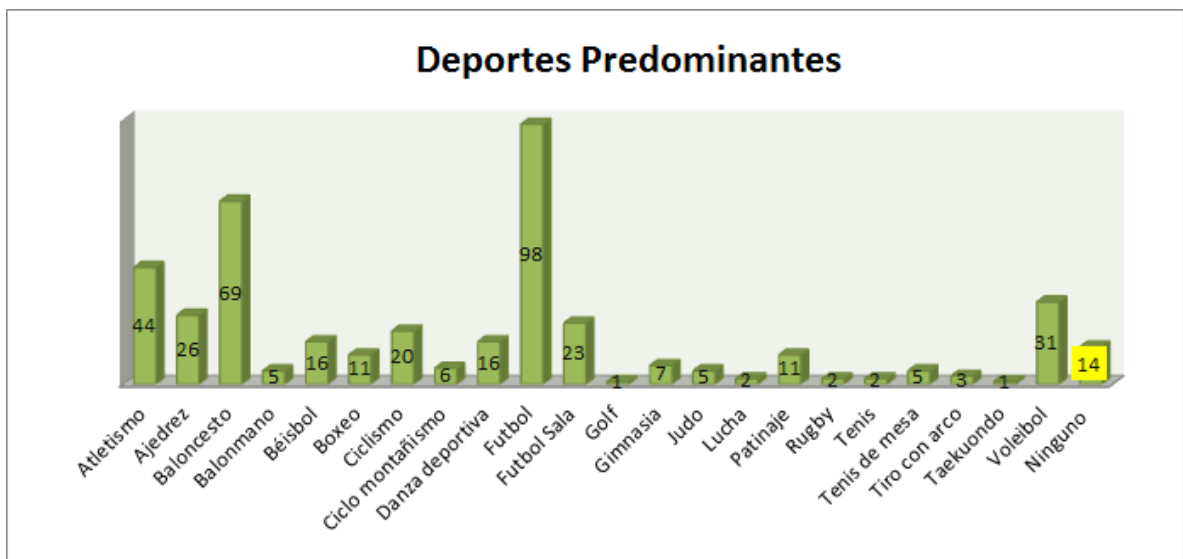
Gráfico 6. Tiene alguna afinidad o gusto por los deportes.



418 personas tiene algún gusto por los deportes y 17 personas afirmaron que no tenían ningún gusto por el deporte. Por ende se decide trabajar con las 418 encuestas para la continuación de la investigación.

Para la tercera pregunta fue utilizada una lista de deportes las cuales consistía en que las personas escogieran 5 deportes. 1 siendo el más importante y 5 el menos importante. En el Grafico 7 se muestra los deportes que predominaron en la encuesta o fueron la opción número uno de las personas.

Grafico 7. Deportes predominantes



El deporte que más les gusta a las personas encuestadas fue el futbol con 98 votos de preferencia. A continuación de muestra una Grafico donde se expresan otros deportes que no estaban incluidos en la encuestada realizada.

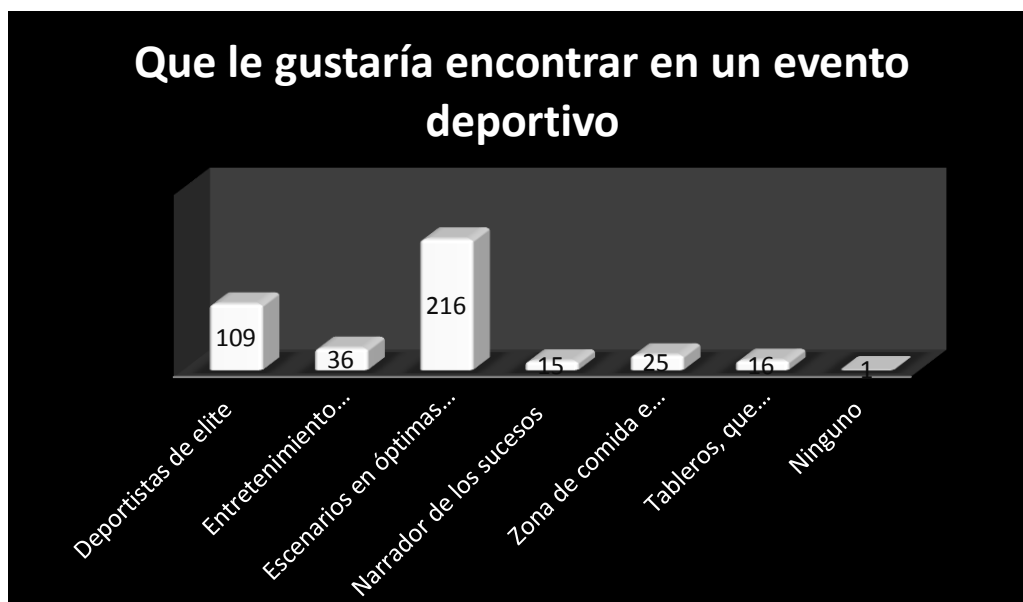
Gráfico 8. Otros deportes sugeridos



Dentro de las encuestas las personas surgieron otros deportes que no se encontraban dentro de la lista de deportes inicial en el cual predomino la disciplina

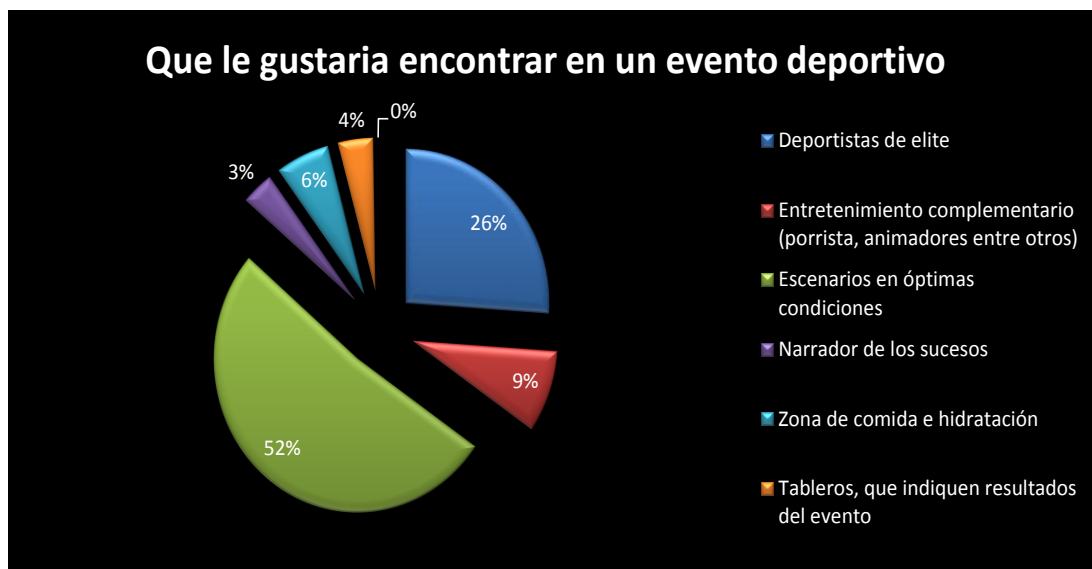
de la natación. Grafica 9 muestra el resultado de la pregunta: ¿Qué le gustaría encontrar dentro de un evento deportivo?

Grafico 9. Que le gustaría encontrar en los eventos deportivos



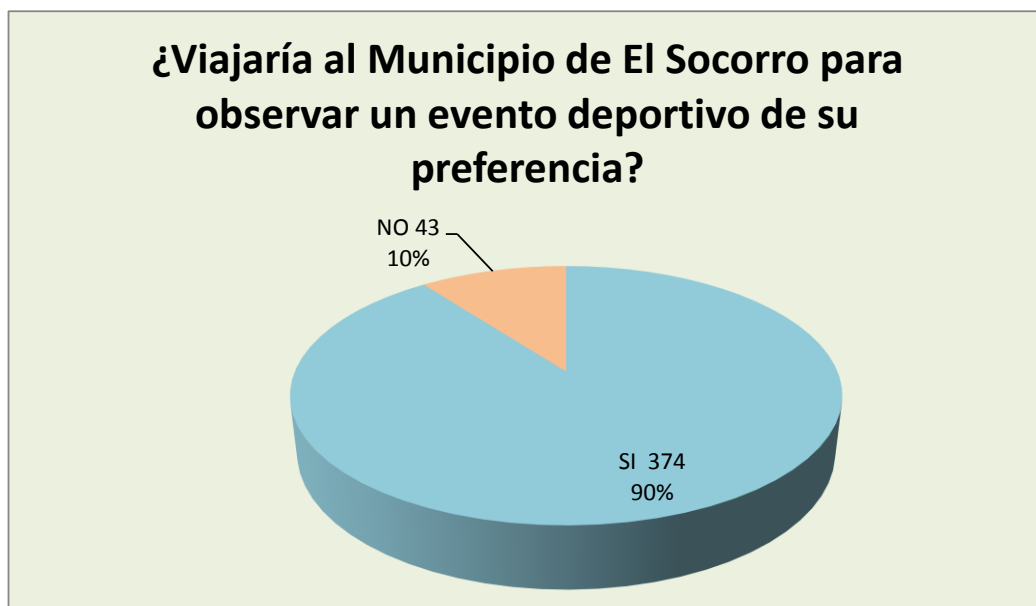
La mayoría de personas desea encontrar los escenarios deportivos en óptimas condiciones para la realización de un evento deportivo de calidad. De igual forma se expresa en forma de porcentaje en el Grafico 10 la pregunta correspondiente a ¿Qué le gustaría encontrar en un evento deportivo?

Grafico 10. Que les gustaría encontrar en un evento deportivo.



En el Grafico 11 se exponen los resultados correspondientes a las personas que viajarían al municipio de El Socorro a observar un evento de su preferencia.

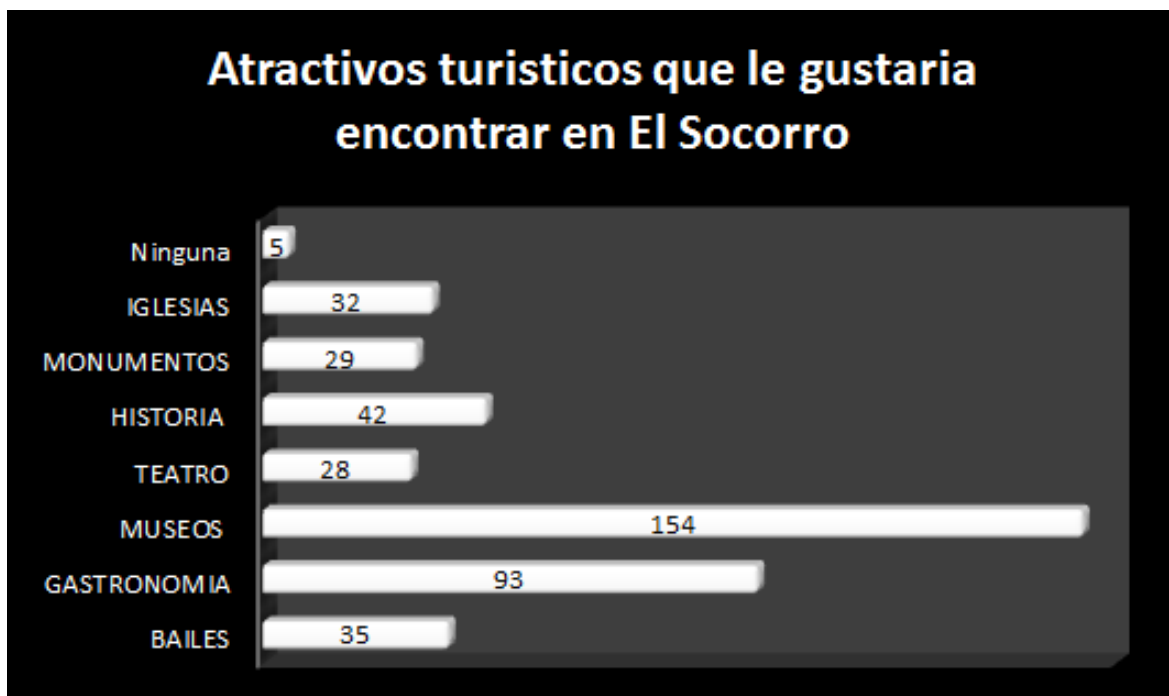
Grafico 11. Si en el municipio de El Socorro se realizara un evento deportivo de su preferencia ¿viajaría para observarlo?



Esta respuesta juega un papel muy importante para la investigación ya que 374 personas equivalentes al 90% aseguran que viajarían al municipio de El Socorro para observar un evento de su preferencia.

Se observa la cantidad de personas que quieren encontrar atractivos turísticos dentro del municipio en el grafico 12.

Grafico 12. Atractivos que le gustaría encontrar en el municipio de El Socorro



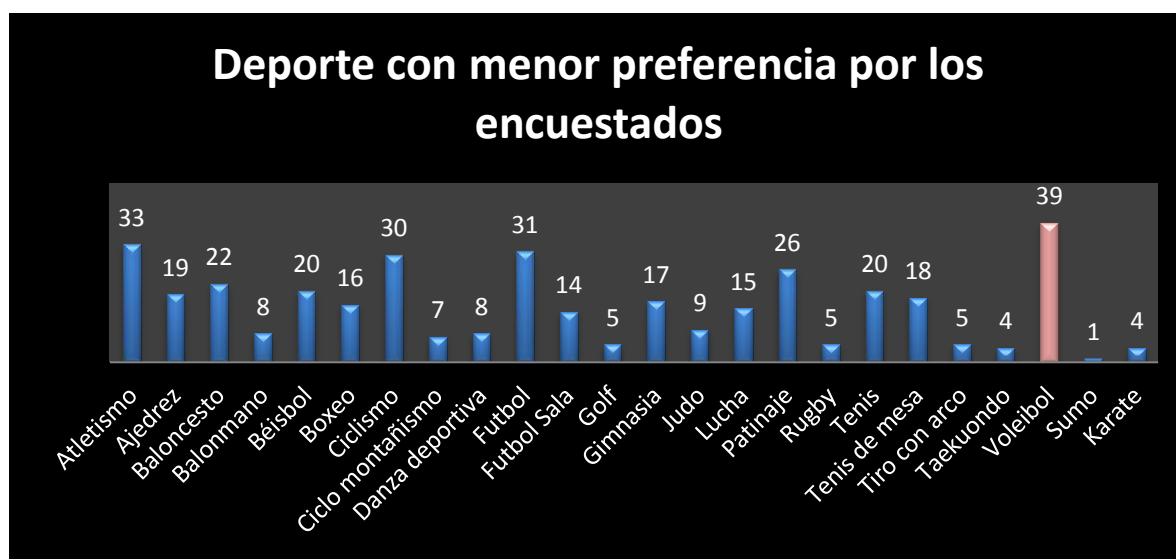
154 personas en total prefieren encontrar museos como atractivo numero 1 dentro del municipio de El Socorro. La próxima Grafico se observa el porcentaje de los atractivos que la gente quiere encontrar en el municipio.

Grafico 13. Porcentaje de los atractivos que prefieren encontrar los espectadores en el municipio de El Socorro.



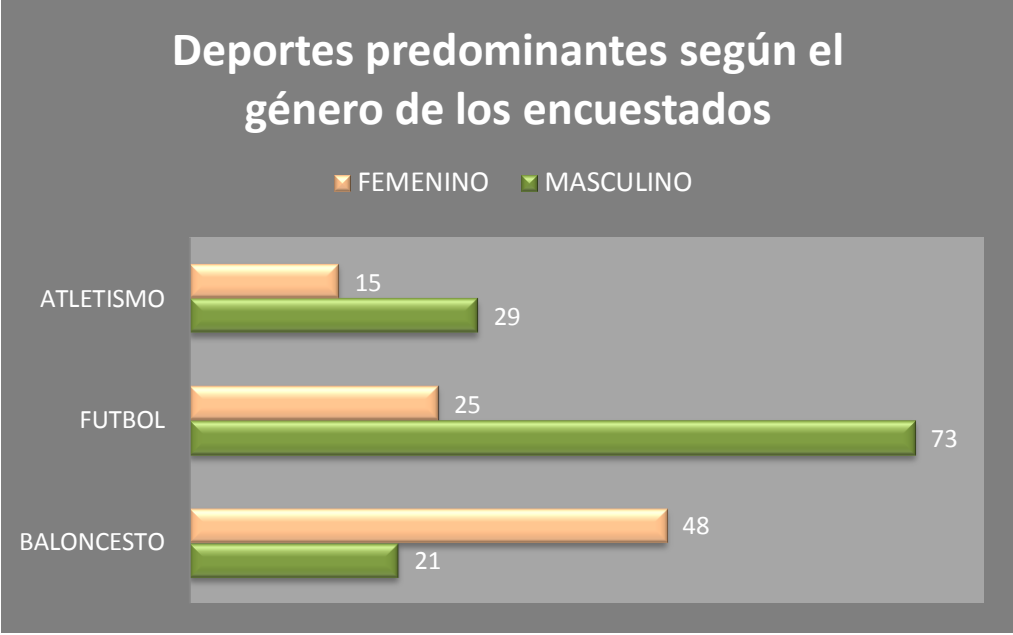
De acuerdo a la clasificación estipulada en las encuestas donde 1 era el deporte más favorito y 5 el menos favorito. Mediante el Grafico 14 se muestra cual es el deporte menos demandado de la comunidad santandereana. Este es el voleibol con un total de 39 personas.

Grafico 14. Deporte con menor preferencia por los encuestados



Mediante el grafico 15 se muestran los deportes predominantes de las encuestas anteriormente de acuerdo a las respuestas de hombres y mujeres.

Grafico 15. Deportes predominantes según el género de los encuestados



En el grafico anterior se puede observar que el deporte favorito (futbol) se relaciona con el género masculino, de igual forma se observa que hay un número significativo de mujeres a las cuales les gusta este deporte. Es aquí donde se ve reflejado un poco de la cultura santandereana y colombiana, una tendencia que se ha venido generando desde años atrás.

Grafico 16. Género de los encuestados y características que les gustaría encontrar en los eventos deportivos



El Grafico 16 muestra los resultados de lo que desean encontrar los encuestados en los eventos deportivos según su género. Lo cual arroja que hombres y mujeres en su gran mayoría prefieren encontrar los escenarios en óptimas condiciones, seguido de los deportistas de elite.

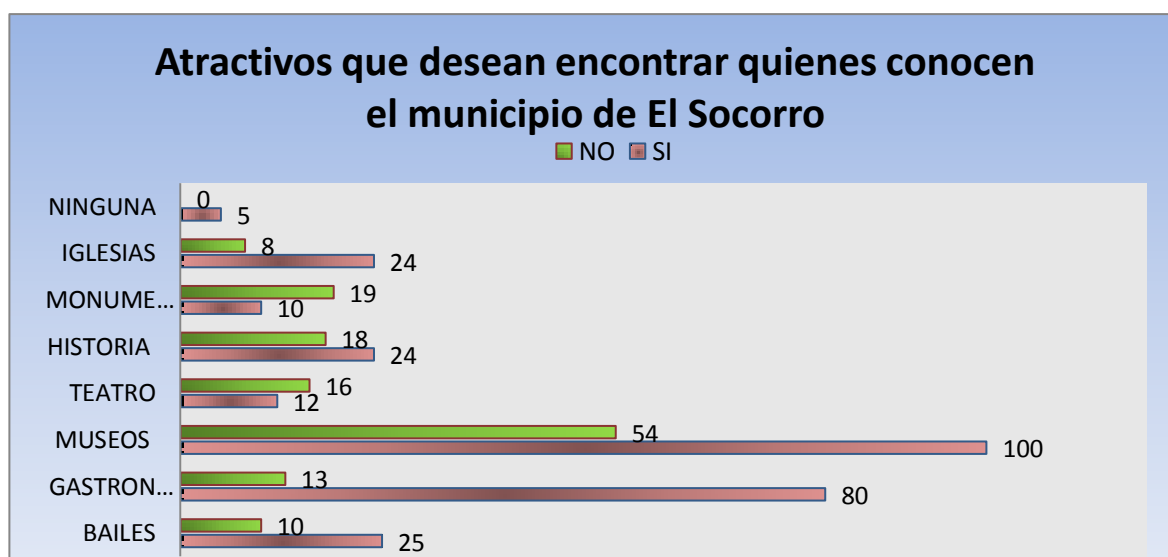
Se quería descubrir los resultados de dos variables: deportes predilectos y la respuesta a la pregunta si viajarían al municipio de El Socorro para observar su deporte favorito, para ello se muestran los resultados en el grafico 17.

Grafico 17. Viajaría a ver su deporte favorito en el municipio del Socorro



El grafico bivariado muestra los resultados de las personas que conocen y que no conocen el municipio de El Socorro y de los atractivos turísticos que les gustaría encontrar.

Grafico 18. Atractivos que desean encontrar quienes conocen el municipio de El Socorro y que atractivos le gustaría encontrar.



2.2. PERFIL DE LOS DEPORTISTAS

Teniendo en cuenta que el deporte predominante en esta investigación fue la disciplina del futbol, se indaga sobre las características que debe tener toda persona que practique este deporte, sea aficionada o profesional.

Cabe resaltar que dentro del desarrollo de las encuestas en los lugares visitados hubo deportistas futbolistas que de manera que aleatoria contestaron la encuesta anteriormente expuesta.

El futbol es una de las disciplinas más practicadas a nivel mundial especialmente en Colombia. En todos los lugares donde se realizaron las encuestas del presente trabajo de investigación existen construidas canchas de futbol para la práctica de equipos en todas sus categorías.

2.2.1. Los jugadores

El conocimiento adecuado de cada jugador y sus características es para que un modelo de juego sea efectivo y que su evolución sea controlada y no casual. Las

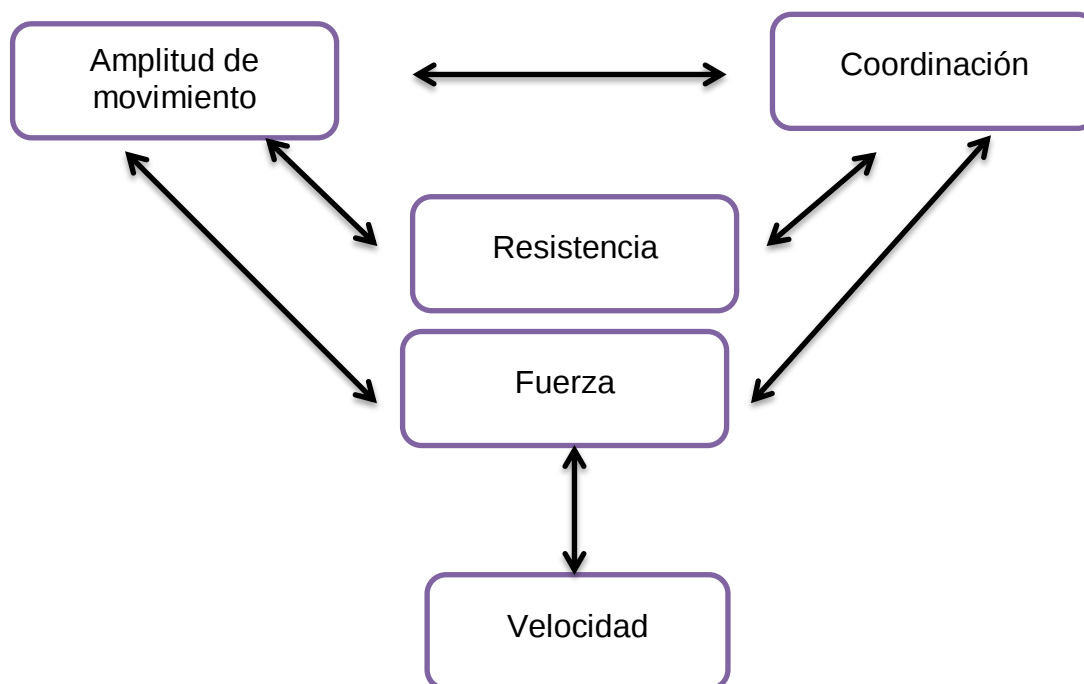
cualidades y potencialidades individuales son indicadores de funciones que cada jugador puede tener en el campo, pero estos no son los únicos parámetros que debe considerar el entrenador.

Un jugador que actúa de forma preferente en una determinada zona del campo cumple una serie de acciones encadenadas, debidas a las interacciones que se generan con los compañeros próximos.

Un jugador de futbol es un sistema multiestructural cuyo rendimiento depende de la adecuada, precisa e inevitable interrelación entre todas y cada una de sus estructuras conformadoras. Desarrollo de las cualidades físicas básicas de un jugador de futbol¹⁶.

A continuación en el gráfico 19 se muestra más clara donde explica las características básicas de una persona que practica el balompié de forma amateur o profesional

Figura 1. Desarrollo de las cualidades físicas básicas



¹⁶ MONTELEONE, Marco. ORTEGA JIMENEZ, Miguel Ángel. Los jugadores. En: Morcillo. Futbol la construcción de un modelo de juego. Barcelona: Editorial Paidotribo, 2015. P. 83

Fuente: P. Padral, Citado por J. M. Ortega

Lo expuesto anteriormente son las condiciones básicas que debe tener un deportista que quiera o practique la disciplina del balompié.

3. PLAN DE MERCADEO

Una vez hecho el diagnostico situacional de los escenarios deportivos del municipio de El Socorro y el estudio de mercado del perfil tanto de los espectadores como deportistas departamentales se procede ahora a realizar el plan de mercadeo involucrando lo mencionado.

El plan de mercadeo involucra el turismo como un fenómeno social, económico y cultural con la industria del deporte especialmente en el ámbito de eventos deportivos soportado por la teoría del autor Bernard Mullin en su libro marketing deportivo. Utilizando el marketing mix con un valor agregado como lo es la quinta P.

3.1 PROBLEMA O DESAFÍO

El desafío en el presente trabajo de investigación es proponer un plan de mercadeo viable que permita promocionar al municipio de El Socorro Santander como un destino turístico deportivo de Colombia, utilizando el deporte como un vehículo promocional y de esta manera atraer turistas al municipio, bien sea a participar directa o indirectamente en las justas deportivas.

Para realizar el desafío planteado de promocionar el municipio de El Socorro se utilizará la estrategia del marketing mix, expuesta por Bernard Mullin en su libro marketing deportivo, que incluye acciones sobre producto, precio, promoción, lugar (plaza), y relaciones públicas. Esta última siendo reconocida como la 5 P.

Todas estas estrategias expuestas anteriormente serán utilizadas dentro del municipio de El Socorro adaptando cada uno de estos conceptos al diseño del plan de mercadeo. Incluyendo de forma directa al turismo y sus respectivos servicios como lo son: Infraestructura hotelera, restaurantes, atractivos, productos y servicios, manejando cada uno de estos servicios con calidad y sostenibilidad. De igual forma involucrando al deporte con eventos, escenarios y actividades relacionadas con este.

3.2 FACTORES CRITICOS DE ÉXITO

“Factor de éxito: es algo que debe ocurrir (o debe no ocurrir) para conseguir un objetivo. Factor crítico de éxito: un factor de éxito se dice que es crítico cuando es necesario su cumplimiento para los objetivos de la organización”¹⁷.

Los factores críticos de éxito analizados en la problemática o desafío son:

- **Adecuación de la estructura física de escenarios deportivos.** Los escenarios deportivos del municipio de El Socorro en su mayoría cuentan con las medidas reglamentarias para la práctica de algunas disciplinas deportivas, sin embargo se requiere de la adecuación propicia para albergar tanto espectadores como deportistas y así ofrecer un espectáculo deportivo con calidad.
- **Realización de eventos deportivos de fútbol.** El municipio de El Socorro debe realizar eventos deportivos especialmente de la disciplina de fútbol ya que esta disciplina es la más predominante en el departamento de Santander según encuesta realizada por el autor del proyecto.
- **Ofertar y promocionar los museos existentes en el municipio.** Se requiere ofertar en el ámbito turístico los museos que se encuentran dentro del municipio como medio de atractivo turístico para las personas que arriban, teniendo en cuenta que las tanto las personas que conocen el municipio como las que desean encontrar este tipo de atractivo.
- **Patrocinio municipal.** Es conveniente contar con el apoyo tanto logístico, como económico por parte de la administración pública. Para la realización de cualquier evento deportivo dentro del municipio de El Socorro.
- **Vinculación del sector turístico.** Es necesaria la vinculación de estos entes públicos y privados para prestar un servicio de calidad a los turistas que arriben al municipio, con el fin de participar en justas deportivas.

¹⁷ OLIVEROS INFANTE, Jinny Samara. Diseño de un plan de mercadeo para el posicionamiento del programa de zootecnia de la universidad libre seccional socorro: Plan de mercadeo. Bucaramanga, 2013, 93 p. Trabajo de grado (Magister en Gerencia de Negocios). Universidad Industrial de Santander. Facultad de Ingenierías Físico-Mecánicas. Disponible en el catálogo en línea de la biblioteca de la Universidad Industrial de Santander: <<http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/pags/cat/conbas.jsp>>

3.3 PROPUESTA DE VALOR PARA LA SOLUCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA U OPORTUNIDAD EN EL ÁREA DE MARKETING

3.3.1 Determinación de los objetivos de la propuesta valor.

“Una propuesta de valor es la base para identificar lo valioso, así como cuales componentes de la estrategia se deben seleccionar, a que parte de la demanda dirigirse, y a través de recursos empresariales despegar la oferta”¹⁸.

La propuesta de valor es brindar calidad en los servicios turísticos orientada a las personas que arriben al municipio de El Socorro para participar en las justas deportivas que se realicen. La propuesta de valor se soporta en:

- Registro certificado de los prestadores de servicio
- Infraestructura hotelera en óptimas condiciones que presten el servicio de alojamiento
- Atractivos turísticos reconocidos dentro del municipio (Museos, parques, iglesias, cascadas etc.)
- Entretenimiento para espectadores durante los eventos deportivos para generar experiencia única
- Apoyo del sector comercial

Los objetivos de la propuesta de valor:

- Promocionar el municipio de El Socorro como un destino turístico por medio del deporte
- Generar ingresos económicos adicionales al municipio de El Socorro por medio del turismo alternativo como lo es el deporte
- Captar nuevos turistas y fidelizar los antiguos como resultado de un servicio de calidad.

3.3.2 Definición y elaboración de las estrategias de marketing en función de los objetivos planteados. Las estrategias de marketing a realizar son:

3.3.2.1 Estrategias para Elementos del Producto.

¹⁸ MEDINA, Ricardo. Despliega tu propuesta de valor: Definiciones preliminares y recursos adicionales. Primera edición. México: Lid Editorial, 2012. 7 p.

El producto del deporte ofrece al consumidor la satisfacción de algunos deseos o necesidades básicas como salud, diversión o sociabilidad. Por supuesto, hay otros productos que pueden ofrecer estas mismas ventajas. El responsable del marketing deportivo debe comprender porque el consumidor adquiere para satisfacer sus necesidades o anhelos un producto deportivo en lugar de otro producto¹⁹.

- **Fútbol como el principal producto deportivo.** El fútbol es el deporte predominante de acuerdo a las encuestas realizadas en departamento de Santander, por ende debe ser el principal producto a trabajar y crear una serie de estrategias en torno a esta disciplina.
- **Solicitar los permisos de los escenarios deportivos.** Para la realización de cualquier encuentro deportivo se debe tener el permiso correspondiente por parte del Instituto de Deporte y recreación del municipio para el acceso de cualquier escenario deportivo.
- **Inventario turístico de los atractivos del municipio.** Solicitar al Instituto de Cultura y Turismo del municipio el inventario correspondiente a los atractivos turísticos actuales con el fin de tener claro la oferta disponible.
- **Ampliar la oferta turística.** Con esta estrategia se pretende la creación y diseño de nuevos productos turísticos autóctonos del municipio con el fin de compra por parte de los visitantes que arriban al municipio para observar un evento deportivo.
- **Manejar base de datos de los turistas.** Llevar un control de los turistas que visitan el municipio de El Socorro los cuales llegan a participar dentro de un evento deportivo bien sea como espectador o deportista.

3.3.2.2 Estrategia de Precios.

En las encuestas se encontró que esta variable no es relevante para los espectadores potenciales teniendo en cuenta que el encargado de la organización de estos eventos, tiene que sacar los costos fijos y variables para poder determinar algún tipo de precio específico el cual sea rentable.

¹⁹ MULLIN, Bernard. Marketing deportivo: El producto del deporte. Barcelona: Editorial Paidotribo, 2007. 28 p.

Cabe resaltar que para poder determinar el precio en un tipo de evento deportivo se debe tener en cuenta el lugar, la hora, los lujos, servicios complementarios. etc. que ofrezca el evento. De igual forma los precios de los servicios turísticos dependen directamente del ente encargado.

- **Elaboración de paquetes turísticos.** Los prestadores de servicios turísticos del municipio deberán ofrecer al turista paquetes que tengan una vinculación directa con el municipio y los eventos deportivos. Teniendo en cuenta el nivel socioeconómico de cada consumidor.
- **Promociones enfocadas a consumidores frecuentes.** Con esta estrategia se pretende fidelizar a los consumidores, en este caso turistas deportivos con precios accesibles otorgando un trato preferencial.

3.3.2.3 Estrategias de lugar (plaza).

“La plaza es todo el esfuerzo que realiza la organización social para poner a disposición de los usuarios los productos sociales, como los lugares físicos que se tienen que establecer o la elaboración de alianzas estratégicas con organizaciones públicas y privadas de la comunidad para que los productos sociales lleguen a través de sus estructuras al usuario final”²⁰.

- **Establecer los lugares requeridos para la realización de las actividades.** Esta estrategia es clave se debe identificar los escenarios deportivos donde se vayan a realizar las justas deportivas, los hoteles y restaurantes donde los deportistas y espectadores satisfagan sus necesidades básicas dentro del municipio.
- **Una imagen limpia y agradable.** Donde se realicen las actividades tanto deportivas como turísticas se deben tener espacios limpios y agradables para el público esto con el fin de generar una mejor imagen para el municipio.

3.3.2.4 Estrategias para la promoción.

²⁰ PEREZ, Luis. Marketing Social: La mezcla del marketing social. Primera edición. Madrid: Pearson, 2004. 265 p.

“Cuando hablamos de promoción nos referimos al conjunto de estímulos que de una forma no permanente y a menudo de forma localizada refuerzan en un periodo corto de tiempo la acción de la publicidad y/o la fuerza de ventas”²¹.

En cuanto a la promoción deportiva “el deporte ha depositado su confianza en la publicidad como principal herramienta de promoción”.²² De acuerdo a las posibilidades de promoción y divulgación existentes se determinan las siguientes estrategias:

- **Invitación especial a equipos constituidos del balompié Colombiano.** El encargado de organizar y realizar eventos deportivos en el municipio de El Socorro tendrá que identificar equipos de fútbol constituidos departamental o nacionalmente para hacer una invitación formal de la posibilidad de asistir como participantes a encuentros deportivos dentro del municipio.

Otro medio de promoción que nunca pasará de moda es lo que se considera en el mercadeo como el face to face o cara a cara, para este caso sería una persona encargada de viajar a los municipios y ciudades promocionando el evento deportivo y haciendo su respectiva invitación o inscripción dentro de los destinos previamente establecidos y de esta manera asegurando la participación del evento deportivo.

- **Mercadeo por medio de redes sociales.** Esta estrategia de mercadeo quizás es una de las comunes hoy en día y a su vez es una de las más exitosas, las redes sociales son un fenómeno de publicidad que resulta ser muy económico para promocionar cualquier tipo de evento. Para los eventos deportivos no puede ser la excepción utilizar estos medios para garantizar participación.

Una gran ventaja de hacer mercadeo por medio de las redes sociales es que las personas pasan gran cantidad de su tiempo sus teléfonos, Tablet y computadores. Esto facilita el acceso de publicidad de cualquier producto, servicio o destino.

- **Mercadeo en medios de comunicación.** Teniendo en cuenta que “Los medios de comunicación más concretamente hacen alusión a las campañas de sensibilización social. Deja clara la importancia de la comunicación publicitaria

²¹ RIVERA, Jaime. La promoción de ventas: ¿Qué es la promoción? Segunda edición. Madrid: ESIC editorial, 2002. 17 p.

²² Mullin. Op. Cit., p. 38

como un mecanismo capaz de estimular el consumo y promover una actitud positiva en los destinatarios frente al producto”.²³

En este caso los medios de comunicación juegan un papel muy importante ya que serán los principales promotores del municipio de El Socorro, hoy en día en la era de la globalización los seres humanos necesitamos mantenernos informados y gracias a estos canales la publicidad se convierte en masiva, es por esta razón que se deben aprovechar los recursos tecnológicos y a si promocionar El Socorro como destino turístico.

- **Publicidad televisiva.** Gracias a las tecnologías de la información y la comunicación (TICS) la industria se ha venido desarrollando de manera muy rápida. La televisión es uno de los medios más vistos por la comunidad Colombiana y uno de los más influyentes en la decisión de la vida cotidiana de las familias.

Es por esto que para la promoción del municipio se debe apuntar a realizar propagandas promocionales cortas donde se resalte el deporte y los atractivos del municipio, con un elemento impactante que genere recordación en el cliente y sienta la necesidad de conocer el municipio

- **Publicidad radial.** El ente encargado de hacer la publicidad tendrá la obligación de contactar las cadenas radiales de municipios y ciudades aledañas promocionando así el destino de El Socorro como un lugar turístico y deportivo de Colombia.

- **Publicidad en periódicos.** Los periódicos regionales y nacionales de igual forma se pueden aprovechar para promocionar el Municipio De El Socorro. Esto en el caso de que los posibles consumidores planeen un viaje al municipio, con fines turísticos y deportivos.

- **Participación en ventanas Turísticas.** Constantemente la industria del turismo organiza foros, conferencia, capacitaciones, coloquios entre otros, donde los destinos muestran sus productos y servicios a nivel nacional e internacional. Con el fin de generar más turismo. Estos eventos pueden servir como puentes promocionales para el municipio de El Socorro en el ámbito turístico deportivo.

²³ GARCIA, José. Medios de comunicación publicidad y adicciones: Conclusiones. Primera edición. Madrid: Edaf, 2009. 79 p.

- **Publicidad por medio de licensing.** Existe también un tipo de promoción que se llama la promoción del licensing esto es: “la adquisición de una serie de derechos unidos o asociados a un producto o evento con el fin de obtener unos beneficios derivados de esta unión o asociación”²⁴.

La promoción del licensing puede incluir, aunque no necesariamente, las siguientes provisiones y beneficios:

- El derecho a una asociación exclusiva dentro de una categoría de producto o servicio
- El derecho de dar título a un acontecimiento o instalación.
- El derecho de usar un logo, un nombre comercial y representaciones graficas que sirven de conexión entre el comprador y el producto.
- El derecho de dirigir determinadas actividades promocionales conjuntamente con los acuerdos del licensing, por ejemplo, concursos o actividades de venta²⁵.

3.3.2.5 Estrategia de Relaciones Públicas (la quinta P)

Para Bernard Mullin la quinta P es lo relacionado al patrocinio e inclusión de una organización, sociedad, comunidad o persona natural al deporte.

Tanto el deporte como el turismo requieren tener contactos para poder lograr objetivos ambiciosos, las relaciones públicas quizás determinan el éxito o el fracaso de cualquier evento generalmente las relaciones publicas se requieren cuando el patrocinio es muy escaso. Es entonces cuando se necesita tener buenas relaciones tanto en el sector privado como público.

“Las relaciones públicas son la función de la gestión, que evalúa las actitudes públicas, identifica las políticas y los procedimientos de un individuo o una organización de acuerdo con el interés público y ejecuta un programa de acción para ganar la aceptación y la comprensión del público.”²⁶

- **Convenios con empresas públicas y privadas.** Para la realización de eventos deportivos dentro del municipio de El Socorro es fundamental contar con

²⁴ Mullin. Op. cit., p. 220

²⁵ Mullin. Op. cit., p. 220

²⁶ Mullin. Op.cit., p. 262

patrocinadores que tengan algún vínculo con los deportes para ratificar el éxito de los eventos.

- **Apoyo financiero de la Alcaldía, Instituto de Cultura y Turismo y el Instituto de Deporte y Recreación.** Es importante contar con el apoyo de la administración pública para la realización de cualquier evento deportivo ya que ellos son los principales promotores tanto del deporte como del turismo, y pueden ser un factor primordial para el éxito de este.

- **Relaciones publicas con la comunidad local.** Las relaciones con la comunidad local influyen en la colaboración de cualquier tipo de evento, si la comunidad local está de acuerdo con la realización de los eventos deportivos apoyarán incondicionalmente para que sea todo un éxito y así poder generar una imagen positiva del municipio de El Socorro como un destino turístico.

Para lograr esto, también es recomendable educar a los ciudadanos de la importancia y los beneficios que trae el turismo para cualquier localidad y de todas las cosas buenas que genera una imagen agradable del municipio donde se realizan los eventos que atraen un número de personas.

3.4 DETERMINACIÓN DE LOS PLANES DE ACCIÓN

Al obtener las estrategias y los factores críticos de éxito se prosigue a agrupar en programas y proyectos la realización de propuestas de los planes de acción, siguiendo la metodología de plan-programa- proyecto. Siendo así los siguientes los siguientes programas:

- Gestión de los prestadores de servicios turísticos y deportivos
- Diseño de un sistema de relaciones publicas
- Infraestructura física de escenarios deportivos y prestadores de servicios
- Desarrollo de un mercadeo apropiado para fortalecer la imagen del destino
- Evaluación de programas

Las actividades se desarrollarán periódicamente (semestralmente) en el año, aprovechando las vacaciones estudiantiles de los meses comprendidos de Junio-Julio y Diciembre-Enero. Siendo estas consideradas temporadas alta para el turismo.

La persona encargada de liderar el plan de mercadeo será de igual forma la persona encargada de liderar el plan de acción en conjunto con la administración pública del municipio, quien a su vez será encargada de gestionar los recursos suficientes y permisos pertinentes para la elaboración sin ningún problema del plan.

3.5 INDICADORES CRÍTICOS DE CONTROL

Para el presente plan de mercadeo, el principal indicador que se puede resaltar es un control de base de datos de los turistas que arriben al municipio de El Socorro con el fin de observar o participar dentro de un evento deportivo.

Cabe resaltar que las encuestas realizadas en el departamento de Santander por el estudiante investigador, arrojaron que el 90% de las personas encuestadas viajarían al municipio de El Socorro para observar un evento deportivo de su preferencia tomando esto como clientes potenciales.

De igual forma se utilizará mecanismos de control y seguimiento involucrando las estrategias de marketing mix o marketing de las 5 p's, cumpliendo los objetivos establecidos todo con el fin de promocionar el municipio de El Socorro como un destino turístico deportivo de Colombia.

A continuación se expresa lo anteriormente expuesto en las siguientes tablas:

3.5.1. Indicadores para elementos del producto

Tabla 17. Elementos del producto

Estrategia	Indicador	Criterios de control	Plan de seguimiento
Fútbol como el principal producto deportivo	Número de equipos participantes	Registro de inscripción de equipos	La persona encargada de liderar el plan de mercadeo en conjunto con el organizador de eventos deportivos llevarán el seguimiento adecuado de las actividades y eventos realizados en el municipio
Solicitar los permisos de los escenarios deportivos	Número de permisos requeridos	2 permisos mínimos al año	El director del IDR, otorgará los permisos correspondientes a los escenarios deportivos y de igual forma siendo él, el principal responsable de su mantenimiento
Inventario turístico de los atractivos	Número de inventarios actuales del municipio	Actualización anual del inventario turístico	El instituto de cultura y turismo es el ente encargado realizar este inventario y hacerlo conocer a las empresa operadoras de turismo
Ampliar la oferta turística.	Número de productos nuevos.	1 producto nuevo semestral	Propietarios o Gerentes de las empresas prestadoras de servicios turísticos
Manejo de base de datos de los turistas.	Registro de turistas en bases de datos	Incremento del 30% en la base de datos con respecto al registro anterior	Propietarios o Gerentes de las empresas prestadoras de servicios turísticos

3.5.2 Indicadores para elementos del precio

Tabla 18. Elementos del precio

Estrategia	Indicador	Criterios de control	Plan de seguimiento
Elaboración de paquetes turísticos	Número de paquetes turísticos	5 paquetes turísticos trimestrales	Los encargados para realizar este seguimiento son los propietarios o Gerentes de las empresas prestadoras de servicios turísticos
Promociones enfocadas a consumidores frecuentes	Número de Promociones	2 promociones cada semestre	Seguimiento a través de los departamentos de mercadeo de las empresas prestadoras de servicios turísticos

3.5.3 Indicadores para elementos del lugar (plaza)

Tabla 19. Elementos del lugar (plaza)

Estrategia	Indicador	Criterios de control	Plan de seguimiento
Establecer los lugares requeridos para la realización de las actividades	Números de establecimientos y escenarios pertinentes	Mínimo dos establecimientos	El personal que tenga a cargo la administración de estos lugares
Una imagen limpia y agradable	Número de escenarios adecuados	El 100% de los escenarios utilizados	El personal que tenga a cargo la administración de estos lugares (escenarios y establecimientos)

3.5.4 Indicadores para elementos de la promoción

Tabla 20. Elementos de la promoción

Estrategia	Indicador	Criterios de control	Plan de seguimiento
Invitación especial a equipos constituidos del balompié Colombiano.	Número de contactos a equipos de balompié	Mínimo el 40% de la base de datos de los equipos	La oficina de mercadeo será la encargada de revisar las invitaciones y realizar un seguimiento
Mercadeo por medio de redes sociales.	Número de anuncios promocionales en redes sociales	Mínimo 2 anuncios por red para cada evento	El encargado de la parte de mercadotecnia del municipio, con la revisión semestral de estas páginas en redes sociales.
Mercadeo en medios de comunicación (radial, televisiva, periódicos)	Numero de avisos y videos publicitarios puestos en medios de comunicación	Radial: 2 pautas semestral Televisión: 1 video promocionales semestral Periódicos: 1 aviso para cada evento	El encargado de la parte de mercadotecnia del municipio y/o instituto de deportes.
Participación en ventanas turísticas	Número de participaciones anuales	Mínimo 3 participaciones anuales	El director del Instituto de Cultura y Turismo, será el embajador de las ventanas turísticas que se realicen
Publicidad por medio de licensing	Número de empresas unidas tanto turísticas como deportivas	Mínimo 5 empresas anualmente	El personal que lidere el plan de mercadeo

3.5.4 Indicadores para elementos de Relaciones Públicas

Tabla 21. Elementos de relaciones públicas

Estrategia	Indicador	Criterios de control	Plan de seguimiento
Convenios con empresas públicas y privadas.	Número de convenios entre empresas publica y privadas	1 convenio anual	El líder del plan de mercadeo junto con la administración municipal, el instituto de cultura y turismo y por último el IDR
Apoyo financiero de la Alcaldía, Instituto de Cultura y Turismo y el Instituto de Deporte y Recreación.	Porcentaje de financiación en los eventos deportivos	Mínimo el 40% anualmente	La administración municipal, el Instituto de Cultura y Turismo y por último el IDR todas estas entidades trabajando juntas
Participación de la comunidad local en los eventos realizados.	Número de asistentes locales a los eventos	Mínimo el número de asistentes que cubra el punto de equilibrio en costos para cada evento	El encargado de la organización de cada evento.

4. CONCLUSIONES

Este trabajo se ha realizado con el fin de aportar al sector turístico una alternativa de oferta diferente a las que actualmente el municipio de El Socorro cuenta. Cabe resaltar que este trabajo de investigación es uno de los primeros realizados en el municipio que vincula el deporte con el sector turístico para la promoción del destino.

Referente a los objetivos y metas planteadas por cada capítulo, se alcanzaron los siguientes resultados:

Como consecuencia de este estudio del primer capítulo se obtuvo que el 64% de los escenarios deportivos del municipio de El Socorro cumplan con las medidas reglamentarias para la práctica de diferentes disciplinas deportivas, teniendo en cuenta que las medidas varían según la federación deportiva nacional o internacional de cada disciplina.

Sin embargo no todos los escenarios se encuentran en perfectas condiciones ya que algunos se hallan en deterioro de infraestructura física y ambiental. De igual forma existen otros escenarios que sobresalen de los demás por sus óptimas condiciones para albergar cualquier tipo de evento deportivo, encontrándose dentro de la disciplina respectiva correspondiente a la práctica en el escenario.

Entre los escenarios deportivos pertenecientes al casco urbano o centro del municipio de El Socorro no se evidencia ningún tipo de inconveniente para la práctica o evento deportivo dentro de estas instalaciones. En cambio los escenarios ubicados a las afueras del municipio carecen de luz eléctrica y unidades sanitarias, sin olvidar que tienen un difícil acceso ya que no cuentan con carreteras pavimentadas.

Para el segundo capítulo se realizó un estudio de mercado sobre el perfil de espectadores y deportistas departamentales el cual arrojó los siguientes resultados:

Teniendo en cuenta los resultados arrojados por las encuestas se observa que dentro de los 3 deportes favoritos no encontró ningún deporte no tradicional siendo así el deporte predominante el fútbol con 98 personas que aseguraron que este era su deporte favorito, baloncesto 69 y atletismo 44. El 90 % de los encuestados

aseguraron que viajarían al municipio de El Socorro para observar un evento deportivo de sus preferencias siendo 94 personas seguidores del balompié. No se observó la preferencia por deportes extremos o deportes no tradicionales, en las personas participantes en el estudio.

Como principal atractivo turístico 154 de las personas encuestadas quieren encontrar museos dentro del municipio. Como segunda opción la gastronomía Socorrana, esta fue escogida por 93 personas las cuales quieren encontrar la gastronomía en conjunto con la historia, la cultura y las anécdotas que estos platos tradicionales llevan inmersos. Siendo esto una manera positiva de generar un nuevo producto.

Con estos resultados no queda duda que el deporte genera pasión en las personas, y puede ser utilizado para generar venta de productos y servicios alrededor de este. De igual forma se pueden utilizar estos resultados para la realización y promoción de eventos deportivos en el municipio de El Socorro con el fin de atraer visitantes amantes del deporte

De acuerdo al deporte predominante se estableció el perfil de los deportistas de alto rendimiento que practica el futbol de manera amateur o profesional. Esto con el fin de organizar eventos alrededor de esta disciplina.

Con respecto a los capítulos anteriores y los resultados de los mismos se da pie al diseño del plan de mercadeo referente al tercer capítulo. El plan de mercadeo se enfoca primordialmente en la promoción del municipio de El Socorro como un destino turístico por medio del deporte, involucrando directamente los escenarios deportivos y los establecimientos prestadores de servicios.

La ejecución de este plan requiere de la inversión por parte de la administración pública y empresas patrocinadoras que respalden económicamente a la elaboración de los eventos deportivos que se realicen de acuerdo al plan establecido siguiendo las estrategias establecidas como lo son las 5 P's, producto, precio, promoción, plaza y relaciones públicas.

Si se tiene en cuenta todo lo mencionado anteriormente el plan de mercadeo puede llegar a ser una opción exitosa para atraer turismo al municipio de El Socorro utilizando el deporte como la principal promoción en la diversidad de oferta turística, este requiere la colaboración de entes públicos y privados de la región.

Se sugiere a la administración pública en invertir en el mantenimiento y adecuación de los escenarios deportivos del municipio de El Socorro especialmente los ubicados en el complejo denominado Villa Olímpica, ya que estos últimos se están perdiendo en el tiempo y están quedando en el olvido de todos los Socórranos.

Por otro lado, es importante generar convenios con las empresas del sector público y privadas para cualquier acontecimiento que ocurra en el municipio de El Socorro y tenga como epicentro el turismo y el deporte.

BIBLIOGRAFÍA

ARIAS, Felipe, ARTUNDUAGA, Catalina, Diseño de un plan de marketing deportivo para reforzar a la asociación deportivo Cali como marca. Trabajo de grado (Publicista). Cali: Universidad Autónoma de occidente, 2013. 169 p. Disponible en: <http://red.uao.edu.co/bitstream/10614/5849/1/T03864.pdf>

ASOCIACION DE FUTBOL INTERNACIONAL. Reglas de juego. Zurich: IFAB, 2016. 21 h: il. (IFAB 3)

COMITÉ INTERNACIONAL DE PATINAJE DE VELOCIDAD. La pista. [en línea]. <<http://www.fedepatin.org.co/index.php/modalidades-patinaje/carrera/reglamentos-carrera/reglamento-cic>>

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DEL DEPORTE, LA RECREACION, LA ACTIVIDAD FISICA Y APRVECHAMIENTO DEL TIEMPO LIBRE. Planos de los escenarios deportivos: COLDEPORTES. 2016

ENTREVISTA con Jaime Andrés Villamil García, Profesional en ciencias del deporte con especialidad en ejercicio físico. Socorro Santander, 09 de mayo del 2015

FEDERACION ESPAÑOLA DE BALONCESTO. Reglas oficiales de baloncesto 2014 [En línea].<<http://www.fiba.com/es/basketball-rules>> [citado el 20 de agosto 2016]

FEDERACIÓN INTERNACIONAL FINA. La piscina y la competencia. [En línea]. <<http://www.i-natacion.com/articulos/modalidades/natacion2.html>> [Citado 09 de septiembre de 2016].

GARCIA, José. Medios de comunicación publicidad y adicciones: Conclusiones. Primera edición. Madrid: Edaf, 2009. 79 p.

GRASSO, Livio. Encuestas: La importancia de la encuesta como técnica de la investigación. Primera edición. Buenos aires: Encuentro grupo editor, 2006. 13 p.

KOTLER, Philip. Dirección del Marketing: Conceptos esenciales. Sexta edición, México: Pearson educación de México, 2002. 1 p.

MEDINA, Ricardo. Despliega tu propuesta de valor: Definiciones preliminares y recursos adicionales. Primera edición. México: Lid Editorial, 2012. 7 p.

MONTELEONE, Marco. ORTEGA JIMENEZ. Miguel Ángel. Los jugadores. En: Morcillo. Futbol la construcción de un modelo de juego. Barcelona: Editorial Paidotribo, 2015. P. 83

MULLIN, Bernard. Marketing deportivo: El producto del deporte. Barcelona: Editorial Paidotribo, 2007. 28 p.

OLIVEROS INFANTE, Jinny Samara. Diseño de un plan de mercadeo para el posicionamiento del programa de zootecnia de la universidad libre seccional socorro: Plan de mercadeo. Bucaramanga, 2013, 93 p. Trabajo de grado (Magister en Gerencia de Negocios). Universidad Industrial de Santander. Facultad de Ingenierías Fisico-Mecánicas. Disponible en el catalogo en línea de la biblioteca de la Universidad Industrial de Santander: <<http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/pags/cat/conbas.jsp>>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. ¿Por qué el turismo? [en línea]. <<http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>>

PEREZ, Luis. Marketing Social: La mezcla del marketing social. Primera edición. Madrid: Pearson, 2004. 265 p.

RAMIREZ, Omar, Turismo deportivo: promoción para la diversificación de la oferta turística en Manzanillo, Colima. En: Revista de investigación en turismo y desarrollo local [en línea]. Vol. 6, N° 15 (diciembre/ 2013) <http://www.eumed.net/rev/curydes/15/manzanillo.htm>

RIVERA, Jaime. La promoción de ventas: ¿Qué es la promoción? Segunda edición. Madrid: ESIC editorial, 2002. 17 p.

SCHNEER, Manuel. Marketing de servicios profesionales: Diferentes tipos de marketing. Primera edición. Buenos Aires: Ediciones Granica, 1999. p. 35

ANEXOS

Anexo A. Inventario de los escenarios deportivos del municipio de El Socorro

ESCENARIOS DEPORTIVOS	
Tipo de escenario	Sector
Parque juegos infantiles	INTRA
Polideportivo	Barrio I de Mayo
Polideportivo	Barrio José A. Galán
Polideportivo	Barrio Manuela Beltrán
Polideportivo	Barrio 16 de Marzo
Polideportivo	Barrio Comuneros
Estadio Municipal	Barrio 16 de Marzo
Villa Olímpica	Villa Olímpica
Canchas múltiples	Colegio Universitario
Canchas múltiples	Colegio Avelina Moreno
Canchas múltiples	Colegio Industrial
Canchas múltiples	Escuela el Convento
Canchas múltiples	Escuela San Rafael
Canchas múltiples	Colegio Cooperativo
Canchas múltiples	Colegio la Presentación
Canchas múltiples	Barrio el Convento
Polideportivo el Diamante	Barrio el Diamante
Parque Chiquinquirá	Sector Chiquinquirá
Parque San Rafael	Barrio San Rafael
Parque Capuchinos	Barrio el Convento
Parque Libertad	Barrio la Libertad
Parque Independencia	Sector Centro

Encuesta De Preferencias Deportivas



La presente encuesta hace parte de una investigación para diseñar un plan de mercadeo en el municipio de El Socorro como destino turístico deportivo de Colombia y optar por el título de profesional en turismo. Es determinante identificar los gustos y preferencias de la sociedad Santandereana para dicha investigación.

Por favor lea y conteste con una **X** cada una de las siguientes preguntas.

Sexo

☐ Femenino ☐ Masculino

1. Conoce el municipio de El Socorro, ubicado en el departamento de Santander.

☐ SI

☐ NO

2. ¿Tiene alguna afinidad o gusto por los deportes?

☐ SI

☐ NO

3. De la siguiente tabla, marque cinco deportes con una X según su orden de importancia, o preferencia, Siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

DEPORTES	1	2	3	4	5
Atletismo					
Ajedrez					
Baloncesto					
Balonmano					
Béisbol					
Boxeo					
Ciclismo					
Ciclo montañismo					
Danza deportiva					
Futbol					
Futbol Sala					
Golf					
Gimnasia					
Judo					
Karate					
Lucha					
Patinaje					
Rugby					
Sumo					
Tenis					
Tenis de mesa					
Tiro con arco					
Taekwondo					
Voleibol					

Otro deporte ¿Cuál? _____

4. ¿Qué le gustaría encontrar en los eventos deportivos? Marque cinco opciones con una X. 1 siendo la más importante y 5 la menos importante

	1	2	3	4	5
Deportistas de elite					
Escenarios en óptimas condiciones					
Entretención complementario (porrista, animadores entre otros)					
Narrador de los sucesos del evento en vivo					
Zona de comida e hidratación					
Tableros, que indiquen resultados del evento					

Otro ¿Cuál? _____

5. Si en el municipio de El Socorro, se realizará un evento deportivo de su preferencia, ¿viajaría para observarlo?

☐ SI

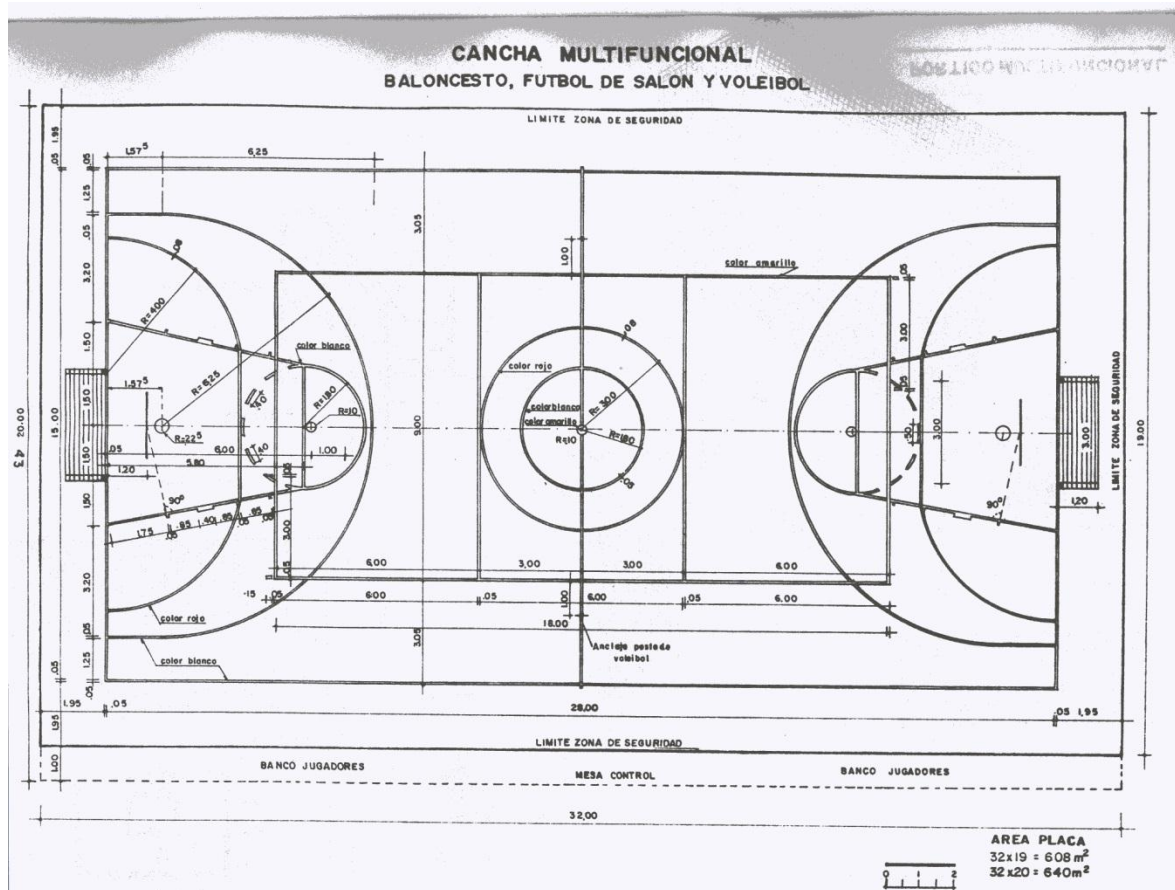
☐ NO

6. Que atractivos turísticos le gustaría encontrar en el Socorro. Marque con una X en orden de importancia, siendo 1 el más importante 5 el menos importante.

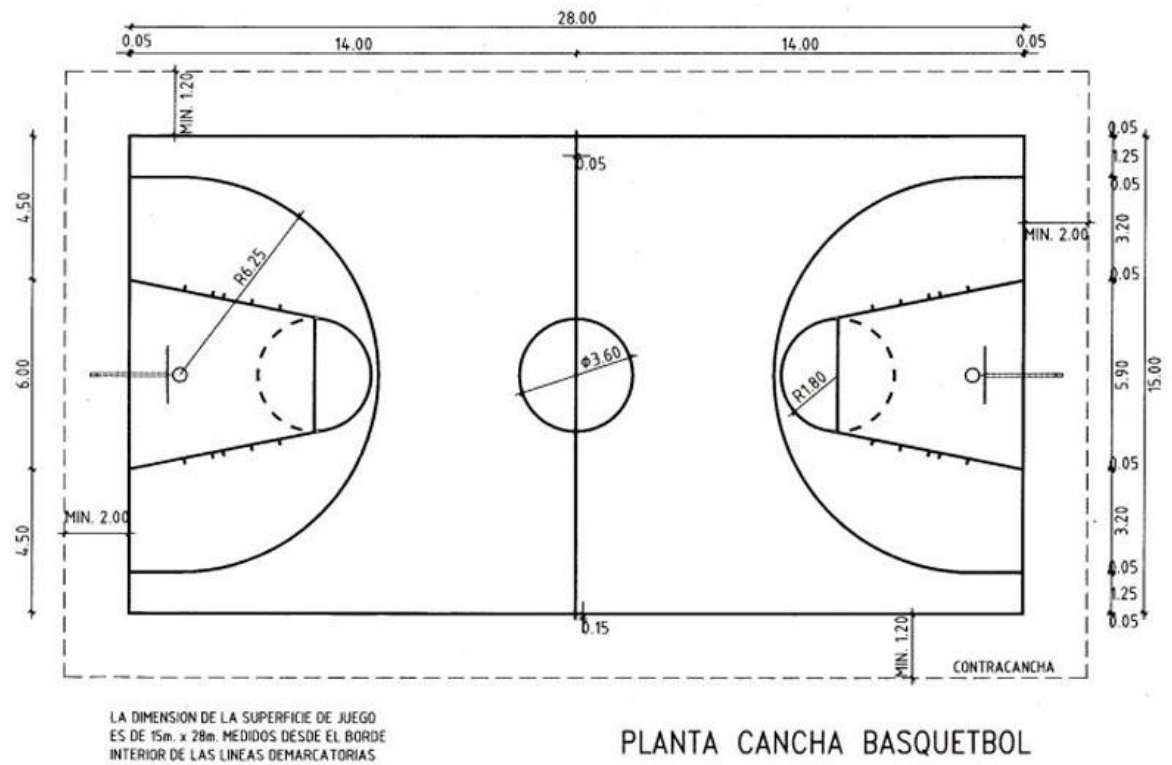
Atractivos	1	2	3	4	5
Museos					
Gastronomía					
Monumentos					
Iglesias					
Historia					
Bailes					
Teatro					

Otros ¿Cuáles? _____

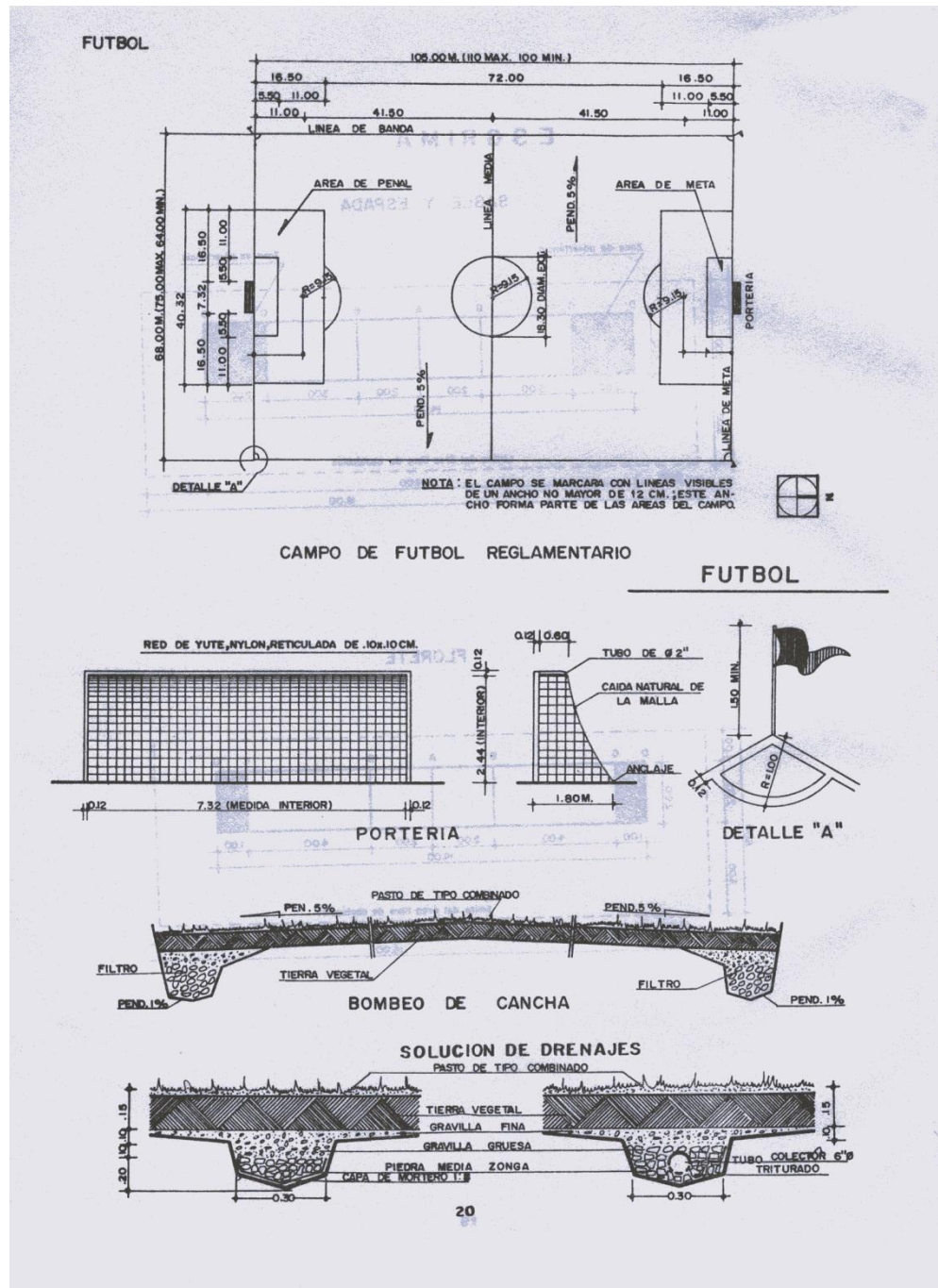
Anexo C. Plano cancha multifuncional



Anexo D. Plano cancha de baloncesto



Anexo E. Plano cancha de Futbol



ATLETISMO

ATLETISMO

SALIDA PARA 200 M.
CON VALLAS

400 CON VALLAS
200 CON VALLAS
110 CON VALLAS } HOMBRES

400 CON VALLAS
100 CON VALLAS
80 CON VALLAS } MUJERES

$r = 39.70$
 $r = 47.02$

EJE

74.34
37.17
37.17

SALIDA 100 M.
VALLAS

SALIDA 100 M.
VALLAS

SALIDA 80 M.
CON VALLAS

LLEGADA

7.32

3.00 10.00 20.00 80.00

7.32 39.70 74.34 168.38

RADIO = 39.70 TRAMO RECTO 74.34
ESC 1:750 39.70 7.32

Anexo G. Marco Referencial

