



“Análisis de mercadeo del turismo deportivo en República Dominicana”

Proyecto final de tesis

Sustentado por:

Lauramaría Montás Arbaje

Matrícula:

19-0064

Asesor(a):

Gloria Valdes Lazzaro

Santo Domingo, D.N,

República Dominicana

2021

ANÁLISIS DE MERCADEO DEL TURISMO DEPORTIVO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

MARKETING ANALYSIS OF THE SPORT TOURISM IN THE DOMINICAN REPUBLIC

Resumen

La promoción es crucial para el buen desarrollo de un evento, negocio, producto y/o destino, por lo que al momento de la planeación de los ya mencionados, la elaboración de un análisis es fundamental. El turismo deportivo es uno de los tipos de turismo que aportan más beneficios al desarrollo económico del país basado en la industria. Es por esto que muchos países se han enfocado en destacar y desarrollar el turismo deportivo, como es el ejemplo de España, Los Emiratos Árabes (principalmente Dubai), Inglaterra, Singapur, entre otros... En el caso de la República Dominicana, en los últimos años el gobierno y las empresas turísticas han tratado de desarrollar los denominados "nuevos nichos", enfocándose principalmente en el turismo deportivo, sostenible y cultural.

PALABRAS CLAVES

Turismo deportivo, análisis turístico, marketing, turismo, desarrollo, promoción, estrategias de desarrollo, turismo en la República Dominicana

ABSTRACT

Promotion is crucial for the proper development of an event, business, product and / or destination, so when planning those already mentioned, the development of an analysis is essential. Sports tourism is one of the types of tourism that brings the most benefits to the economic development of the country based on industry. This is why many countries have focused on highlighting and developing sports tourism, such as Spain, the United Arab Emirates (mainly Dubai), England, Singapore, among others ... In the case of the Dominican Republic, in recent years the government and tourism companies have tried to develop the so-called "new niches", focusing mainly on sports, sustainable and cultural tourism.

ÍNDICE

	Página
1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. MARCO TEÓRICO.....	5
3. PROBLEMA.....	7
3. ANTECEDENTES DEL CONCEPTO DE MERCADEO DEPORTIVO	7
4. PROBLEMA	8
a. Planteamiento del problema	
b. Preguntas basadas en el problema	
5. INVENTARIO DE TURISMO DEPORTIVO EN REPÚBLICA DOMINICANA	9
6. BENEFICIOS DE DESARROLLAR EL TURISMO DEPORTIVO.....	22
a. Beneficios para el turista	
b. Beneficios para el destino	
7. ANÁLISIS DE DATOS.....	23
a. Encuesta	
b. Entrevista	
8. TÁCTICA DE PROMOCIÓN DE EVENTOS TURÍSTICOS DEPORTIVOS	37
9. PLAN ESTRATÉGICO	37
10. CONCLUSIÓN.....	45
11. BIBLIOGRAFÍA.....	46

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Dios, por darme la sabiduría y capacidad de aprendizaje en todo mi trayecto de vida, pero principalmente en mi formación hasta llegar a completar mi objetivo final de licenciatura.

A mi madre Soraya por siempre orientarme y estar a mi disposición para cualquier momento o situación.

A mi abuelo, porque desde pequeña me inculcó el amor a mi país, la importancia de mantenerme enfocada y de siempre dar lo mejor de mí.

A mis profesores y compañeros por siempre estar a mi disposición, darme motivación y ayudarme siempre que lo necesité.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es la industria que genera mayor ingreso a la República Dominicana, conociéndose principalmente a nivel internacional por ser un paraíso de sol y playa, no obstante a esto el país se ha enfocado en remarcar los diferentes tipo de turismo que el país tiene para ofrecer en sus diversos destinos.

El turismo deportivo es uno de los nichos que el país ha tratado de enfatizar tanto a nivel nacional como internacional, debido a las diferentes ventajas que el desarrollo del mismo ofrece y el gran potencial que el país tiene por sus diferentes ecosistemas e infraestructuras.

En este proyecto final, denominado "análisis de mercadeo del turismo deportivo en la República Dominicana" se tratará el tema de cómo este tipo de turismo se ha ido desarrollando en el país y se plantea ideas para el desarrollo del mismo basado en la promoción, además de conceptos, aportes, importancia y ventajas del mismo.

2. MARCO TEÓRICO

La OMT (Organización Mundial del Turismo) define el turismo como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual durante un período de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros.

La República Dominicana cuenta con diversos renglones turísticos para satisfacer diferentes tipos de públicos. Entre los que sobresalen está el turismo deportivo, actividad que involucra ambientes al aire libre y en la que se puede participar de manera individual, pareja o equipo. (Ministerio de Turismo, 2021)

El turismo deportivo es uno de los sectores que crecen más rápido en el turismo. Cada vez son más los turistas interesados en actividades deportivas durante sus viajes, tanto si los deportes son el principal objetivo de ese viaje como si no. (Organización Mundial del Turismo, 2021)

La República Dominicana en los últimos años ha querido darse a conocer a nivel internacional cómo más que un destino de sol y playa para los turistas, debido a esto están utilizando sus atractivos recursos naturales para promocionar los deportes que se pueden realizar en los diferentes destinos que estos ofrecen.

El país promociona la República Dominicana principalmente para un público adulto-jóven y adultos siendo las principales actividades deportivas: golf, surf, kite, wind surf, rappeling, entre otros...

De acuerdo a la revista de turismo y desarrollo social (2015), el turismo deportivo se clasifica en base a dos tipos, estos son:

- Turismo Deportivo Pasivo: Es el tipo de turismo deportivo que realizan aquellos turistas que les gusta viajar para ser parte de eventos deportivos como espectadores.
- Turismo Deportivo Activo: Es el tipo de turismo deportivo que realizan aquellos turistas que están dispuestos a practicar un deporte en un destino determinado

En República Dominicana ambos tipos de turismo deportivo se practican y se promocionan. Actualmente la República Dominicana se ha vuelto casa de diferentes torneos internacionales que se realizan anualmente

como son el PGA Tour Punta Cana, Master of the Ocean en Cabarete, Torneo Internacional de pesca del Marlin Azul en Boca Chica y Cap Cana, entre muchos más...

A través de la revista Turismo Deportivo (2018) se destacó que la gestión que encabeza Abinader se apresta a cerrar un primer año con huellas tangibles del enfoque que tiene hacia el deporte. El presidente se ha enfocado en la promoción y desarrollo del deporte en el país, esto debido al gran potencial que el país tiene, tanto por nuestras capacidades, infraestructuras y preparación de los atletas dominicanos. Es por esto que durante este gobierno el mismo ha desarrollado un presupuesto para la renovación y preparación de los productos, así como también apoyo a los atletas.

El efecto multiplicador del turismo es su mayor gracia, esto por impactar a varios sectores. “Las personas que llegan al país por torneos deportivos son los más tendientes a pagar por bienes y servicios extras a su paquete hotelero, salir de las instalaciones a probar la gastronomía de la región y utilizar los medios de transportes para desplazarse a conocer otras localidades. Con todo esto estará impactando a varios sectores”, apunta Martínez.

Este tipo de turista que viaja con motivo deportivo, ya sea pasivo o activo, aporta directamente a los diferentes sectores del turismo (alojamiento, gastronómico, cultural, transporte, bienestar...), además de que estos son muy propensos a regresar acompañados ya sea con amigos o familia luego de la primera visita, es por esto que la industria turística se ha enfocado en dar a conocer internacionalmente el gran potencial que tiene el país para desarrollar este tipo de turismo.

Según la página oficial de World Sport Tourism Show el turismo deportivo genera de 12 a 15 millones de viajes internacionales cada año, con una previsión de crecimiento de 6% por año. El mismo genera aproximadamente el 10% de la industria turística mundialmente, generando aproximadamente 800 billones

de dólares. Es por esto que en los diferentes países se están enfocando cada vez más en desarrollar el turismo deportivo, debido a que el mismo tiene un gran potencial de desarrollo y conlleva a un exponencial incremento económico en los diferentes productos que el destino ofrece.

Según "Key Success Factors in Middle East Sports Tourism", en los países de Medio Oriente, guiándose principalmente del ejemplo de Dubai, el cual ha llegado a la posición en la cual está principalmente debido a que las empresas turísticas se involucran bastante en causar un impacto en sus exposiciones en conferencias, ferias y ferias comerciales, tanto tradicionales como emergentes, híbridas y virtuales. Además estos remarcan bastante la importancia de tener en cuenta que una ventaja competitiva se puede ver comprometida si no preparan adecuadamente a su personal, ya que los mismos son la cara del destino deportivo.

España es también ejemplo de un país que ha incluido el turismo deportivo dentro de su oferta turística, principalmente proyectando al país como potencial sede de torneos internacionales, para aquello se ha creado la Spain Sports Global, una oficina de estrategia internacional del deporte español impulsada por La Liga, la Asociación del Deporte Español (Adesp), el Comité Olímpico Español (COE) y el Consejo Superior de Deportes (CSD); cuyo objetivo es de ayudar a las federaciones deportivas a adjudicarse eventos y mejorar su influencia en los organismos internacionales, que son los que adjudican la celebración de eventos deportivos de alto nivel, tal como la Final Champions League 2019 que se realizó en el Wanda Metropolitano de Madrid.

3. ANTECEDENTES DEL CONCEPTO DE MERCADEO DEPORTIVO.

El concepto de marketing deportivo aparece por primera vez en la revista Advertising Age en 1978, una revista enfocada y destinada en profesionales de publicidad, en la cual se define como "el uso del deporte como vehículo de promoción de productos, por parte de empresas, para generar la recordación de marca". (Grisales, 2011)

En 1978 fue cuando se habló del término mercadeo deportivo por primera vez, el marketing deportivo, entre el siglo VIII a.C. y el siglo V d.C., cuando los mercaderes griegos ofrecían soporte a los atletas para ganarse amistades y mejorar sus relaciones comerciales. Más tarde, los emperadores romanos iniciaron a repartirles dinero a los gladiadores, para también ver favorecidas sus relaciones y aumentar su poder. En el siglo VII d.C. aparece el marketing cultural, el cual hace desaparecer por completo el marketing deportivo hasta 1850, cuando John Wisden, fabricante de ropa masculina de Reino Unido, decide patrocinar un anuncio de críquet. Ese mismo año, aparecen publicaciones deportivas como Le Sport, The Spirit of the Times, hecho que hace aumentar la importancia del marketing a nivel deportivo. (reasonwhy.com, 2016)

En 1895 a partir de la realización de los primeros Juegos Olímpicos el marketing deportivo comenzó a ser primordial en este tipo de eventos. Un momento especial para el marketing deportivo fue en las olimpiadas de 1936 realizadas en Alemania, las cuales se convirtieron en un evento para que todas las marcas patrocinadoras se dieran a conocer en todo el mundo, ya que este fue el primer evento deportivo emitido por televisión. (reasonwhy.com, 2016)

4. PROBLEMA

c. Planteamiento del problema

Este trabajo se realiza debido a la capacidad del país para el desarrollo de este nicho del turismo, más sin embargo necesidad de desarrollo de un correcto análisis del turismo deportivo en el país. Además de la falta de relación entre los sectores públicos y privados para el desarrollo e incentivo del turismo deportivo en la República Dominicana

d. Preguntas basadas en el problema

- ¿Cuáles estrategias mercadológicas pueden ser implementadas para lograr dar a conocer las ofertas de turismo deportivo del país?

- ¿De qué forma beneficia al turismo del país la implementación de un plan de marketing enfocado en el turismo deportivo?
- ¿Qué beneficios entiende que le trae el turismo deportivo al país?
- ¿Qué tácticas de promoción se utilizan actualmente para alcanzar un mayor público?
- ¿Qué facilidades y ofertas se les ofrece a los turistas que vienen al país por turismo deportivo?
- ¿Realizan estrategias para llamar la atención de los turistas durante el campeonato para invitarlos a un próximo retorno al país?

5. INVENTARIO DE TURISMO DEPORTIVO EN REPÚBLICA DOMINICANA

a. Catálogo de turismo deportivo

Deportes terrestres:

- Mountain Bike

Provincia	Rutas Ciclismo/ Mountain Bike
La Vega	<ul style="list-style-type: none"> • Aventour • Reto en Bici Pa Valle Nuevo
Monte Plata	<ul style="list-style-type: none"> • Reto Esmeralda • Paseo ecoturístico de Monte Plata • Entre Ríos, Montes y Asfalto
María Trinidad Sánchez	<ul style="list-style-type: none"> • Cabrera RD • Clásico la Travesía Nagua
Monseñor Nouel	<ul style="list-style-type: none"> • Clásico patrón Maimón trillando con los Barajitas • Encuentro Nacional de Directivos • Paseo Ecoturístico de MTB Bonao

San Cristóbal	<ul style="list-style-type: none"> ● Pedaleando por la salud Paseo Club MTB Serie 002 ● Paseo MTB Villa Altagracia ● Pedaleando por la Salud
Puerto Plata	<ul style="list-style-type: none"> ● Trillos Isabelinos
San Juan	<ul style="list-style-type: none"> ● Paseo MTB San Juan Bautista ● Trillando por el Valle de San Juan
San Pedro de Macorís	<ul style="list-style-type: none"> ● Clásico MTB Sultana del Este
Santiago	<ul style="list-style-type: none"> ● Santiago- Montecristi en Bicicleta ● Clásico Lince MTB ● Santiago-Bao ● Clásico Santa Ana ● Clásico MTB Patrón Santiago ● Pedaleando por Trillos y Ríos de Santiago Viejo
Santiago Rodríguez	<ul style="list-style-type: none"> ● Clásico de Casabe de Mountain Bike
Santo Domingo	<ul style="list-style-type: none"> ● Tour por la Patria ● Pedaleando por la Independencia ● Invadiendo el Higuero ● Clásico MTB Parque Eco Deportivo SDO ● Reto Santo Domingo- Fantino ● Monteo Bárbaros 2020

	<ul style="list-style-type: none"> ● Clásico Villa Riva con Suriel
Valverde	<ul style="list-style-type: none"> ● Pal monte ● Tierra entre ríos

- Ciclismo

Provincia	Rutas ciclísticas / Competencias
Barahona	<ul style="list-style-type: none"> ● Copa de ciclismo Larimar ● Vuelta Padre Avelino Fernández ● Tour del ciclismo perla del sur
Duarte	<ul style="list-style-type: none"> ● Vuelta de la Juventud (San Francisco de Macorís)
Españat	<ul style="list-style-type: none"> ● Clásico León Ureña
La Romana	<ul style="list-style-type: none"> ● Clásico Angel García
La Vega	<ul style="list-style-type: none"> ● Vuelta al Valle
San Pedro de Macorís	<ul style="list-style-type: none"> ● Clásico Miguel Llodras ● Clásico Tripe cien (Juan Dolio)
Santiago	<ul style="list-style-type: none"> ● Campeonato Junior Pista y Ruta ● Clásico 30 de marzo
Santo Domingo	<ul style="list-style-type: none"> ● Contra Reloj ● Ruta en el Distrito Nacional

	<ul style="list-style-type: none">● Clásico Jhon Figueroa● Campeonato Nacional de Bicicross (Centro Olímpico)● 2da Valida Campeonato Nacional de Bicicross (Centro Olímpico)● 3ra Valida Campeonato Nacional de Bicicross (Centro Olímpico)● 4ta Valida Campeonato Nacional de Bicicross (Centro Olímpico)● 5ta Valida Campeonato Nacional de Bicicross (Centro Olímpico)● 6ta Valida Campeonato Nacional de Bicicross (Centro Olímpico)● 7ma Valida Campeonato Nacional de Bicicross (Centro Olímpico)● Grand Prix● Vuelta Independencia Nacional● Juegos Deportivos Militares● Juegos Militares● Licimadi● Campeonato Nacional de Pista● Aniversario Club Fénix● Clásico Navideño● Campeonato Nacional de Ruta● Aniversario Club Mauricio Báez
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

- Golf

Provincia	Campos de Golf
La Altagracia	<ul style="list-style-type: none"> ● The Lakes Barceló, Bávaro ● Cocotal Golf and Country Club, Bávaro ● Punta Espada Golf Club, Cap Cana ● Corales Golf Course, Punta Cana ● La Cana Golf Club, Punta Cana ● Hard Rock Golf Club, Cana Bay Beach Club & Golf Resort, Punta Cana ● Iberostar Golf Course, Punta Cana
La Romana	<ul style="list-style-type: none"> ● Dye Fore Golf Course of Casa de Campo ● The Links Golf ● La estancia golf club ● Teeth of the Dogs, Casa de Campo ● Ocean's Golf Club Playa Nueva Romana ● La Romana Country Club
La Vega	<ul style="list-style-type: none"> ● Jarabacoa Golf Club
María Trinidad Sánchez	<ul style="list-style-type: none"> ● Playa Grande Golf Course, Río San Juan
Monseñor Nouel	<ul style="list-style-type: none"> ● Bella Vista Golf Club, Bonao
Puerto Plata	<ul style="list-style-type: none"> ● Los Mangos Golf Club Course ● Playa Dorada Golf Course
San Pedro de Macorís	<ul style="list-style-type: none"> ● Guavaberry Resort & Country Club, San Pedro de

	<p>Macorís</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los Marlins Golf Course
Santiago	<ul style="list-style-type: none"> • Los Aromas Golf Club
Santo Domng	<ul style="list-style-type: none"> • Santo Domingo Country Club • Campo de Golf Isabel Villas • Cayacoa Golf Club • Vista del Pedregal

- Motocross

Provincia	Pistas de motocross
Barahona	<ul style="list-style-type: none"> • Pista el cayo club cocodrilo
Espailat	<ul style="list-style-type: none"> • Rancho Montana MX Park
La Altagracia	<ul style="list-style-type: none"> • Higuey MX Race Park
La Vega	<ul style="list-style-type: none"> • Corocitos MX Park Jarabacoa • Constanza MX Park • Pista las Mercedes
Monte Plata	<ul style="list-style-type: none"> • Conejo MX Race Park
Puerto Plata	<ul style="list-style-type: none"> • La Gran Parada • Pista de moto tierra
San Cristóbal	<ul style="list-style-type: none"> • Pista de Motocross Cambita

San Juan	<ul style="list-style-type: none"> ● Genao MX Park
Santiago	<ul style="list-style-type: none"> ● Pista Internacional de Motocross la barquita
Santo Domingo	<ul style="list-style-type: none"> ● Castro MX Park ● Caribbean MX Race Park

Deportes acuáticos

- Surf

Provincia	Escuelas de Surf
Barahona	<ul style="list-style-type: none"> ● San Rafael Surf School y Eco Tours
La Altagracia	<ul style="list-style-type: none"> ● Punta Cana Surf Adventure ● Macao Surf Camp ● Aloha Punta Cana Surf School ● Uvero Alto Surf School ● Punta Cana Surf Adventure
Puerto Plata	<ul style="list-style-type: none"> ● Ocean Academy DR Cabarete ● Chno Surf School Cabarete ● Pauhana Surf School and Board Rental ● Dominican Surf School ● Bobos Point Surf's Up Surf School ● Cabarete Surfcamp ● Brisas Doradas Surf School ● Kite Club Cabarete Kiteboarding School

	<ul style="list-style-type: none"> • Dominican Republic Surf School • Encuentro Surf School • Zion Surf Cabarete • Dominican Republic Surf Adventures • Swell Surf Camp Cabarete
Samaná	<ul style="list-style-type: none"> • Carplina Surf School • Pirata Surf School
Santo Domingo	<ul style="list-style-type: none"> • Ocean Soul RD • Alex Ventura Surfboards

- Kitesurf

Provincia	Escuelas de kitesurf
La Altagracia	<ul style="list-style-type: none"> • KBS Kitesurf School Punta Cana • Kitesurf Punta Cana • Kite Club Punta Cana
Monte Cristi	<ul style="list-style-type: none"> • Unhooked buen Hombre • Kite Buen Hombre
Puerto Plata	<ul style="list-style-type: none"> • Kite CLub Cabarete • Gokite Cabarete • Cabarete Kite Point • Ocean Academy DR • Vela Cabarete

	<ul style="list-style-type: none"> ● Kitelegend School ● Cabarete Kiteboarding Club ● Laurel East Man Kiteboarding ● Uncharted Kite Sessions ● AG Kite School ● Hooked Cabarete
Samaná	<ul style="list-style-type: none"> ● LT Kite Las Terrenas ● Kiteology DR ● Estilo de Vida Kite Surf ● Kiteworld Las Terrenas

- Kayak

Provincia	Experiencias en Kayak
Bahoruco- Independencia	<ul style="list-style-type: none"> ● Siempre Viajero RD (Lago Enriquillo)
El Seibo	<ul style="list-style-type: none"> ● Kayak Limón
Españolat	<ul style="list-style-type: none"> ● Jamao Ecotours
La Altagracia	<ul style="list-style-type: none"> ● Nexus Tours ● Kite Club Punta Cana ● KFP Water Sport SRL ● I Way SYS Excursiones ● Explora Ecotours Punta Cana ● Tour Arena

	<ul style="list-style-type: none"> ● Bayahibe Village
La Romana	<ul style="list-style-type: none"> ● Scubaquatic La Romana
Puerto Plata	<ul style="list-style-type: none"> ● Kayak River Adventures Cabarete ● Andy Tours ● Cabarete Tours

- Rafting

Provincia	Experiencias
La Vega	Excursiones Rafting Jarabacoa <ul style="list-style-type: none"> ● Best Vacation Tour ● Dominican Expert ● Rancho Jarabacoa ● Rancho Baiguate ● Jarabacoa Adventures ● Dominican Tours

Turismo Náutico:

- Vela

Provincia	Escuelas de vela
Barahona	<ul style="list-style-type: none"> ● Escuela de Vela de Barahona, Parque Maria Montes, Barahona.
Pedernales	<ul style="list-style-type: none"> ● Escuela de Vela de Pedernales.

Peravia	<ul style="list-style-type: none"> • Escuela de Vela de Las Calderas, Base naval Las Calderas, Salinas, Baní
Puerto Plata	<ul style="list-style-type: none"> • Escuela de Vela La Isabela Histórica, La Isabela de Luperón. • Carib Wind, Cabarete.
Samaná	<ul style="list-style-type: none"> • Escuela de Vela Las Terrenas, Playa las Ballenas, Las Terrenas.
Santo Domingo	<ul style="list-style-type: none"> • Club Náutico de Santo Domingo, Boca Chica.

- Marinas y puertos deportivos

Provincias	Marinas y puertos deportivos
La Altagracia	<ul style="list-style-type: none"> • Marina Cap Cana
La Romana	<ul style="list-style-type: none"> • Marina Casa de Campo
Puerto Plata	<ul style="list-style-type: none"> • Marina de Ocean World • Muelle Luperón
Samaná	<ul style="list-style-type: none"> • Marina Puerto Bahía
Santo Domingo	<ul style="list-style-type: none"> • Marina Zarpar, Boca Chica • Marina Bartolomé Colón, Riviera del Río Ozama

- Navegación recreativa

Provincia	Ubicación de centros de navegación recreativa
La Altagracia	Marina de Cap Cana Bayahibe
La Romana	Marina de Casa de Campo
Puerto Plata	Sosua Cofresí
Samaná	Bahía de Samaná
Sánchez Ramírez	Lago de Hatillo
Santo Domingo	Boca Chica

Eventos de turismo náutico

Provincia	Eventos
Barahona	Regata de Vela Palito Seco
La Altagracia	Cap Cana Classic Big Five Edition Torneo de Pesca Torneo de Pesca del Marlin Blanco Torneo de Pesca del Marlin Azul
La Romana	The Sailfish Bowl Fishing Tournament Torneo de Pesca de Casa de Campo
Montecristi	Torneo de Pesca al pez vela
Peravia	Torneo Invitacional de Pesca Palmar de Ocoa

	Clásico de pesca Punta Arena
Samaná	Torneo de Pesca Puerto Bahía Open
Sánchez Ramírez	Torneo de Pesca Cotuí bass Open
Santo Domingo	Regata la Hispanidad

6. BENEFICIOS DE DESARROLLAR EL TURISMO DEPORTIVOS

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) El turismo deportivo es uno de los sectores que crecen más rápido en el turismo. Cada vez son más los turistas interesados en actividades deportivas durante sus viajes, tanto si los deportes son el principal objetivo de ese viaje como si no. Los eventos deportivos de diversos tipos y envergadura atraen a los turistas como participantes o espectadores y los destinos intentan añadir su sabor local para distinguirse y proporcionar experiencias locales auténticas.

Beneficios para el turista:

- Capacidad de relacionarse con otras personas de manera más libre y con un tema en común.
- Es una manera de pasar tiempo con sí mismo, superación personal y brinda salud.
- Agiliza el aprendizaje de la vida social, mediante el respeto, la aceptación de objetivos y reglas comunes, y en muchas ocasiones el trabajo en equipo.
- Facilitan el intercambio social y cultural.

Beneficios para el destino

- Ampliar la temporada turística y reducir la estacionalidad, ya que las diversas prácticas deportivas pueden practicarse a lo largo de todo el año.

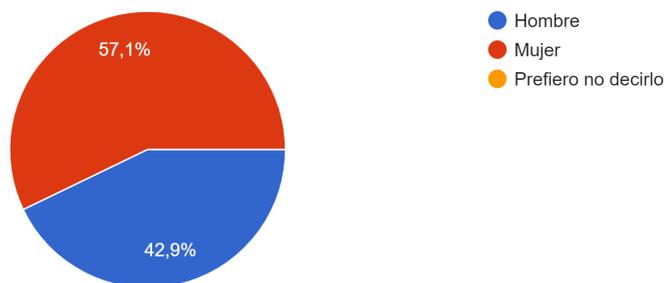
- El turismo internacional aporta aproximadamente 735 billones de dólares, de los cuáles un 10% están relacionados al turismo deportivo.
- El turista que visita un evento deportivo, aporta a los diferentes servicios y productos turísticos (alojamiento, A & B, compras, productos turísticos...)
- Incrementar el número de turistas potenciales al ofrecer un producto atractivo.
- Contribuye a la integración entre locales y turistas.
- Consigue valorar y cubrir más rápido las inversiones realizadas: puertos, aeropuertos, instalaciones deportivas, etc.

7. ANÁLISIS DE DATOS

a. Análisis de datos de la encuesta

Sexo

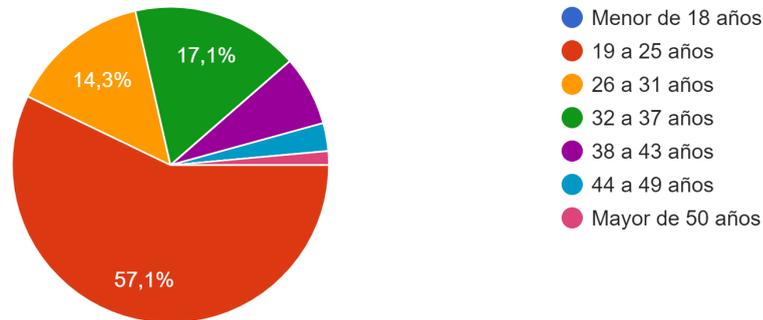
70 respuestas



La encuesta fue realizada por 70 personas, de las cuáles un 57.1 % (40 personas) son mujeres y un 42.9% (30 personas) son hombres.

Rango de edad

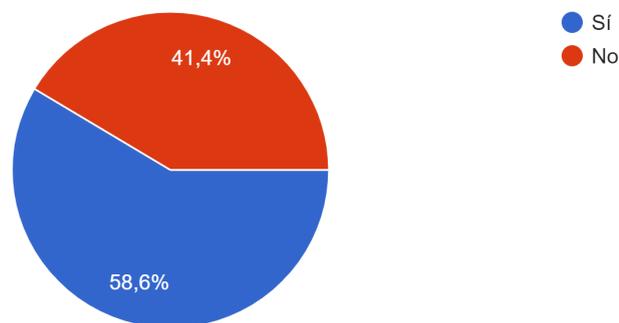
70 respuestas



La encuesta fue realizada por 70 personas, de las cuáles un 57.1 % (40 personas) tienen entre 19 y 25 años, un 17.1% (12 personas) entre 32 a 37 años, un 14.3% (10 personas) tienen entre 26 a 31 años, un 7.1% (5 personas) tienen entre 38 a 43 años, un 2.9% (2 personas) tienen entre 44 a 49 años y un 1.4% (1 persona) tiene más de 50 años.

¿Sigue o practica algún deporte?

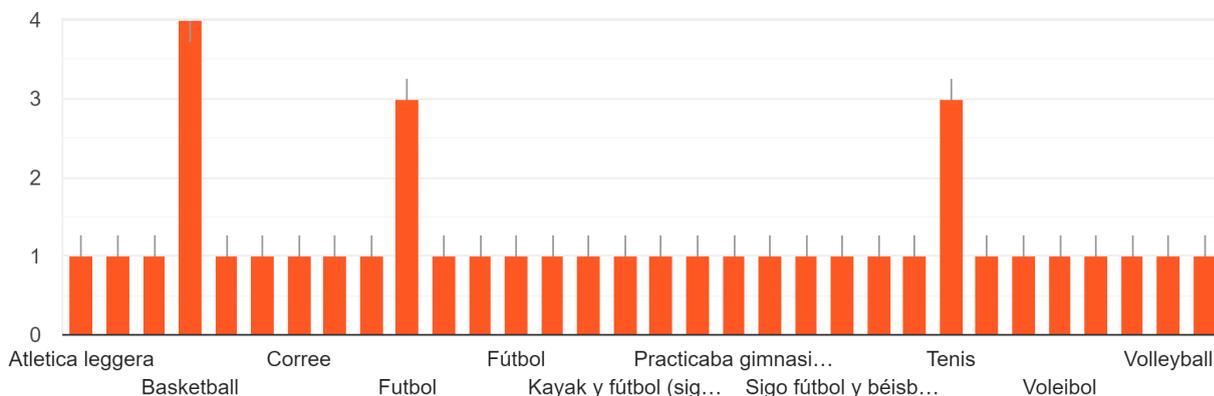
70 respuestas



La encuesta fue realizada por 70 personas, de las cuáles un 55.6 % (41 personas) practican o siguen un deporte y un 41.4% (29 personas) no lo hacen.

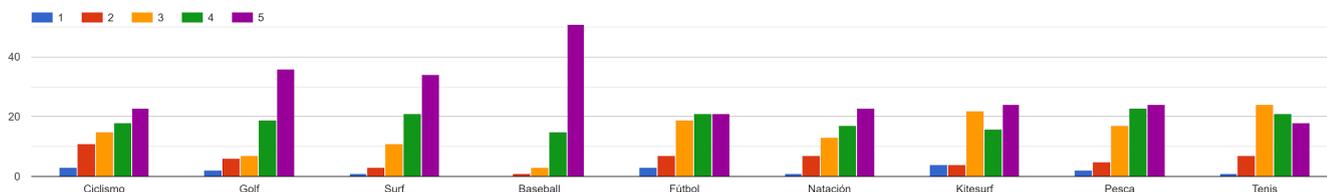
En caso de haber puesto que sí en la pregunta anterior ¿Cuál practica o sigue? (Por favor especificar si sigue el/los deporte/s, si lo practica o ambos)

39 respuestas



La encuesta fue realizada por 70 personas, de las cuáles sólo 39 personas respondieron esta pregunta debido a que era opcional para las personas que no realizaran un deporte, los deportes más practicados por los encuestados son: Basketball, Fútbol y Tenis.

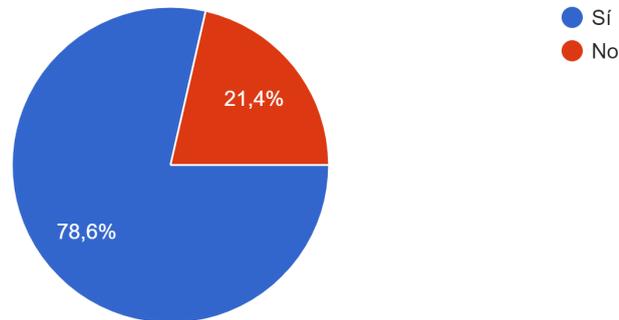
¿Qué deporte turístico es más adecuado para desarrollar en la República Dominicana? En base a su punto de vista que del 1 al 5, siendo el 1 el de menor prioridad y 5 de mayor prioridad.



La mayoría de los encuestados destacaron los deportes con más potencial para el turismo deportivo el Basketball, Golf y Surf. Mientras que los que entienden que tienen menos potencial son el Ciclismo, Futbol y Kitesurf.

Se ha trasladado a algún destino fuera de su residencia habitual para asistir a un evento deportivo?

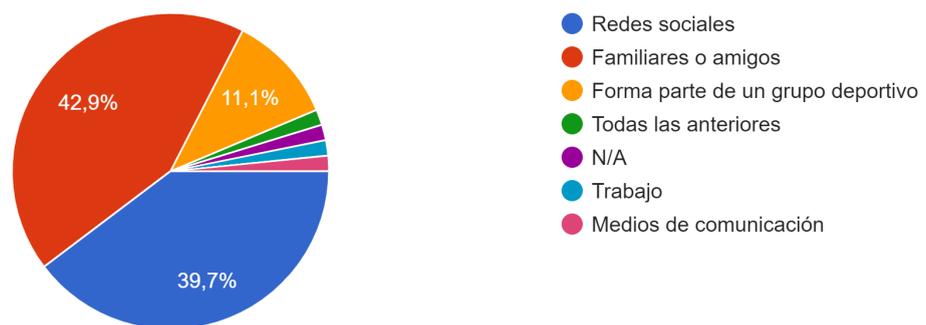
70 respuestas



De los 70 encuestados el 78.6% (55 personas) han realizado turismo deportivo, mientras que un 21.4% (15 personas) no han realizado turismo deportivo.

En caso de haber asistido a algún torneo/feria/campeonato... ¿Cómo se enteró del mismo?

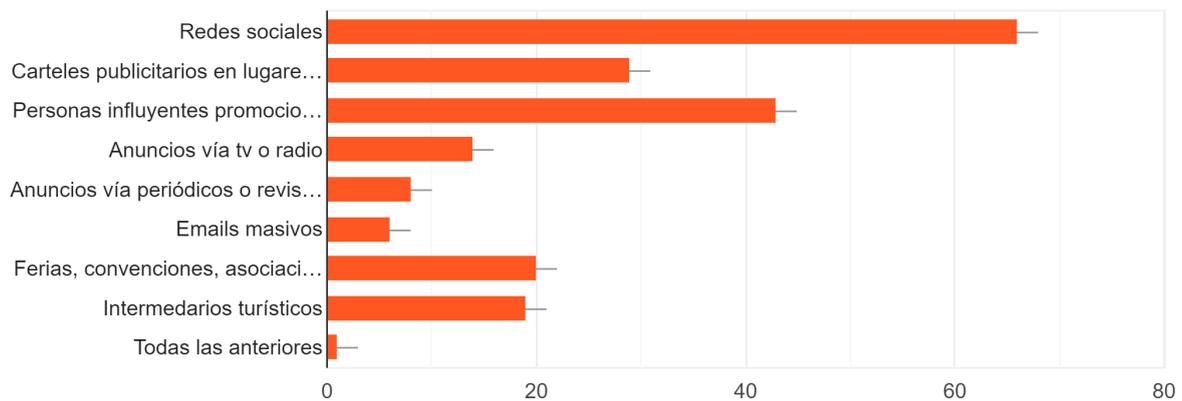
63 respuestas



De las 63 personas que respondieron la encuesta un 42.9% se enteró vía familiares o amigos, un 39.7% vía las redes sociales, Un 11.11% forma parte de un grupo deportivo y se enteró por este medio, y luego un 1% se enteraron por trabajo o medios de comunicación.

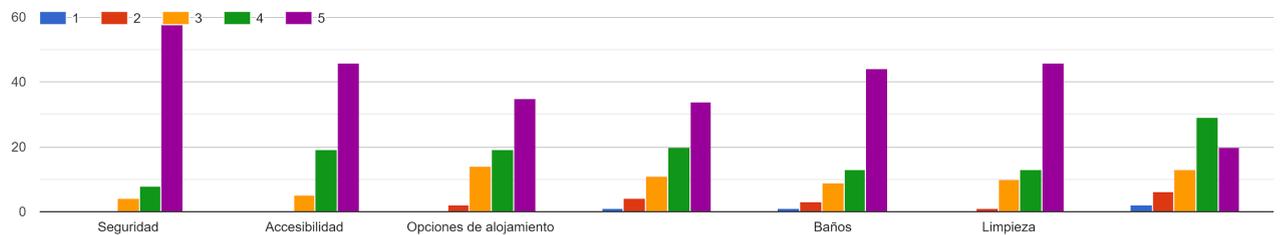
¿Qué vía de promoción de un destino de turismo deportivo entiende que es más influyente?

70 respuestas



63 de las 70 encuestados entienden que las redes sociales es la vía más eficiente de promoción, 43 de 70 encuestados entienden que las personas influyentes son una buena manera de promocionar un evento deportivo y 29 de 70 personas seleccionaron que los carteles publicitarios en lugares públicos es una buena manera de promocionar un destino o evento.

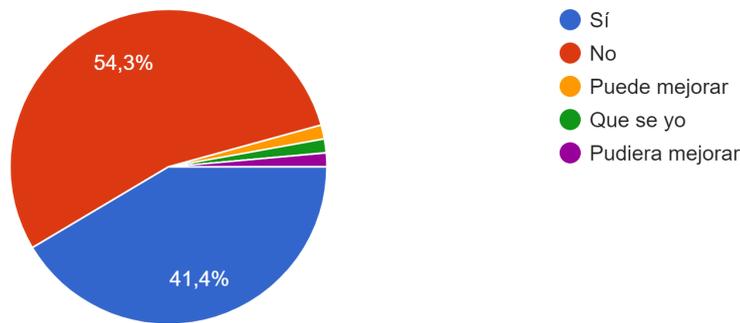
Aspectos a tomar en cuenta a la hora de seleccionar un destino deportivo? Selecciona del 1 al 5, simbolizando el 1 como menor importancia y 5 mayor importancia.



La mayoría de los encuestados determinaron que la seguridad, accesibilidad y limpieza de un destino son primordiales al momento de visitar un destino.

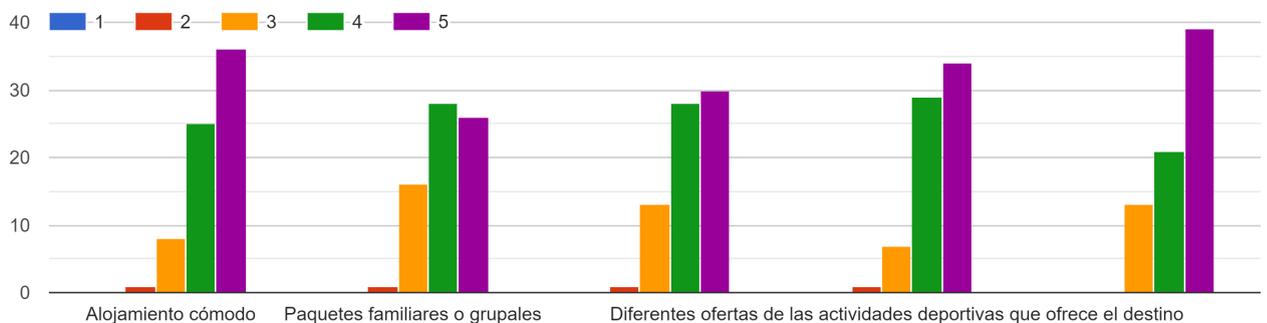
¿Entiende usted que la República Dominicana ofrece una buena oferta de destinos de turismo deportivo?

70 respuestas



De las 70 respuestas un 54.3% (38 personas) respondieron que entienden que la República Dominicana no ofrece una buena oferta de destinos de turismo deportivo, mientras que un 41.4% (29 personas) respondieron que entienden que la República Dominicana si ofrece una buena oferta de turismo deportivo y un 2.8% (2 personas) entienden que pudiera mejorar.

¿Qué entiende que es esencial durante su visita a un destino por turismo deportivo? En base a su punto de vista que del 1 al 5, siendo el 1 el de menor prioridad y 5 de mayor prioridad.



39 de 70 entrevistados entienden que tener servicios de primera necesidad en el destino es esencial al momento de visitar el destino, 36 de 70 encuestados determinaron que un alojamiento cómodo también es esencial durante su visita al destino y 34 de 70 encuestados entienden que tener diferentes ofertas de las actividades deportivas que ofrece el destino.

¿Qué aporte entiende que ayudaría a incrementar el turismo deportivo en la República Dominicana?

70 respuestas

Seguridad

.

Fomento del mismo dentro del país

La creación de nuevas infraestructuras atractivas, destinadas a los deportes más practicados, y su continuo mantenimiento

Mayor representatividad a nivel mundial

Mejor acceso a transporte público y seguridad ciudadana.

Mayor importancia en los presupuestos

Incentivos a los deportes locales y los internacionales para que nuestros deportistas tengan más preparación y fomentar los deportes poco practicados que si se practican fuera

el desarrollo del fútbol de manera más amplia

Mayor organización para estos eventos. El deporte es algo que se debe impulsar y debe ser respetado no importa de donde vengas.

Más información sobre los deportes que se pueden practicar en República Dominicana, ya en los lugares donde se pueden hacer estos tipos de deportes.

Promoción

MÁS TORNEOS DEPORTIVOS INTERNACIONALES SOBRE TODO DE DEPORTES ACUÁTICOS

o

Mayor inversión extranjera

La publicidad

Mayor publicidad y presupuesto

Que los influencers den a conocer estos lugares, pues llama mucho la atención cuando ellos hacen un tour

La organización de actividades y torneos locales con más respaldo publicitario y más información sobre las facilidades para asistir

Inversión en infraestructura y atletas

Golf

Llegada de jugadores del extranjero y más eventos.

Más eventos como ese

Canoa

Más publicidad a estos tipos de eventos, para que la gente se motive a asistir a futuros eventos.

Se les dé importancia a aquellos deporte donde si son verdaderamente relevante para el turismo

En los eventos deportivos en los cuales compiten diferentes países , Republica Dominicana ofrezca sus centros deportivos para celebrar dichos eventos

El gobierno pueda darle mas apoyo al deporte nacional, considerando el potencial de los profesionales que se forjan en la nación.

Voleibol

Trabajo / buena imagen

Mayor apoyo estatal y empresarial.

Parapente, paracaidismo, rafting, surf, kitesurf,

Invertir en los servicios primarios y en la infraestructura de los clubes y centros deportivos

Instalaciones

Ayudaría bastante debido a qué tanto locales como internacionales disfrutan del turismo deportivo y en la República Dominicana existen miles de terrenos y destinos para activar este tipo de turismo.

Crear o traer mas campeonatos internacionales con diversidad de deportes

Renovar las infraestructuras y promocionarlas

Competitividad a base global

Seguridad y accesibilidad

/

Inversión en infraestructura adecuada

Tener más y mejores instalaciones deportivas

Cultivar e incentivar los deportes desde temprana edad y ofrecer oportunidades de crecimiento como carrera profesional.

Que se le de importancia a las actividades

La Seguridad, dónde la gente se siente insegura no va. Dentro de la seguridad el transporte público en sentido general.

Lugares en mejor condiciones para practicar

Publicidad a turistas, fomento a jóvenes para participar de más eventos deportivos

Tener buenas instalaciones deportivas
Incluir programas deportivos

Promocionar por medio de los diferentes medios de comunicación

Demostrar que el deporte en República Dominicana es uno de los mejores mediante promociones.

La difusión y reconocimiento de los atletas emergentes.

Cualto

Una buena planificación

Mayor inversión en todas las áreas relacionadas con el deporte para hacerlo así, más atractivo

Mayor publicidad sobre las ventajas

Seguridad e infraestructuras

aprovechar el territorio y más publicidad

Invertir

Promocionar por medio de los diferentes medios de comunicación

Mayor exposición a deportes como golf, ciclismo y pesca

Fomentar los deportes

El verdaderamente aportar dinero al deporte

Eventos internacionales

Campaña masiva de publicidad.

Inversión local y extranjera

Demostrar que el deporte en República Dominicana es uno de los mejores mediante promociones.

La difusión y reconocimiento de los atletas emergentes.

Mayores ingresos, más empleo
Realización de más actividades
Surf
N-/A

Dentro de los aportes que los entrevistados hicieron para el desarrollo del turismo deportivo los que más se destacaron fueron: Mayor inversión al deporte en la República Dominicana, mejorar las instalaciones e invertir en atletas dominicanos.

e. Entrevista

El señor Manuel Sajour es el director ejecutivo de mercadeo del grupo Punta Cana con una gran trayectoria y experiencia en el área de mercadeo, ventas y negocios en empresas turísticas y de telecomunicaciones.

- ¿Usted entiende que República Dominicana tiene buen potencial de desarrollo en cuánto al turismo deportivo?

No solo estamos seguros, sino que invertimos en ese proceso, fíjate que la República Dominicana está situada estratégicamente en el centro de América, no sólo tiene una ubicación estratégica, sino que también es el país de latinoamérica más conectado, tenemos conexiones tanto marítimas, aéreas, como terrestres y esto facilita que estos deportistas vengan, además la República Dominicana es una de las 9 potencias más importantes de latinoamérica, es decir tenemos todo, ubicación geográfica, facilidades deportivas y una de las economías más prósperas de América Latina.

-La República Dominicana cuenta con uno de los PIB más prósperos de Latinoamérica.

Si, República Dominicana tiene uno de los PIB más altos de Latinoamérica con casi 78 mil millones de dólares aproximadamente.

-¿Qué beneficios entiende que el Turismo Deportivo le trae al país?

Uno de los grandes beneficios que trae el turismo deportivo o inversión extranjera a la República Dominicana es la especialización, fíjate que marcas como Major League Baseball, MBA, PGA Tour, invierten no solo en grandes eventos sino también en fincas, instalaciones, entrenamientos, entonces hablándote con mucha propiedad del golf que es el deporte que más maneja, solo el golf le trae más de 300 millones de dólares al año a la República Dominicana. El país tiene 27 campos de golf, la zona este tiene 17 campos de golf. Entonces el beneficio que la República Dominicana obtiene de esos eventos de turismo deportivo está, en esas inversiones extranjeras y la especialización de nuestro personal deportivo.

-El turismo deportivo tiene la ventaja que al momento de un turista visitar un destino, no solo gasta en el evento, sino que consume en alojamiento, atracciones, comida...

Un dato para tu tesis también, te hablaré del golf porque es el que más conozco, pero el consumo de un golfista es cuatro veces mayor al de un turista normal, porque gasta en jugar y visitar los campos de golf, comprando materiales para jugar, entonces un turista que viene por turismo deportivo gasta de 2 a 3 veces más que un turista que viene de paseo.

-¿Qué papel juega en la organización del PGA Tour?

Nosotros como grupo Punta Cana hace 4 años decidimos traer el PGA Tour, es un trabajo en equipo, sin embargo yo soy el director del torneo, pero yo manejo como líder del proyecto una serie de departamentos que se encargan junto conmigo del proceso y logística. En mi caso como director del PGA Tour en la República Dominicana yo me encargo de la logística, montaje, contratación, promoción, plan de medios, colocación de los anuncios y todo lo que involucra hacer un proyecto de tal magnitud.

-Siento el PGA Tour uno de los torneos de golf a nivel mundial más importante, ¿cuántas personas aproximadamente asisten al torneo? ¿tienen alguna estadística de cuántos son extranjeros y cuántos son locales?

Presencia física es de aproximadamente 25,000 personas los cuatro días del evento, sin embargo lo grande del evento no está ahí, cada año tenemos más de 5 billones de impresiones de personas viendo en línea, medios no tradicionales, radio, en televisión abierta o paga de Estados Unidos y el mundo, 4.8 billones de impresiones, es decir que por los diferentes medios digitales, televisión y radio tenemos contacto con las personas del mundo. Para que tengas una idea, nosotros llegamos a más de 190 países y territorios del mundo, no solo digitalmente, sino a través de 32 emisoras de televisión abierta como MBC, Gold Channel, CBS, Fox, Fox Sport... Este evento pone a la República Dominicana como el más importante en la historia, porque ningún evento en el país había logrado alcanzar poner a la República Dominicana en los ojos de tantos países y personas.

-¿De qué países reciben la mayor cantidad de turistas al torneo?

Del 100% de las personas que nos visitan físicamente, el 60% es local, dominicanos que vienen a participar en el evento viéndolo, para socializar, ya que hay muchas actividades chulas dentro del evento. Y el 40% es internacional, quienes son más asiduos a venir al PGA Tour son los norteamericanos, es nuestro primer mercado, ya que es como nuestro patio, es más rápido venir de Miami, una hora y media en vuelo, que ir a la capital.

-Ya nos habló de algunos de los medios que utilizan para transmitir y promocionar el PGA Tour, sin embargo ¿Qué tácticas utilizan para atraer cada vez más de sus principales participantes? De la República Dominicana y Norteamérica.

Tenemos media partners locales que se encargan de promocionar en todos los medios locales que tú conoces y media partners internacionales, en este caso la gente de instagram,

twitter, facebook, fortune, youtube, toda la plataforma de MBC y Go Channel, a nivel local tenemos algunos como Multimedios del Caribe (media partner oficial), Diario Libre, Listín Diario, que se encargan del proceso tradicional y digital del evento. Ahora, donde nosotros invertimos dinero y estrategias en la promoción del evento es en las plataformas digitales y en retarget, nosotros tratamos de buscar el nicho de ese turista o aficionado del golf para poder llegar con la venta de artículos, informaciones, promociones, actividades... Ósea, a todas las personas que pudiese interesarle el evento, será bombardeada con las informaciones, localizadas en el target específico. De esta manera nosotros llenamos el evento e incluso tenemos que ponerlo en Sold-Out antes de tiempo.

-Esta es la manera en la que ustedes llegan al público de manera digital y por las telecomunicaciones, sin embargo ¿De qué manera se promocionan en el plano físico? Dicho banners, carteles...

Nosotros utilizamos las vallas de formato grande, en la capital colocamos 12 en las vías principales, la carretera Corales está llena de vallas de formato ancho, en las pantallas grandes como es la de Blue Mall. Pero recuerda que es un evento que se realiza en Marzo, ese tipo de promoción hay que hacerla con un tiempo que la gente no se canse de verla, entonces nosotros comenzamos este tipo de publicidad en febrero, más o menos mes y medio antes del evento. Lo hacemos para no perder el 360 del plan de medios, porque hoy en día es más fácil tener todo en el celular, sin embargo un 360 de medios para abarcar todo público.

-Cómo parte del plan del PGA Tour, ¿ustedes les ofrecen a los turistas una experiencia completa? dígame alojamiento , atractivos de la zona, spa...

No solo se le ofrece un paquete que engloba toda la experiencia, sino que como somos los propietarios del aeropuerto más grande del caribe "Aeropuerto Internacional de Punta

Cana" les ofrecemos una experiencia completa, los que compran el Special Guest, desde que se desmontan del avión reciben una experiencia VIP, van al salón VIP de nosotros, no hacen filas, se hospedan en uno de nuestros hoteles con todo lo que es spa, comidas, bebidas y se pasa un fin de semana de Jueves a Domingo como un rey, claramente esos son los que compran el Special Guest. Mientras que los que compran la entrada normal, usualmente son ese 60% de los locales, la mayoría que viene de la capital, algunas veces se quedan en sus casas propias, en nuestros hoteles o airbnbs y simplemente asisten al evento y actividades sociales. Solo la asociación de PGA Tour me compra aproximadamente 150 Special Guest, esas personas vienen hasta en aviones privados y nosotros les aseguramos toda la experiencia VIP. Con el Golf es más fácil hacer ese tipo de experiencia de lujo.

-¿Durante el torneo realizan algún tipo de promoción principalmente con los extranjeros para que retornen al país? Ya sea de vacaciones o al PGA Tour del próximo año.

Sí y se hacen de dos vías, recuerda que las 25,000 personas que yo recibo son solo el público, pero lo que más vale es la promoción de esas personas que quieres que vengan el año que viene o que retornen. La trabajamos de dos partes, cuando el turista está aquí o el visitante local, durante todo el evento tienen una serie de actividades para que esas personas estén enterados y puedan adquirir el próximo evento. Invitamos a influencers, bandas de música, actividades sociales y hasta un desfile de moda. Nosotros hacemos una experiencia para que el turista quiera volver, pero aquel que no ha podido venir, que está viendo el evento por televisión, tenemos lo que se llama media tent, que es una carpa gigante tipo cerca, ahí vas a encontrar todos los periodistas, medios tradicionales, medios sociales, medios digitales, esos media partners (twitter, facebook, instagram..) y pantallas gigantes, motivando por todos esos medios a las personas que están viendo el evento a que vengan el próximo año. Entonces nos pasamos la semana completa, bombardeando tanto al que está con nosotros como a los que nos están viendo por transmisión. Por eso hemos

logrado renovar el contrato con PGA Tour por cuatro años más. Cada inversión es de más de 30 millones de dólares por contrato, imagínate lo que genera un evento como este o un evento deportivo masivo como la NBA.

-¿Qué tanto está siendo apoyado el PGA Tour a nivel de patrocinios?

En nuestro caso nuestros patrocinadores son específicos, exclusivos y no se repiten, la inversión es cuantiosa y en dólares. Tratamos de que no haya un abanico grande de empresas porque desluce el evento, todas las transmisiones se enfocan en los jugadores y ya la promoción a las marcas se hace por fuera, para las personas que asisten al evento. Realmente las grandes empresas locales y las entidades públicas están apoyando de gran manera no solo al PGA Tour, sino en general a los eventos deportivos en el país.

8. TÁCTICA DE PROMOCIÓN DE EVENTOS TURÍSTICOS DEPORTIVOS

La República Dominicana al momento de promocionar un evento de turismo deportivo se ha enfocado en la percepción y vista del usuario receptor, creando contenido digital de actividades que se realizan en el país y divulgarlas en medios nacionales y extranjeros para el alcance mediático de personas buscando generar interés entre ellos.

De igual forma, en el marco de ferias nacionales e internacionales se exponen las bondades de los recursos turísticos del país que ofrecen este segmento o facilidad para el turismo deportivo.

Se crean campañas específicas por destinos como es el caso del proyecto ‘‘Cabarete, Surf and Wind City’’, el cual fue puesto en ejecución en septiembre del presente año, la cual busca posicionar esta localidad como la ideal en todo el país y el caribe para la realización de actividades deportivas acuáticas gracias a las condiciones de las playas que se encuentran en esta.

A través de las oficinas de promoción turística en el exterior también se realizan campañas digitales que realizan la oferta turística dominicana incluyendo el aspecto deportivo, de cara al mercado exterior (Posibles turistas, prensa, agencias de viajes y tour operadores, entre otros).

9. PLAN ESTRATÉGICO

a. Visión

Se pretende mejorar la estrategia de promoción de los eventos y destinos de turismo deportivo en la República Dominicana, teniendo en cuenta las diferentes necesidades para el buen desarrollo del mismo.

b. Misión

Dar a conocer el gran potencial de la República Dominicana como destino turístico deportivo, satisfaciendo las necesidades de los turistas tanto locales como internacionales.

c. Objetivos

Objetivo General

Este proyecto pretende ofrecer mediante la recolección de datos y estrategias un análisis enfocado en los puntos específicos tales como eventos e infraestructura de turismo deportivo en la República Dominicana, capacidad de desarrollo del país en este tipo de turismo, oportunidad para la diversificación de los productos y servicios, promoción de turismo deportivo a nivel nacional e internacional.

Objetivos específicos

- Atraer e incrementar la cantidad de eventos de turismo deportivo que se realizan en la República Dominicana anualmente.
- Incrementar el alcance de las promociones de manera local e internacional vía las redes sociales y medios de comunicación.
- Atraer un 10% más de turistas internacionales a eventos deportivos al país

- Implementación de protocolos ante a posibles riesgos o riesgos futuros por fuerza mayor para el 2022.
- Gestionar innovación para el desarrollo de estrategias promocionales a un 15% para el 2022
- Reconocer las necesidades presentadas para la mejora de los espacios e infraestructuras deportivas.
- Motivar a posibles inversionistas a invertir en este tipo de turismo.
- Apoyar e incentivar a los deportistas locales.
- Firmar contrato con alguna empresa de eventos deportivos internacional.

A la vez se pretende destacar la gran oferta de turismo deportivo que el país ofrece y posibles mejoras.

d. Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
Ubicación geográfica estratégica	Demanda creciente de actividades relacionadas al deporte y recreación.
Gran variedad de clubes, disciplinas e infraestructuras deportivas.	Difusión y promoción de las carreras a través de las redes sociales .
Buena accesibilidad vial, portuaria y aérea lo que provoca gran conexión con los demás países.	Inclusión de profesionales dominicanos a las actividades.
Clima tropical todo el año	Interés de las personas por el deporte post-pandemia.
Amplia oferta de alojamiento y gastronomía.	Apoyo al deporte de las empresas grandes para patrocinio.

Gran participación de competidores a nivel local.	Promoción en las diferentes ferias internacionales que el país participa.
<p>Debilidades</p> <p>a infraestructuras con gran potencial.</p> <p>Falta de elaboración y métricas para el crecimiento constante.</p> <p>Inversión limitada para este tipo de turismo.</p>	<p>Amenazas</p> <p>Déficit de inversiones públicas en infraestructura, en especial en caminos, servicios primarios y señalización.</p> <p>Bajo presupuesto para promoción internacional.</p> <p>Escasa oferta de torneos o campeonatos para los diferentes deportes.</p>

- Dar a conocer los diferentes atractivos y espacios de turismo deportivo que ofrece el país.

e. Desarrollo de estrategia

Indicadores	Explicación del Indicador	Periodicidad	Metas	Responsables	FCE	Estrategias
				Ejecución		
¿Cómo se va a medir?	Definir el indicador	Definir si la meta es mensual o anual	Número que se va a medir cuando se logre el tiempo	Responsable de la ejecución	Factores claves de éxito lo que se necesita para que el objetivo se cumpla	Estrategia de más impacto y relevante para los objetivo

Firmando contrato con un evento deportivo internacional	Presentar una propuesta a los diferentes organizadores de eventos deportivos. Con la firma de contrato de algún evento internacional reconocido, se asegura una cantidad de turistas visitantes.	Anual	Un contrato por mínimo un año	Empresas organizadoras de eventos e inversionistas.	Buena táctica de promoción del espacio a realizar el evento y buen apoyo de patrocinadores.	Establecer estrategias de promoción y llegar a las personas encargadas de realizar los eventos.
Realizando un presupuesto de las necesidades y beneficios que se les brindaría a los mismos.	Crear un plan de las diferentes necesidades, ya sea como patrocinador de algún evento o equipo o para mejorar un espacio deportivo. En base a esto, plantear los beneficios que este obtendría al invertir.	Anual	Necesidades de cada año	Organizadores del evento, propietarios de los espacios deportivos.	Buen plan de desarrollo del evento o espacio, lo que trae beneficios al inversionista.	Crear ofertas atractivas que promuevan un precio asequible y beneficios atractivos. Lograrlo a través de las necesidades de los inversionistas
Ampliar la oferta de eventos deportivos, enfocados en el mercado que demanda más oferta.	Identificar las ofertas de turismo deportivo e identificar posibles necesidades del mercado para nuevas ofertas.	Anual	Aumento de cantidad de eventos deportivos anualmente	Organizadores del evento, propietarios de los espacios deportivos.	Conocer las necesidades deportivas del mercado y realizar un evento deportivo que llame la atención de los turistas.	Evaluación de la demanda de los eventos ya existentes y de los deportes con menor participación en los eventos.

Realizando promoción por las diferentes fuentes para alcanzar un mayor público.	Utilizar la promoción de manera estratégica, llegando a personas con intereses como lo que ofrece el evento.	Anual	Aumento del 10% de los turistas internacionales	Departamento de promoción de la organización del evento.	Promocionar a un público más específico	Realizar una promoción 360 grados, sin saturar a las personas. Utilizar las redes sociales como mayor método de mercadeo, las vías de telecomunicación y personas influyentes, sin dejar a un lado la promoción física en las vías principales.
En base a las necesidades de cada club o espacio deportivo identificar las diferentes necesidades para el buen desarrollo de los mismos.	Algunos espacios deportivos en la República Dominicana, no cumplen con la comodidad y seguridad debida para realizar un evento deportivo, es por esto que estos deben ser habilitados para que puedan cumplir con su función de la mejor manera posible.	2 años	Cantidad y capacidad de los centros y espacios deportivos habilitados.	Propietarios de los centros privados y el estado de los centros y espacios públicos.	Habilitar espacios seguros, equipados y atractivos visualmente para eventos deportivos.	Incentivar a los dueños de clubes o espacios deportivos a habilitar y remodelar los espacios para recibir turistas.

Promocionar de manera más directa y a un público más selectivo e interesado en el deporte.	Invertir en promociones que lleguen justamente al tipo de público que le pudiese llamar la atención el evento.	Por evento	Esta debe ser una meta a realizar por evento, por lo que no hay un tiempo determinado,	Departamento de publicidad y marketing de las empresa	Identificar el tipo de mercado al que el evento está dirigido e invertir en los medios más utilizados por el segmento de posibles interesados.	Utilizar las redes sociales como vía para generar
Porcentaje de aumento en la gestión y planificación de riesgos.	Se crea una planificación previa de que la empresa u organización debe de hacer en dado caso de posibles riesgos que perjudiquen a largo plazo.	Anual	Lograr que ante cualquier evento o desastre tanto natural o de otro tipo	Directores del evento y autoridades políticas del país.	El liderazgo, el compromiso, las responsabilidades y la rendición de cuentas de la alta dirección.	Incrementar la eficiencia en la empresa completa sobre la reducción y prevención de riesgos.
Conseguir apadrinamiento de parte de las grandes empresas a equipos deportivos y talentos locales.	El apoyo a los talentos deportivos tanto para representarnos de manera local como internacionalmente es crucial. Además de ser una manera para atraer compañías y/o personas que quieran invertir en el talento deportivo dominicano.	Mensual	De manera mensual se debe invertir y motivar a los jugadores talentos.	Ministerio de Deportes y marcas deportivas interesadas en el talento local.	Identificar las necesidades de los deportistas y satisfacer las mismas para que de esta manera puedan participar en los torneos y equipos.	Crear un plan de necesidades y elaborar una propuesta atractiva para mantenerlas motivadas y preparadas para torneos y campeonatos.

Porcentaje de aumento de la eficiencia en base a nueva tecnología.	Implementación de estrategias innovadoras utilizando nuevas tecnologías para los canales de promoción. De igual modo realizar una comparación para evaluar el 15% a medida del tiempo.	Anual	Aumentar a un 15% las estrategias promocionales mediante procesos y tecnologías innovativas	Mercadeo y Ventas	Revisión de estrategias actuales de promoción y el uso de nuevas tendencias y tecnologías.	Desarrollo de plataformas o aplicaciones personalizadas para implementar el uso de tecnologías emergentes dentro de las promociones de la empresa.
--------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	---------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

10. CONCLUSIÓN

El turismo dominicano viene caracterizado por ir más allá del sol y playa. Es por esto que nos hemos enfocado en el turismo deportivo, debido al gran potencial que este tiene para su desarrollo en la República Dominicana.

El país año tras año es huésped y organizador de una gran cantidad de eventos deportivos, sin embargo a través de la recopilación e investigación de información realizada, hemos percibido la necesidad de un plan estratégico de mercadeo con el fin de recopilar información sobre las necesidades que el país tiene y plantear objetivos para el correcto desarrollo del país como destino de turismo deportivo.

El turismo deportivo en la actualidad es uno de los tipos de turismo con mayor potencial de desarrollo, debido a su alta demanda y potencial económico en países como la República Dominicana, que cuenta con espacios y estructuras deportivas con capacidad de realizar eventos deportivos de gran alcance.

La República Dominicana es un país con un gran potencial de desarrollo en este tipo de turismo, debido a su amplia variedad de ecosistemas y espacios para practicar casi todos los deportes, así como también el país cuenta con muchas fortalezas que deben aprovecharse.

El análisis realizado fue con el fin de determinar las diferentes necesidades que el país presenta y el planteamiento de objetivos para el correcto desarrollo y promoción de los destinos y eventos que se realizan en el país. En cuanto a esto se realizó una investigación de diversas fuentes, incluyendo un levantamiento de fuentes como los encuestados y un profesional del área de promoción turística. En base a esto se determinaron diversas necesidades que el país tiene e impiden que este pueda explotar totalmente su potencial, como es el caso de la necesidad de remodelación y servicios para ofrecer al turista una mejor experiencia, en cuanto a la promoción o marketing, se determinó que pudiesen tener mayor alcance si dirigen sus métodos de alcance a una segmentación estratégica y de manera atractiva, ya que en algunos casos los posibles interesados no llegan a obtener la información.

11. Bibliografía

World Tourism Organization. (n.d.). Turismo deportivo. Retrieved October 17, 2021, from <https://www.unwto.org/es/turismo-deportivo>

Lee, Y., & Lee, Y. H. (2014). Plan estratégico de marketing para fomentar los atractivos turísticos del cantón montalvo. Salesiana Sede Ecuador, 12(21), 1–121. <https://doi.org/10.3390/su12219015>

Melo, R., & Sobry, C. (20187). Sport Tourism: New Challenges in a Globalized World MLA, 8.^a edición (Modern Language Assoc.) Melo, Ricardo, and Claude Sobry. Sport Tourism : New Challenges in a Globalized World. Cambridge Scholars Publishing, 2017. APA, 7.^a edición (American Psychological Assoc.)

Melo, R., & Sobry, C. (2017). Sport Tourism : New Challenges in a Globalized World. Cambridge Scholars Publishing. (7th ed., Vol. 2). Cambridge Scholars Publishing. <https://ezproxy.unibe.edu.do:2194/eds/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzE1MTc4MDFfX0FO0?sid=5f795abd-3f40-42a1-be5f-87c40297a119@sessionmgr4008&vid=1&format=EB&rid=1>

De la Rosa, R. (2016, May 14). Las actividades deportivas y su vínculo con el turismo. Periódico elDinero. <https://eldinero.com.do/23466/las-actividades-deportivas-y-su-vinculo-con-el-turismo/>

Deportivo, R. (2021, Agosto 16). EL DEPORTE DEJÓ HUELLAS EN EL PRIMER AÑO DE LUIS ABINADER– Turismo Deportivo RD. <http://turismodeportivord.com/el-deporte-dejo-huellas-en-el-primer-ano-de-luis-abinader/>

Guzmán, R. (2021, September 21). El Ministro David Collado encabeza lanzamiento de Cabarete como capital del Wind and Surf City. Ministro David Collado encabeza lanzamiento de Cabarete como capital del Wind and Surf City Garantiza.

<https://www.mitur.gob.do/ministro-david-collado-encabeza-lanzamiento-de-cabarete-como-capital-del-wind-and-surf-city/>

Presidente Abinader: “el deporte dominicano atraviesa uno de sus mejores momentos” | Ministerio de Deportes y Recreación (MIDEREC). (n.d.). Presidente Abinader: “el deporte dominicano atraviesa uno de sus mejores momentos.” Retrieved October 1, 2021, from <https://miderec.gob.do/presidente-abinader-el-deporte-dominicano-atravesia-uno-de-sus-mejores-momentos/>

Deportivo, R. (2020, July 17). *EL MINISTERIO DE TURISMO DE LA RD, UN GRAN ALIADO DE LOS DEPORTISTAS* – *Turismo Deportivo RD*. turismodeportivord. <http://turismodeportivord.com/el-ministerio-de-turismo-un-gran-aliado-de-las-actividades-deportivas/>

Sport tourism - World Sport Tourism Show. (n.d.). WST-Show | World Sport Tourism Show. Retrieved November 6, 2021, from <https://www.wst-show.com/en/sport-tourism>

Alrawadieh, Z. (2014, January 1). *Building Sports Tourism and Event Portfolios: Key Success Factors in Middle East Sports Tourism*. Research Gate. Retrieved November 5, 2021, from https://www.researchgate.net/publication/235663880_Building_Sports_Tourism_and_Event_Portfolios_Key_Success_Factors_in_Middle_East_Sports_Tourism

[PDF] *Sport Tourism Presentation Developing a Sport Tourism Strategy. Midland and Kingston May 13–14, 14, 2013 - Free Download PDF*. (n.d.). SILO TIPS. Retrieved November 5, 2021, from <https://silo.tips/download/sport-tourism-presentation-developing-a-sport-tourism-strategy-midland-and-kings>

Reportaje. (n.d.). Reason Why. Retrieved December 5, 2021, from <https://www.reasonwhy.com/reportajes>