



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

MODALIDAD PRESENCIAL

Informe final del trabajo de Graduación o Titulación previo a la obtención del título de
Licenciado en Turismo y Hotelería

TEMA:

“EL CHEERDANCE Y EL TURISMO DEPORTIVO EN EL CANTÓN AMBATO”

AUTOR: José Luis González

TUTORA: Ing. Angélica González

AMBATO – ECUADOR

2022

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

“El cheerdance y el turismo deportivo en el cantón Ambato”

Del alumno José Luis Gonzáles Salazar, estudiante de la carrera de Turismo y Hotelería de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, considero que, dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, febrero 2022

TUTORA

.....
Ing. Angélica González

C.C: 1713482352

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**El cheerdance y el turismo deportivo en el cantón Ambato**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de grado.

Ambato, febrero 2022

EL AUTOR



.....
José Luis González Salazar

C.C.: 172085036-9

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, febrero 2022

EL AUTOR

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'José Luis González Salazar', enclosed within a large, stylized circular flourish.

.....
José Luis González Salazar

C.C.: 172085036-9

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “**El cheerdance y el turismo deportivo en el cantón Ambato**” de José Luis González Salazar, estudiante de la carrera de Hotelería y Turismo, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, febrero 2022

Para constancia firman;

Ing. Mg. Sonia Paola Armas Arias

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.: 1803202827

Lcdo. Mg. Oscar Alberto Abril Flores

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.: 1803292620

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo de mucho esfuerzo y sacrificio y con éxito culminado a Dios que es mi gran apoyo, mi pilar, mi roca; a mi madre Cecilia que fue quien me impulsó a culminar mis estudios y pese a todas las circunstancias me ha enseñado a no rendirme.

A mis amigos, mis estudiantes J.G. y D.U. al Team 420, que han sido mi mayor inspiración y apoyo para superarme.

A mi familia que a pesar de la distancia me han brindado su apoyo.

José González

AGRADECIMIENTO

Muy agradecido con Dios que me ha dado la oportunidad de seguir con vida, me ha brindado fortaleza, sabiduría e inteligencia, también agradezco a los docentes de la Universidad Técnica de Ambato de la Carrera de Turismo y Hotelería por todo el acompañamiento que me brindaron durante tantos años.

A mi Tutora Mg. Angélica González por ser mi mentora, que con su profesionalismo, paciencia y apoyo me orientó en estos últimos pasos para lograr culminar con este proceso de formación profesional.

A mi familia y amigos por su apoyo incondicional por brindarme su ayuda y apoyo durante este periodo significativo de mi vida.

José González

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
A. PÁGINAS PRELIMINARES	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
CAPÍTULO I	1
MARCO TEÓRICO.....	1
1.1. Antecedentes de Investigación.....	1
1.2. Fundamentación Teórica.....	3
1.3. Objetivos	16
CAPÍTULO II.....	18
METODOLOGÍA.....	18
2.1. Método.....	19
2.1.1 Enfoque	18
2.1.2 Alcance de la investigación	18
2.1.3 Población y Muestra	19
2.1.4. Técnicas e instrumentos	19
2.2.5. Recolección de la información.....	23
2.2.6. Procesamiento de la información y análisis.....	23
CAPÍTULO III.....	24
ANÁLISIS DE DATOS.....	24

3.1. Análisis cualitativo y discusión de los resultados	24
CAPÍTULO IV	39
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	40
4.1. Conclusiones	40
4.2. Recomendaciones	40
CAPÍTULO V	42
PLAN DE EJECUCIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO	42

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación deportes colectivos, relación entre participantes	4
Tabla 2. Clasificación deportes colectivos, disposición de los jugadores	5
Tabla 3. Clasificación deportes colectivos tipo de participación	5
Tabla 4. Plan estratégico organización de eventos deportivos	7
Tabla 5. Tipos de cheerleading	11
Tabla 6. Categorías cheerdance	12
Tabla 7. Organizaciones Regulatoras Del Cheerdance Y Cheerleader	12
Tabla 8. Tipos de turismo según el objetivo del turista, subtipo corporal	13
Tabla 9. Destinatarios y objetivos de la promoción de ventas	15
Tabla 10. Funciones del área de marketing	15
Tabla 11. Población y muestra	19
Tabla 12. Dimensiones e indicadores	20
Tabla 13. Dimensiones e indicadores	21
Tabla 14. Exposición resultados entrevista	24
Tabla 15. Verificación de la hipótesis	38

Tabla 16.	Recolección De La Información	86
Tabla 17.	Autor: José González 2021	86

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	Deportes colectivos	4
Gráfico 2.	Estructura del plan director de un evento	6
Gráfico 3.	Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance.....	27
Gráfico 4.	Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance.....	28
Gráfico 5.	Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance.....	29
Gráfico 6.	Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance.....	30
Gráfico 7.	Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance.....	31
Gráfico 8.	Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance.....	32
Gráfico 10.	Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance.....	33
Gráfico 11.	Cuestionario Dirigido A La Población Practicante De Cheerdance	34
Gráfico 12.	Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance.....	35
Gráfico 13.	Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance.....	36
Gráfico 14.	Matriz FODA	37
Gráfico 15.	Especificación de las regiones	39

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación “EL CHEERDANCE Y EL TURISMO DEPORTIVO EN EL CANTÓN AMBATO”, se desarrolló bajo un enfoque cualitativo con el objetivo de analizar cómo el cheerdance y el turismo deportivo pueden contribuir al desarrollo económico del cantón Ambato; que son elementos de gran importancia en su aporte con el desarrollo turístico y económico, pero con escasa información y desconocimiento del tema.

La investigación se encuentra enfocada a nivel exploratorio y descriptivo, partiendo de una revisión bibliográfica, para luego analizar el cheerdance y la relación con el turismo deportivo en el cantón Ambato.

Luego de haber realizado el trabajo investigativo se presenta una propuesta, un plan organizacional de un evento turístico deportivo enfocado al cheerdance, como alternativa de aplicación en el cantón Ambato y solución al problema investigado.

Palabras Clave: Cheerdance, Turismo Deportivo, Desarrollo Turístico, Desarrollo Económico, Turismo.

ABSTRACT

The present research work "CHEERDANCE AND SPORTS TOURISM IN THE AMBATO CANTON", was developed under a qualitative approach with the objective of analyzing how cheerdance and sports tourism can contribute to the economic development of the Ambato canton; which are elements of great importance in their contribution to tourism and economic development, but with little information and ignorance of the subject.

The research is focused on an exploratory and descriptive level, starting from a bibliographic review, to then analyze cheerdance and the relationship with sports tourism in the Ambato canton. After having carried out the investigative work, a proposal will be presented, an organizational plan for a sports tourism event focused on cheerdance, as an alternative application in the Ambato canton and a solution to the problem investigated.

Keywords: Cheerdance, Sports Tourism, Tourism Development, Economic Development, Tourism

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de Investigación

En el presente trabajo de investigación se tomó en cuenta tesis y artículos científicos de estudios nacionales e internacionales que son descritos a continuación:

Según los autores Blažević y Alkier Radnić, citado en **Valencia Barahona (2020)**:

La industria de las reuniones se ha convertido en un actor visible y fundamental en el mapa turístico de varios países, ha experimentado un crecimiento significativo, al punto que varios autores australianos y alemanes afirman que la industria de las reuniones y eventos ya se han recuperado de la crisis financiera a nivel mundial, el turismo MICE genera un alto impacto económico a través de la organización eventos y reuniones en un destino turístico o localidad elegida como sede, así como los servicios que se movilizan directamente para este sector del turismo, tales como restaurantes, hoteles, transporte y lugares turísticos que se benefician de una forma directa de todas las actividades que generan estos eventos.

Realizar grandes congresos o eventos de alto reconocimiento nacional como internacional, los mismos a los que acuden cientos o miles de delegados no sólo beneficia la parte organizadora sino también es una fuente generadora de beneficios entre ellos, el incremento a la visita de las ciudades y por ende su incidencia en la promoción del destino y servicios turísticos.

De acuerdo con **Escobar & Yuli (2018)**:

La oferta del turismo en el mundo es cada vez más competitiva, donde abarca una gran gama de atractivos que con la interacción de otras actividades turísticas se convierten en productos, los mismo que, según su organización y correcto manejo aportan a la consolidación de una localidad, ciudad o país, dándole un título como un destino turístico

único, permitiéndole expandirse a más segmentos de mercado y obteniendo mayor consumo por su promoción y venta.

Por esta razón actualmente se ha comprometido más al sector turístico con los organizadores de eventos deportivos, con la finalidad de seguir diversificando, innovando, modernizando y especializando los productos turísticos, para su promoción y consumo en el mercado nacional como internacional, en la actualidad se cuenta con una extensa variedad de eventos deportivos de diferente índole, donde se puede distinguir entre la calidad del evento, su ubicación geográfica, los servicios complementarios, factores de preferencias del cliente; con todos estos datos los actores de turismo pueden aprovechar estas actividades y beneficiarse económicamente de los mismos.

Según el investigador **Aspiazu Montalván (2020)** menciona que: “El diseño de un plan de promoción para un producto turístico es fundamental”, pues en su aplicación se ha comprobado el crecimiento y posicionamiento del evento tanto a nivel nacional como internacional, uno de los factores más importantes en el plan y de excelentes resultados ha sido las campañas publicitarias emitidas por todos los medios de difusión y publicidad física como digital, que ha permitido llegar a la calidad de promoción que estos eventos requieren.

Según **Pazmiño Valle & Soria Tobar (2019)**:

La promoción de un evento artístico recae en una planificación ardua sobre todo en la identificación de las herramientas de publicidad a fin de llegar a un mayor público objetivo y de esta manera contribuir en el nivel cultural del público, que en muchas ocasiones se limitan a ser parte de estos espectáculos debido a su desconocimiento. En este sentido la publicidad será una estrategia que debe contemplarse al momento de planificar la propuesta en la presente investigación.

El aporte de Pazmiño y Soria a esta investigación es significativo, primero porque permite conocer las falencias en la promoción de un evento deportivo y segundo nos aporta con un plan de ejecución y promoción de un evento deportivo enfocado en la danza con agregados turísticos que pueden ser atractivos para los consumidores de este tipo de eventos y que satisfagan las necesidades de los consumidores permitiendo así al organizador proyectarse al mercado nacional como internacional.

1.2. Fundamentación Teórica

Deporte: Según Hernández & Carballo (2002):

La palabra “deporte” reconoce diversos principios en los cuales queda agrupada al pasatiempo y la diversión. No pocas veces aparece como sinónimo de juego o de actividad hecha sin ningún fin o propósito, lo cierto es que, más allá de su etimología y de los alcances que al término le den el uso social y el sentido común, es incuestionable que el propio concepto de deporte ha sufrido cambios relacionados con el rumbo social e histórico que esta actividad humana ha seguido.

“Se considera deporte a una situación motriz de competición institucionalizada en la que participa el individuo que desarrolla una actividad, en un determinado espacio de acción y donde puede haber o no compañeros y adversarios” (Parlebas, 1989).

La definición de deportes colectivos según el autor Arias Estero (2008). Considera deporte colectivo a todo aquel donde existe colaboración entre dos o más compañeros y tienen un equipo contrario, rival o de oposición, el objetivo es llevar a cabo una colaboración simultánea de sus integrantes, utilizar un espacio compartido y dependiendo del deporte grupal se puede utilizar un objeto móvil para su ejecución.

Las propiedades de los deportes colectivos son seis:

1. Cooperación
2. Oposición
3. Participación de 2 o más jugadores
4. Interrelación de los mismos
5. Espacio o lugar
6. objeto móvil.

Tipos de Deportes Colectivos. La clasificación es compleja, por la gran variedad de deportes que se engloban en esta tipología, según Parlebas (1989), “hablar de deportes

sociomotrices, dentro de éstos incluye a los deportes colectivos, debido a la presencia de otros participantes”.

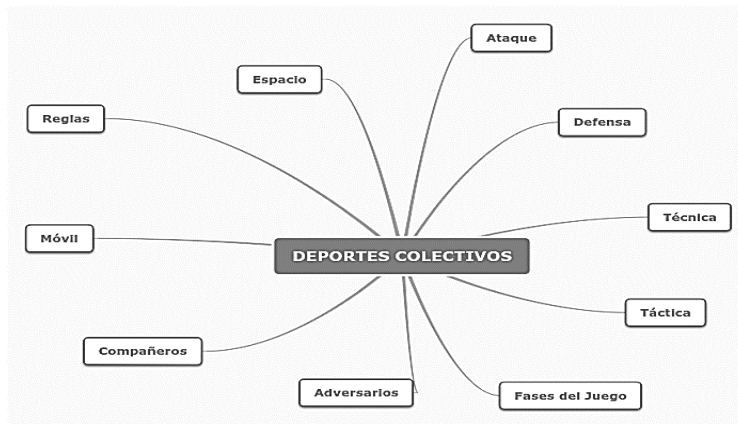


Gráfico 1. Deportes colectivos

Fuente: Revista Gestión Deportiva|

Autor: (GALDON, 2019)

El autor Parlebas establece los siguientes grupos con respecto a los deportes colectivos:

- 1) Según la relación entre los participantes
- 2) Atendiendo a la disposición de los jugadores dentro del terreno de juego
- 3) En lo que respecta al tipo de participación

Tabla 1. Clasificación deportes colectivos, relación entre participantes

Según la relación entre los participantes, distinguimos entre deportes de:	
Cooperación	Situaciones sociomotrices en las que sus participantes tienen que colaborar para conseguir un objetivo. En este tipo de deporte colectivo no hay adversario (por ej. El acrosport).
Cooperación – oposición	En estos deportes hay que cooperar con compañeros para alcanzar el objetivo propuesto y evitar que los adversarios hagan lo mismo (por ej. El fútbol americano).

Fuente: (Parlebas, Didáctica y lógica de las actividades físicas deportivas, 1993)

Autor: José González 2021

Tabla 2. Clasificación deportes colectivos, disposición de los jugadores

ATENDIENDO A LA DISPOSICIÓN DE LOS JUGADORES DENTRO DEL TERRENO DE JUEGO	
Separada	Se presenta en aquellas disciplinas deportivas en las que cada equipo juega dentro de un campo del que no puede salir. Por ejemplo el volleyball, el tenis, volley playero, padball entre otros.
Compartida	Corresponde a las actividades deportivas en las que los jugadores de los dos equipos pueden moverse libremente por el espacio. Por ejemplo el baloncesto, futbol, golf, natación, etc.

Fuente: (Parlebas, Didáctica y lógica de las actividades físicas deportivas, 1993)

Autor: José González 2021

Tabla 3. Clasificación deportes colectivos tipo de participación

TIPO DE PARTICIPACIÓN	
Simultanea	En estos deportes los jugadores de ambos conjuntos intercambian, sin un orden preestablecido, acciones de ataque y defensa (por ej. El fútbol sala).
Alternativa	Se presenta en aquellas disciplinas deportivas en las que se establecen turnos de ataque y defensa (por ej. El béisbol).

Fuente: (Parlebas, Didáctica y lógica de las actividades físicas deportivas, 1993)

Autor: José González 2021

Eventos deportivos. Un evento deportivo es una celebración planificada y organizada que tiene lugar en el ámbito del deporte, como tal, se puede pensar en un evento deportivo como un partido de fútbol, pero también se puede pensar en los Juegos Olímpicos o las competiciones deportivas en un área local.

De hecho, se trata de considerar al deporte no sólo como una actividad física, sino también como un producto que se comercializa y está sujeto a servicios económicos y actividades comerciales, en este sentido, el deporte ha dado paso al campo de la economía, el marketing, la gestión deportiva y se han publicado numerosos estudios acerca de su evolución en el campo de eventos y movimiento de masas. (Magaz González & Fanjul-Suárez, 2012).

Los organizadores de eventos deportivos y promotores económicos, sociales y de imagen, creen que es necesario determinar qué hacer y qué no hacer para alcanzar los objetivos en la organización de eventos y conocer los retos de su gestión y comercialización: negocio con empresas que prestan servicios en eventos, gestión de riesgos y seguridad (Dwyer & Fredline , 2008).

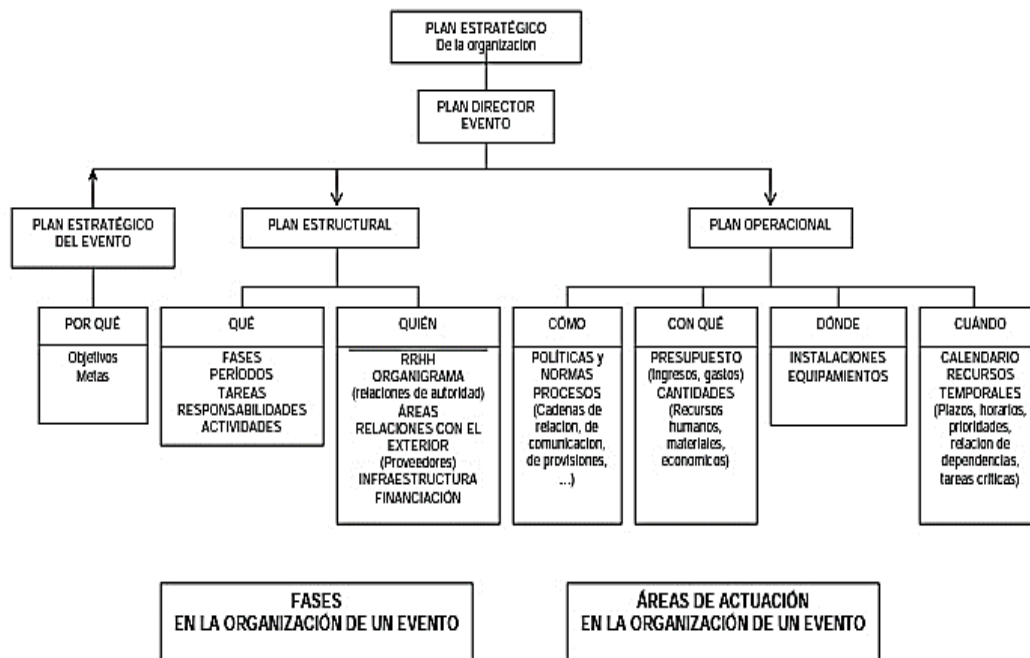


Gráfico 2. Estructura del plan director de un evento

Fuente: Revista Gestión Deportiva| Autor: (González & Suárez, 2012)

Es necesario la elaboración del plan estratégico del evento, con la misma se puede responder las siguientes preguntas: ¿qué se quiere?, ¿por qué se quiere?, ¿para qué se quiere? se formulan y fijan los objetivos, metas y restricciones, se programa el evento, definición de las variables principales del evento: tipología, duración, infraestructura, recursos humanos, características técnico – deportivas, implicados, una vez sumado todo este conglomerado, con la información el

análisis de información interna y externa llevada a cabo, junto a las reuniones mantenidas, se realiza un diagnóstico, un estudio de sostenibilidad del evento y de los condicionantes técnicos y financieros y se ajusta el primer diseño, hasta conseguir la configuración que corresponde al plan estratégico del evento.

Las acciones en la primera fase son: diseño del evento, analizar la factibilidad del proyecto y condiciones técnicas, el análisis financiero y viabilidad basada en la inversión, elaboración y ajuste del plan estratégico, promoción y la integración de la población como factor externo clave para su éxito.

Tabla 4. Plan estratégico organización de eventos deportivos

PLAN ESTRATÉGICO ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO				
Fijación y formulación de objetivos y metas	Sociopolíticos, económicos, técnicos, medioambientales	Políticas, estratégicas, económicas, técnicas.	Resultados esperados.	
Propuesta del evento	Denominación: Nombre Imagen Anagrama Mascota	Naturaleza: Competición Promoción Recreación Espectáculo.	Tipo: Puntual cíclico Extraordinario Mega evento Fijo o por etapas Unideportivo Polideportivo	
Duración del evento	Duración del proyecto: un año, 6 años, 6 meses.	Duración del evento: unas horas, un día, un fin de semana, unas horas cada 15 días, 20 días.		
Lugar del evento	Estudio y propuesta del entorno: Estudio ambiental Urbanístico.	Instalaciones: estudio de la misma: lugar, ubicación, urbanismo, propiedad, funcionalidad.	Instalaciones propias, públicas y privadas de la zona, de diferentes localidades.	Infraestructuras de movilidad y acceso, hoteleras, culturales, etc.

Características técnicas del evento	Unideportivo, recreativo o promocional: categorías, requisitos de inscripción, características de la prueba deportiva.	Unideportivo competitivo: Características de la competición: sistema de la competición.	Polideportivo recreativo: características de la prueba (categorías, requisitos, sistemas de rotación, eliminación, etc.)	Polideportivo competitivo: características del sistema de competición de cada prueba.
Recursos humanos del evento	Avance de necesidades: recursos propios, contratación, externalización, Voluntarios.	Cursos de formación, técnica, en la cultura del evento.		
Clientes del evento	Internos o Directos (para quien organizamos el evento): Para nosotros mismos, para la Municipalidad, para una Federación, para la Liga Profesional, para el COE.	Externos (participantes): Deportistas olímpicos, equipos deportivos, deportistas no federados, escolares, ciudadanos en general	Externos (espectadores): locales, nacionales, mundiales (segmentación del mercado)	
Análisis de resultados del evento	Internos o directos análisis ejecutado por los directivos del evento donde consta la productividad del eventos con costos y gasto y a la vez la factibilidad de organización futura para próximos años			
Plan desarrollo consecutivo	Los miembros ejecutivos del evento son los encargados de preparar un plan para un evento consecutivo dejando asentado un plan anterior como muestra para el nuevo proyecto			

Fuente: (Magaz González & Fanjul-Suárez, 2012)

Autor: José González 2021

Cheerdance:

Es una disciplina de más rápido crecimiento entre los niños y jóvenes de todo el mundo, con el pasar del tiempo se fortalece como una práctica deportiva, hoy en día los eventos de cheerdance son de carácter masivo, donde existen muchos involucrados en el desarrollo de este tipo de eventos deportivos, la relación directa que tiene con el turismo es fundamental para el desarrollo económico del lugar donde se desarrolla, los beneficiarios directos son: los organizadores, asistentes organizacionales, servicios de transporte, hospedaje y alimentación, dependiendo de la zona donde se realice el evento se integran otros sectores como sitios y atractivos turísticos.

Estos eventos deportivos se los puede relacionar con el turismo MICE, donde cada inicial corresponde a la definición original en inglés: Meeting, Incentives, Conferencing y Exhibitions, donde su principal objetivo es la promoción del país y de las organizaciones de reuniones mediante desarrollo de congresos y convenciones, aportando al incremento de la competitividad y visibilidad del producto turístico.

Desde su creación el cheerleading estuvo enfocado únicamente en animar eventos deportivos y que sus animadores apoyen a sus equipos, sin embargo con el pasar del tiempo y al convertirse en un deporte popular con mucha aceptación por parte de sus participantes, adhiere a su participación un componente dirigido al espectáculo y competitividad, precisamente a partir de su evolución técnica, deportiva y de su impacto en otros escenarios como el social y económico por su alto nivel de competitividad y eventos deportivos se establece como una práctica de carácter deportivo que hoy es considerada deporte en algunos países. (**Valencia Zabala, 2012**)

1898

Fecha ícono del nacimiento de Cheerleading, se presenta por primera vez por medio de la Universidad de Minnesota donde sus estudiantes desarrollaron un nuevo plan para involucrar más a su público con el fin animar a su equipo participante a ganar un partido creando así el primer grupo organizado de cheerleading, este año es precedente pues nace la primera asociación de cheerleaders organizados con la finalidad de acudir a los diferentes eventos deportivos y presentar sus rutinas animando al público.

1923 – 1948:

En sus primeros 25 años, el cheerleading fue realizado por un solo hombre, con actividad física. No fue sino hasta 1923 que la Universidad de Minnesota presentó a las primeras animadoras en sus juegos deportivos. Aunque las mujeres continuaron participando como cheer en varias partes de los EE.UU. después de 1923, fue hasta la década de 1940 que las mujeres se convirtieron en la mayoría de cheer, durante la época en que los hombres estudiantes universitarios salieron del país para luchar en la Segunda Guerra Mundial. **(Cheerleading, 2009)**

En la entrevista realizada a **(Sanchez Silva, 2022)** ex integrante del primer equipo de Cheerleaders del Ecuador avalado por la Federación Deportiva de Cotopaxi y entrenador de la misma disciplina y cheerdance, supo manifestar que:

El cheerleader se posesiona en nuestro país en el año 2006 - 2007, donde F.D.C. empieza a reclutar bailarines y gimnastas de todo el país con la finalidad de crear el primer equipo constituido HAWKS Cotopaxi, en el mismo año en la ciudad de Guayaquil, Rodrigo Cornejo, de nacionalidad chilena pero residente en Ecuador, siendo entrenador de cheerleader y cheerdance crea el festival “Balandra Cruz del Sur” enfocado en unidades educativas, el mencionado campeonato tuvo demasiada acogida y año tras año fue creciendo y se constituye como una de las primeras y mejores competencias nacionales B.C.S., la misma que posteriormente en sociedad con Pamela Chang, Bianca Andrade y Rodrigo Cornejo adquieren la franquicia de Adventure Brands y posicionan la competencia de UDA (Union Dance Association) y UCA (Union Cheer Association), que hoy en día son los eventos deportivos más grandes que existen en el Ecuador a donde acuden cientos de participantes anualmente.

Los tipos de cheerleading que existen son dos; aunque originariamente se creó solo para animar en los partidos, en la actualidad conviven esa modalidad y la de competición, coexistiendo así equipos que solo animan en los partidos o que solo compiten, es decir, los denominados equipos “All – Star” o los equipos que realizan ambas actividades.

Tabla 5. Tipos de cheerleading

TIPOS DE CHEERLEADING		
	Cheerleader	Cheerdance
Característica	<p>Animación. - participa en un espectáculo organizado de música, baile y gimnasia para animar a los aficionados asistentes a un evento deportivo.</p> <p>Competitivo. - Participa mediante una rutina organizada con elevaciones, saltos, lanzamientos, grito, gimnasia y baile, su finalidad es obtener un título o reconocimiento.</p>	<p>Competitivo. - Participa mediante una rutina organizada de baile dependiendo al estilo a participar y adjunta limitados elementos de acrobáticos buscando la misma finalidad de obtener un título o reconocimiento.</p>
Actividad	<p>La animación ha cobrado tal importancia que ha pasado a considerarse una actividad física extrema.</p> <p>Es indispensable que cada miembro del equipo ejecute todas las partes que el reglamento indica para cada competencia.</p>	<p>En la actualidad esta actividad ha sido considerada como deporte de baile, donde su participación está dividida según el estilo musical</p>
Rutina	<p>La rutina tiene un tiempo de duración de 2 minutos 30 segundos donde el equipo demuestra todas las habilidades basadas en el reglamento y adaptadas a su nivel de competitividad, la música debe ser especial para cheerleader ya que cuenta con efectos transitorios utilizados en los saltos, en los lanzamientos o elevaciones.</p>	<p>El tiempo de rutina es de 2:30, las categorías se definen según el estilo de música que se representa,</p>

Fuente: Investigador

Autor: José González 2021

Tabla 6. Categorías cheerdance

CATEGORÍAS CHEERDANCE	
Según el estilo de la coreografía se divide en:	<ul style="list-style-type: none">• Jazz• Hip hop• Freestyle pom• Contemporáneo / lírico• Danza árabe• Ballet• Danza española
Según la edad de los integrantes del equipo se divide en:	<ul style="list-style-type: none">• Mini• Infantil• Youth• Junior• Juvenil• Senior y master

Fuente: Investigador

Autor: José González 2021

De esta forma, el cheerleading competitivo es reconocido, avalado y representado por diferentes entidades de carácter internacional, estas empresas se encargan de fomentar e impulsar su práctica, desarrollando diferentes eventos y competiciones en torno al mundo, estas empresas generan y reforman la reglamentación para la regulación y correcto desenvolvimiento de este deporte.

Tabla 7. Organizaciones Reguladoras Del Cheerdance Y Cheerleader

ORGANIZACIONES REGULADORAS DEL CHEERDANCE Y CHEERLEADER	
International Cheer Union	I.C.U.
European Cheer Union	E.C.U.
U.S. All Star Federation	U.S.A.S.F.
International All Star Federation	I.A.S.F.
Universal Dance Association	U. D. A.
Universal Cheerleaders Association	U. C. A.

Fuente: Investigador

Autor: José González 2022

Turismo: Actualmente el turismo se ha convertido en una necesidad y en un placer accesible a grandes masas con derecho a participar en la recreación y el descanso.

Según el investigador **Ledhesma Miguel (2018):**

El turismo es todo el aspecto que se genera a partir de la idea o de la acción de desplazamiento de los seres humanos a un lugar diferente al de su residencia con posibilidades recreativas, es decir, con intenciones de descanso, diversión o contacto con el destino receptor.

A partir de abril de 2020, el turismo se detuvo debido a la pandemia de COVID – 19, esta parálisis del sector turístico no solo ha tenido un impacto significativo en la economía y el empleo, sino que también ha afectado a muchas comunidades que dependían de la actividad turística en su diario vivir, los desafíos son enormes, ya que aún se desconoce la duración de la epidemia, a pesar de los esfuerzos realizados hoy para revitalizar el sector, aún existen restricciones a los viajeros y se siguen aplicando medidas para reducir el impacto negativo de la pandemia en el sector turístico.

Tipos de turismo: Con la siguiente clasificación se pretende exclusivamente dar cuenta de la realidad turística en la que actualmente estamos inmersos, no es una clasificación definitiva ni cerrada y procura dar lugar a nuevas sistematizaciones, cada uno de estos tipos de turismo se pueden practicar de forma simultánea y conllevan a la par la búsqueda del descanso, la diversión y sobre todo el contacto con nuevas experiencias, que de acuerdo con **(Ledhesma , 2018)** menciona que “aquellos desplazamientos realizados por razones recreativas no comerciales para participar u observar actividades deportivas fuera del lugar de residencia habitual”.

Tabla 8. Tipos de turismo según el objetivo del turista, subtipo corporal

Tipos de turismo según el objetivo del turista			
1	Corporal	De salud	Médico
			De bienestar
		De gestación	De parto
			Abortivo
		Sexual	
		Activo	De aventura
Deportivo			

Fuente: Miguel Ledesma Periodismo Turístico 2016

Autor: José González

Turismo deportivo.

Las actividades relacionadas con el turismo y el deporte se han desarrollado por separado. Sin embargo, en los últimos años han comenzado a aproximarse de tal manera que el turismo deportivo y el deporte turístico adquieren entidad propia como actividades sociales claves en la ocupación del ocio y del tiempo libre. **(Blázquez Manzano, 2014).**

Sin embargo, la relación turismo y deporte requiere matizar algunos aspectos sobre todo aquellos relativos a: la intencionalidad del turista sobre la práctica deportiva (finalidad principal o secundaria), sobre el tiempo que se invierte en la ejecución del mismo y vinculado sobre su propia participación, que puede ser deportista o espectador se tratar por lo tanto diferenciar entre deporte en vacaciones o vacaciones deportivas.

El turismo deportivo se refiere a toda actividad relacionada con el deporte que se realiza fuera de lugar habitual de residencia, ya sea en instalaciones artificiales o en el medio natural para realizar una actividad física u observar espectáculos deportivos, pudiendo existir o no resultados competitivos o de intereses económicos. **Latiesa (2006).**

Oferta Y Demanda Del Turismo Deportivo:

La demanda turística es un factor clave para el crecimiento económico de varias zonas, donde el consumidor juega un papel muy importante ya que es el demandante de todos los servicios ofertados, sobre ello el autor **(Blázquez Manzano, 2014)** menciona que; “para que un mensaje logre influir en el comportamiento de compra de un cliente, es preciso que sea percibido un número mínimo de veces para generar su recuerdo”.

Para el autor Krugman citado en **(Blázquez Manzano, 2014)** señala que “para lograr aprendizaje en la audiencia es preciso recorrer tres fases: curiosidad, reconocimiento y decisión”.

La oferta y demanda que existe para el turismo deportivo en eventos especializados de cheerdance, actualmente desplaza cientos y miles de personas involucradas con este deporte, la asistencia depende del tipo de evento y su localidad es fundamental, este tipo de eventos ha ganado mucha importancia para el desarrollo económico del sector, es por esta razón que consideramos pertinente hacer un análisis complementario de los efectos del evento en la actividad turística, sector hotelero,

restaurantes y transporte, para ello, se han realizado entrevistas personales y encuestas digitales a los deportistas con la finalidad de analizar correctamente el impacto del evento en el campo turístico.

Tabla 9. Destinatarios y objetivos de la promoción de ventas

Destinatarios	Objetivos principales
Vendedores o comerciales	Desarrollar las ventas de un producto turístico Incrementar las ventas a ciertos clientes Facilitar información sobre productos turísticos Aumentar la eficiencia de vendedores
Intermediarios o distribuidores	Amplia gama de productos comercializados Incrementar el volumen de ventas Mejorar preferencia por empresa turística
Prescriptores	Facilitar información de las características de productos Conseguir recomendación de la marca Crear imagen de empresa, servicio, marca.
Consumidores	Incrementar número de usuarios Incrementar compras por usuario Dar a conocer productos complementarios Facilitar venta nuevos productos turísticos

Fuente: (Álvarez Álvarez, 2000)

Autor: José González 2021

ÁREAS Y FUNCIONES DE UN EVENTO
<p style="text-align: center;">ÁREA DE MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiene como objetivo principal la venta del evento a diferentes mercados • Diseña productos de publicidad y organización del evento • Selecciona el grupo de mercado al que va a dirigir sus acciones • Decide, diseña y elabora logotipos • Decide, diseña y contrata productos de promoción y meerchandising • Canaliza la recolección de información • Decide y elabora documentos de prestigio e imagen del evento • Diseña edita y difunde material impreso y material virtual

Tabla 10. Funciones del área de marketing

Fuente: (Álvarez Álvarez, 2000)

Autor: José González 2021

1.3. Objetivos

Objetivo general:

Establecer cómo el cheerdance y el turismo deportivo pueden contribuir al desarrollo económico del cantón Ambato.

Objetivos específicos:

Identificar estrategias de turismo deportivo que aporten al desarrollo económico del cantón Ambato:

Este objetivo se desarrolló con la revisión bibliográfica, misma que se denota en el capítulo I, empleando el criterio de varios autores a nivel nacional e internacional.

Además se utilizó la matriz FODA permitiendo identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las estrategias de turismo deportivo y su relación con el desarrollo económico en el cantón Ambato.

Ejecutar una investigación que incluya a los entrenadores y deportistas que han participado en campeonatos nacionales e internacionales para determinar las necesidades y expectativas que los incitarían a involucrarse en actividades esenciales de turismo deportivo:

Este objetivo se alcanzó con la aplicación de una entrevista a entrenadores expertos en cheerdance y una encuesta a los deportistas de esta disciplina, este instrumento generó información que permitió identificar la oferta y demanda de los eventos deportivos y la relación directa de este deporte con la actividad turística y sus actores. La técnica fue aplicada de manera presencial con respecto a las entrevistas y virtual con las encuestas a los deportistas aportando con datos estadísticos sobre promoción y los espacios donde no se han considerado la aplicación de servicios turísticos.

Diseñar una propuesta de productos de turismo deportivo enfocados al cheerdance, con la investigación de oferta y la demanda con el fin de realizar este tipo de eventos en el cantón Ambato:

Se diseñó un plan sobre la organización de un evento turístico deportivo enfocado al cheerdance para ser ejecutado en el cantón Ambato provincia de Tungurahua, el mencionado plan cuenta con información relevante para la organización del evento como: espacio, materiales presupuesto, organización, convenio entre empresas, estrategias de promoción turística, perfil oferta y demanda y publicidad.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

La presente investigación se realizó en la provincia de Tungurahua.

Cantón: Ambato

Coordenadas geográficas

Latitud: S1°28'0.98"

Longitud: O78°26'29.98"

2.1. Método

El presente trabajo se lo realizó bajo un método inductivo puesto que se extrajo una conclusión en base a una premisa y serie de proposiciones, se usó la lógica para obtener un resultado partiendo de lo general a lo particular.

2.1.1. Enfoque

El presente trabajo se basa en el enfoque cualitativo porque utilizó la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación, se manejó técnicas para recolectar datos como la encuesta, entrevistas abiertas, revisión de documentos y el análisis no es estadístico.

2.1.2. Alcance de la investigación

La investigación fue exploratoria y descriptiva considerando lo expuesto por **Hernández, Fernández & Baptista (2006)**, que manifiestan que este tipo de investigación “busca identificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, razón por la que se trabajó bajo un diseño no experimental”

2.1.3. Población y Muestra

POBLACIÓN Y MUESTRA		
POBLACIÓN	MUESTRA	PORCENTAJE
Entrenadores	5	6%
Bailarines	70	94%
Total	75	100%

Tabla 11. Población y muestra

Autor: José González 2021

Por ser una población menor a 100, no fue necesario calcular la muestra y se trabajó con el total de la población considerando en este caso una muestra intencional.

2.1.4. Técnicas e instrumentos

Para la recolección de información se realizó la técnica de entrevista y encuesta con el instrumento cuestionario (aplicado a través de la plataforma virtual Google forms), que servirá para recabar información general con relación al tema de estudio.

Enlace:https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSez439LV-3iNciC55nfPCOF0hd3uzJq_j8x3BDTZq06rZa5zg/viewform

Tabla 12. Dimensiones e indicadores

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	VARIABLE I.	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	CRITERIOS Y DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
El cheerdance y el turismo deportivo en el cantón Ambato	Cheerdance	Según el autor Valencia Zabala (2012), con el pasar del tiempo se fortalece como una práctica recreativa deportiva alejándose de lo recreativo a partir del cual nació y adquirió un gran componente dirigido al espectáculo y competitividad. Precisamente a partir de su evolución técnica, deportiva y de su impacto en otros escenarios como el social y económico por su alto nivel de competitividad y eventos deportivos se establece como una práctica de carácter deportivo que hoy es considerada deporte en algunos países.	Práctica recreativa	1. ¿En qué tipo de eventos deportivos ha participado? ¿En qué ciudades??	Técnica Encuesta
			Práctica deportiva	2. ¿En cuántos eventos deportivos participa en promedio cada año? ¿Nacional o internacional?	
			Espectáculo	3. ¿Le gustaría que el lugar donde se lleva a cabo el evento brinde paquetes de viaje o brinde información turística sobre la ciudad? 4. ¿Qué aspectos de los servicios o productos que compra considera importantes que deben existir antes de participar en el evento?	
			Competitividad	5. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no asistiría a un evento deportivo en otra ciudad? 6. ¿Cuáles son los problemas comunes que surgen al participar en eventos deportivos en otra ciudad?	Instrumento Cuestionario
Social	7. ¿Le gustaría que el lugar donde se lleva a cabo el evento brinde paquetes de viaje o brinde información turística sobre la ciudad? 8. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?				

			Económico	9. ¿Cuándo decidió participar en este tipo de eventos deportivos, conoce las actividades turísticas que se pueden realizar?	
			Eventos deportivos	¿10. ¿Considera usted que las actividades deportivas generan un impacto económico positivo al turismo de la localidad??	

Autor: José González 2022

Tabla 13. Dimensiones e indicadores

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	VARIABLE I.	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	CRITERIOS Y DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
El cheerdance y el turismo deportivo en el cantón Ambato	Turismo deportivo	El turismo deportivo se refiere a toda actividad relacionada con el deporte que se realizan fuera de lugar habitual de residencia, ya sea en instalaciones artificiales o en el medio natural para realizar una actividad física u observar espectáculos deportivos, pudiendo existir o no resultados competitivos o de intereses económicos. (Latiesa y Paniza, 2006: 6).	Actividad	¿Dónde nace la idea de realizar eventos de cheerdance? ¿Y por qué no se la realiza en Ambato?	Técnica Entrevista
			Deporte	¿A qué público está enfocado este evento? ¿Existe aceptación por parte de los concursantes y cuantos asisten?	
			Espectáculos	¿Cuáles fueron los parámetros para el cálculo del valor de inscripción para participar en el evento? ¿Cuánto cuesta la entrada al público ¿Cuáles son los requisitos para inscribirse?	

			Espectáculo deportivo	<p>¿Cuáles son los parámetros de calificación para los participantes?</p> <p>¿Cuáles son los premios por participante?</p> <p>¿Cuántos días se realiza el evento?</p> <p>¿Qué criterio existe para seleccionar el lugar donde se desarrolla el evento?</p>	
			Intereses económicos	<p>¿Considera usted que el turismo deportivo generaría un impacto económico positivo en otras actividades relacionadas con el turismo?</p>	Instrumento Cuestionario
			Turismo deportivo	<p>¿Considera usted que, al desarrollar nuevas actividades de turismo deportivo, aumentará el número de empleos en el sector turístico?</p> <p>¿Cree que a través del desarrollo de nuevas actividades de turismo deportivo se incrementará la inversión o el emprendimiento en el sector turístico?</p> <p>¿Considera que la organización de la población local es fundamental para el desarrollo del turismo deportivo?</p> <p>¿Tiene alguna sugerencia para los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?</p>	

Autor: José Luis González 2022

2.1.5. Recolección de la información

La recolección de la información se realizó a través de la técnica de entrevista, por medio de un cuestionario aplicado de manera presencial individual a los entrenadores especializados en cheerdance y una encuesta de manera virtual a los deportistas de esta disciplina.

2.1.6. Procesamiento de la información y análisis

La información obtenida fue ordenada y sintetizada a través de cuadros, pasteles y gráficos de barras donde se plasmó el análisis usando la dialéctica y hermenéutica.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE DATOS

3.1. Análisis cualitativo y discusión de los resultados

Exposición de resultados entrevista; misma que se aplicó a los entrenadores de cheerdance de las academias JG Dance y ADN en el cantón Ambato en el mes de noviembre año 2021.

Tabla 14. Exposición resultados entrevista

PREGUNTAS	DISCUSIÓN DE RESULTADOS DEL GRUPO FOCAL	REACCIONES DE LOS PARTICIPANTES	ANÁLISIS
1. ¿Dónde nace la idea de realizar eventos de cheerdance? ¿Y por qué no se la realiza en Ambato?	La idea de realizar eventos de cheerleader y cheerdance nace en Guayaquil.	La idea nace por el éxito de muchos equipos a nivel nacional, el deporte tiene buena acogida, no se realiza porque está centralizado en Guayaquil.	Guayaquil es la ciudad pionera y mejor posicionada en este tipo de eventos deportivos.
2. ¿A qué público está enfocado este evento?	Niños, adolescentes y jóvenes adultos.	A niños y niñas de 4 en adelante, adolescentes jóvenes adultos.	Tiene un enfoque de participación dirigido a todo público.
3. ¿Existe aceptación por parte de los concursantes y cuantos asisten?	La competencia en Guayaquil es una de mayor asistencia de participantes y público, por evento llegan cientos de academias.	Mucha aceptación ya que demuestran sus habilidades entrenadas durante el año.	Actualmente existe mucha demanda por parte de los participantes donde este tipo de eventos deportivos tienen gran aceptación.
4. ¿Cuáles fueron los parámetros para el cálculo del valor de inscripción para participar en el evento?	Los socios organizadores tienen un plan de organización del evento.	Se sacan cálculos tomando en cuenta los gastos del lugar del evento, premios, los implementos necesarios para realizar el evento, gastos de pago de personal, jueces medallas y trofeos.	Se necesita contar con un plan organizacional para la ejecución y desarrollo de este tipo de eventos deportivos.
5. ¿Cuánto cuesta la entrada al público?	Tiene un costo de 5 a 15 dólares.	Depende del lugar entre 5 dólares hasta la más cara que tiene un costo de 15 dólares.	La entrada al público varía dependiendo del evento.
6. ¿Cuáles son los requisitos para inscribirse?	Cumplir con la reglamentación del evento.	Que los deportistas cumplan con los reglamentos de cada	Existe una reglamentación para poder inscribirse.

		categoría, cumplir con el pago de inscripción.	
7. ¿Cuáles son los parámetros de calificación para los participantes?	Basados en reglamentos internacionales.	Se utiliza los parámetros de jueces de la USAAF que ya tienen los reglamentos de cada categoría.	Tienen un respaldo de carácter internacional.
8. ¿Cuáles son los premios por participante?	Medallas y pases clasificatorios.	Normalmente son medallas a los 3 primeros lugares y trofeos, premios al gran campeón y pases clasificatorios a eventos internacionales.	Como mayor referencia y premio que atrae a más participantes son los pases a competencias internacionales.
9. ¿Cuántos días se realiza el evento?	Dos días	1 y 2 días	Dos días de evento
10. ¿Qué criterio existe para seleccionar el lugar donde se desarrolla el evento?	Basados en el plan organizacional.	Tenga el espacio necesario para colocar la pista de competencia y tenga también el espacio para el calentamiento una visualización correcta para los jueces y público.	Siempre debe existir un plan de manejo organizacional.
11. ¿Considera usted que el turismo deportivo generaría un impacto económico positivo en otras actividades relacionadas con el turismo?	Consumo hotelero y servicio de alimentación.	Claro causa que sean visitados donde se realiza consumo de restaurante hoteles transporte.	Este tipo de eventos deportivos son de gran importación para el aporte económico al sector turístico.
12. ¿Considera usted que, al desarrollar nuevas actividades de turismo deportivo, aumentará el número de empleos en el sector turístico?	Hotelero y servicio de alimentación, transporte y atractivos turísticos.	Claro teniendo en cuenta la realización de eventos deportivos abriría más plazas de trabajo.	Este tipo de eventos deportivos son de gran aporte económico al sector turístico y permitirían crear nuevas plazas de trabajo enfocadas en estos eventos.
13. ¿Cree que a través del desarrollo de nuevas actividades de turismo deportivo se incrementará la inversión o el emprendimiento en el sector turístico?	Los rubros económicos que se manejan durante estos eventos son elevados y son de gran aporte al sector turístico.	Por supuesto ya que permite la inversión para mejorar la actividad turística hotelera y actividades turísticas.	Es una carta abierta a la inversión para mejorar la actividad turística.
14. ¿Considera que la organización de la población local es fundamental para el	Fundamental relacionar la población y entidades públicas y privadas.	Claro al organizarse permite a los jóvenes usar su tiempo en mejores cosas como el deporte.	Relacionar a la población, entidades públicas y privadas es un objetivo fundamental de la organización de estos eventos.

desarrollo del turismo deportivo?			
15. ¿Tiene alguna sugerencia para los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?	Marketing Capacitaciones Planes ejecutores	Fomentarlas de manera que sea posible que todos asistan y capacitaciones para los entrenadores.	La localidad que desee realizar una competencia debe contar con: Plan de marketing y publicidad Plan de capacitaciones para organizadores Plan organizacional Plan ejecutor donde se define fechas y muestreo de participantes

Autor: José González 2022

Exposición de resultados encuesta

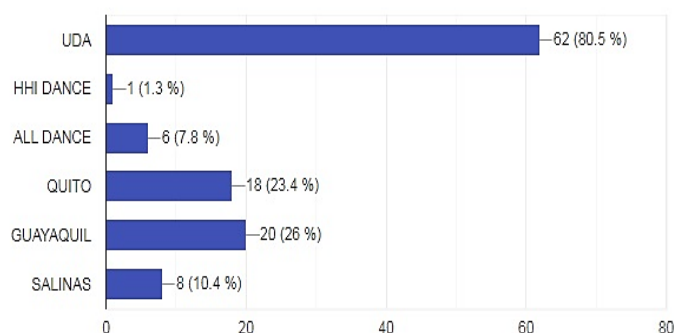
Exposición de resultados encuesta; misma que se aplicó a los deportistas de cheerdance de las academias JG Dance y ADN en el cantón Ambato mes de noviembre año 2021.

Pregunta 1

Gráfico 3. Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance

1. ¿En qué tipo de eventos deportivos ha participado? ¿En qué ciudades?

77 respuestas



Autor: José González 2022

Análisis: Del 100% de las encuestas realizadas, en base a la pregunta formulada, el 62% de los encuestados mencionan que han participado en UDA, el 7.8% en All Dance y un 1.3% HHI Dance, con respecto a la ubicación del evento con mayor asistencia de participantes, el 26% de los encuestados indican que Guayaquil es la ciudad más visitada seguida con un 23.4% Quito y Salinas con el 10.4% de asistencia en estos eventos.

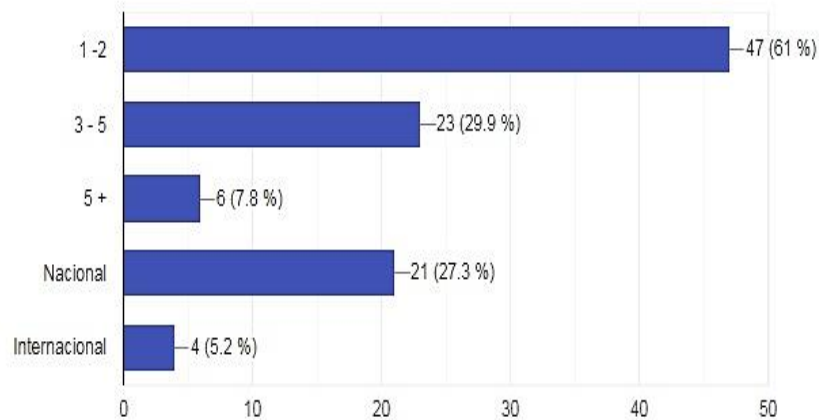
Interpretación: De acuerdo con los resultados obtenidos y cumpliendo con el objetivo del indicador se puede evidenciar que los encuestados en su mayoría participan del campeonato nacional UDA, posicionando a Guayaquil como la ciudad más visitada para este tipo de eventos deportivos, posesionándose sobre Quito que se queda como la segunda ciudad más visitada para mencionados eventos.

Pregunta 2

Gráfico 4. Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance

2. ¿En cuántos eventos deportivos participa en promedio cada año? ¿Nacional o internacional?

77 respuestas



Autor: José González 2022

Análisis: Del 100% de las encuestas realizadas, en base a la pregunta formulada el 61% de los encuestados mencionan que han participado anualmente de 1 a 2 competencias anuales, el 29.9% de 3 a 5 competencias y un 7.8% más de 5 competencias al año, con respecto a la ubicación de la competencia el 52% de los encuestados han participado en eventos deportivos internacionales y el 27.3% han participado únicamente de campeonatos nacionales.

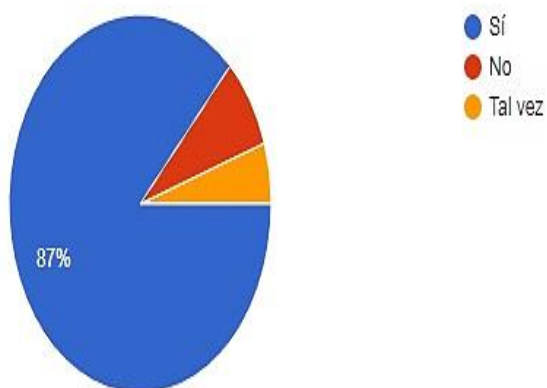
Interpretación: Con la aplicación de este indicador, se puede observar que los participantes de estos eventos deportivos en su mayoría solo se proyectan para dos competencias al año y con los resultados de la ubicación de la competencia podemos deducir que una de sus participaciones es de carácter nacional y la segunda internacional, pero también podemos observar que sí existe un número considerable de participantes que exceden las 5 participaciones en eventos deportivos al año.

Pregunta 3

Gráfico 5. Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance

3. ¿Le gustaría que el lugar donde se lleva a cabo el evento brinde paquetes de viaje o brinde información turística sobre la ciudad?

77 respuestas



Autor: José González 2022

Análisis: Del 100% de las encuestas realizadas, en base a la pregunta formulada el 87% de los encuestados mencionan que si están interesados en recibir un paquete de viaje e información turística cuando son partícipes de estos eventos deportivos, el 7.8% menciona que no tiene interés y el 5.2 % que tal vez desearían un paquete e información turística.

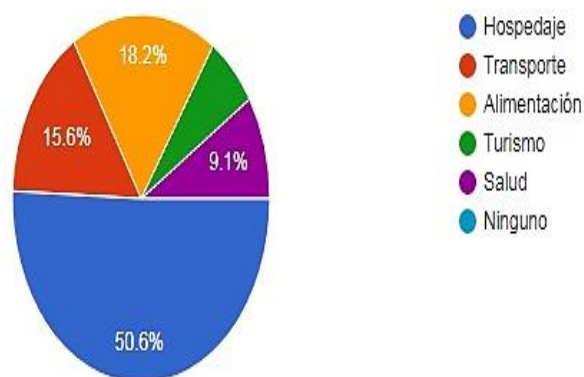
Interpretación: Con el resultado obtenido se observa que los participantes de eventos deportivos, casi en su totalidad si están interesados en obtener un paquete turístico ofertado por la organización a más de información turística sobre la ciudad donde van a participar, el 7.8% que equivale a 6 deportistas no tienen interés y el 5.2% no se encuentran seguros de su respuesta con ello se puede afirmar que es por el desconocimiento de lo que es un paquete turístico.

Pregunta 4

Gráfico 6. Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance

4. ¿Qué aspectos de los servicios o productos que compra considera importantes que deben existir antes de participar en el evento?

77 respuestas



Autor: José González 2022

Análisis: Del 100% de las encuestas realizadas, en base a la pregunta formulada el 50.6% de los encuestados mencionan que la organización del evento deportivo debería incluir en su paquete de participación un plan de hospedaje, el 18.2 % opina que deberían incluir planes de alimentación, el 15.6% movilidad y transporte, el 9.1% que deben brindar servicio de salud para el participante y el 6.5 % servicio turístico.

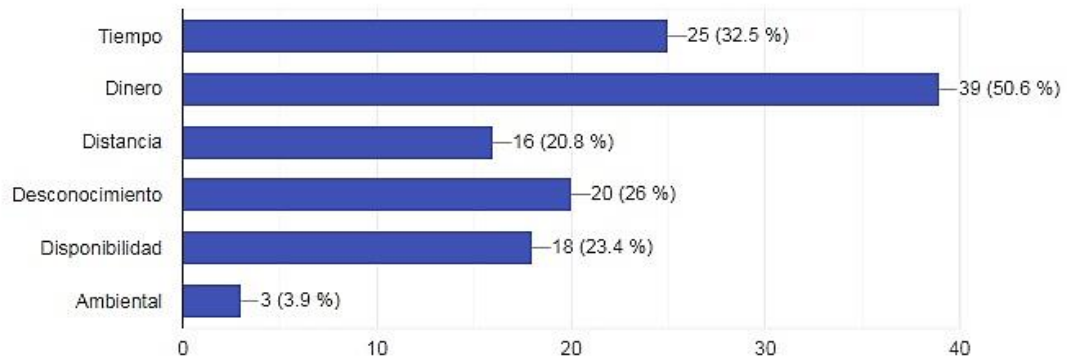
Interpretación: Con el resultado de esta pregunta en la encuesta se obtiene información importante, los participantes mencionan que, sí debería ofertarse dentro del paquete de participación los servicios de hospedaje, alimentación y transporte, da a conocer que es un problema que afecta al correcto desarrollo del evento y se puede considerar como una oportunidad para que la competencia tenga mayor relevancia y acogida por parte de sus asistentes.

Pregunta 5

Gráfico 7. Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance

5. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no asistiría a un evento deportivo en otra ciudad?

77 respuestas



Autor: José González 2022

Análisis: Del 100% de las encuestas realizadas, en base a la pregunta formulada el 50.6% de los encuestados mencionan que no pueden asistir a los eventos deportivos por el tema económico, el 32.5% es por el tiempo posiblemente por el régimen sierra y costa, el 26% por desconocimiento del desarrollo del evento, el 23.4% por no tener disponibilidad para poder viajar, el 20.8% por la situación de desplazamiento refiriéndose a la distancia y el 3.9% opina que no asiste a los eventos deportivos por el carácter ambiental o climático.

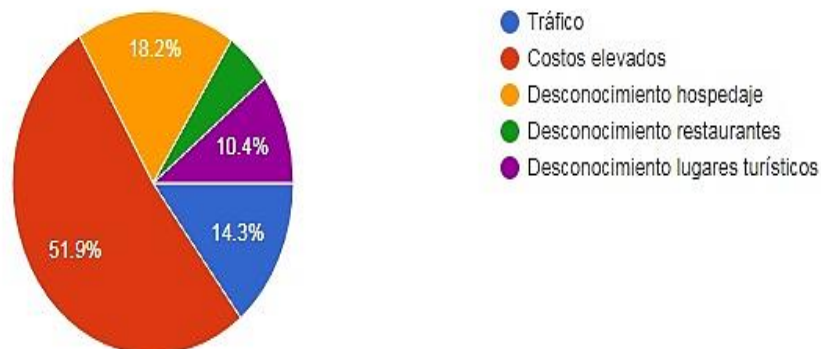
Interpretación: Al obtener un porcentaje tan elevado como es el 50.6% de los encuestado siendo 39 personas que responden que el tema económico es el principal causante por el cual no pueden asistir a este tipo de eventos deportivos, interpretando que el valor de la inscripción, el transporte, hospedaje y alimentación tienen costos muy elevados lo que complica a los participantes asistir a la competencia.

Pregunta 6

Gráfico 8. Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance

6. ¿Cuáles son los problemas comunes que surgen al participar en eventos deportivos en otra ciudad?

77 respuestas



Autor: José González 2022

Análisis: Del 100% de las encuestas realizadas, en base a la pregunta formulada el 51.9% de los encuestados mencionan que no pueden asistir a los eventos deportivos ratificando el indicador anterior que el tema económico es el principal problema, el 18.2% menciona que por el desconocimiento del sector hotelero, en la ciudad que se desarrolla el evento no permite que asistan al mismo, el 14.3% menciona que el tráfico es uno de los problemas y el 10.4% menciona que es por el servicio de restaurantes que debe ir de la mano los costos de la alimentación.

Interpretación: Este indicador fue desarrollado para verificar la pregunta anterior, ante lo cual se obtiene como resultado; que los participantes no asisten a las competencias de este carácter por los costos demasiado elevados y no les permite ser parte del evento deportivo, como segunda opción se menciona que la parte de servicio hotelero también incide por lo cual se debe recordar que todos tienen la estrecha relación con al costo.

Pregunta 7

Gráfico 9. Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance

77 respuestas



Autor: José González 2022

Análisis: Del 100% de las encuestas realizadas, en base a la pregunta formulada el 61% de los encuestados mencionan están totalmente de acuerdo que debería existir paquetes de viaje e información turística, el 24.7% está de acuerdo aportando a la mayoría, el 10.4% de los encuestados mantienen la posición neutral.

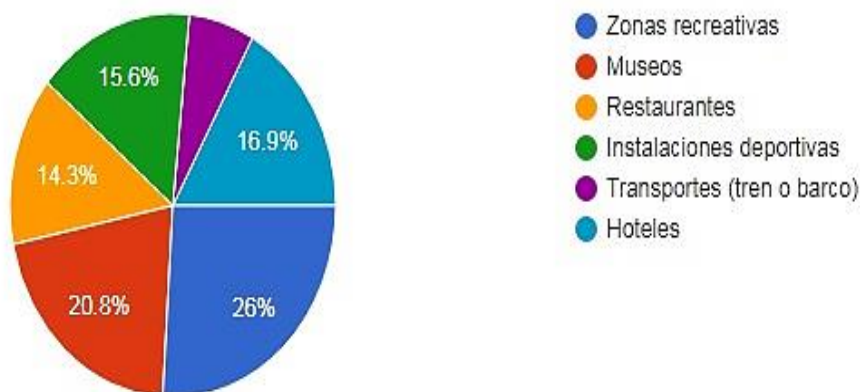
Interpretación: Con el resultado obtenido se puede observar que los participantes de eventos deportivos, casi en su totalidad si están totalmente de acuerdo en obtener un paquete turístico, ofertado por la organización.

Pregunta 8

Gráfico 10. Cuestionario Dirigido A La Población Practicante De Cheerdance

8. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?

77 respuestas



Autor: José González 2022

Análisis: Del 100% de las encuestas realizadas, en base a la pregunta formulada el 26% de los encuestados mencionan que desean obtener información sobre la parte hotelera, el 20.8% desea información sobre los museos existentes en la ciudad sede del evento deportivo, el 16.9 % desean información sobre zonas recreativas, el 15.6% están interesado en recibir información sobre instalaciones deportivas, el 14.3% sobre el servicio de restaurantes y el 6.5% desean información sobre transporte local turístico.

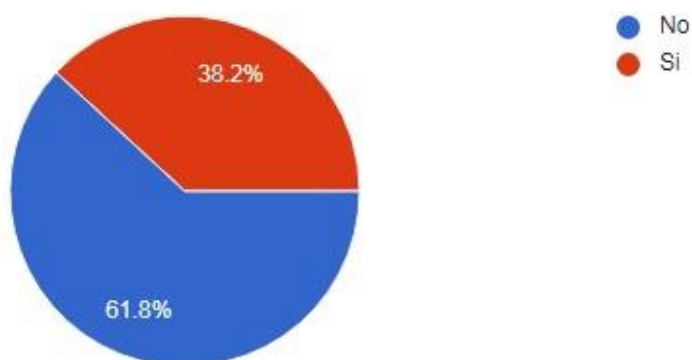
Interpretación: Este indicador fue desarrollado para conocer cuáles son los intereses de carácter turístico que los participantes de estos eventos deportivos requieren, con una valoración de 26% se puede observar nuevamente que requieren el servicio de hospedaje, pero llama la atención que el 20.8% de los encuestados quieren información sobre museos existentes en la localidad donde se realiza el evento y no muy lejano con un 16.9% tienen interés en zonas recreativas.

Pregunta 9

Gráfico 11. Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance

9. ¿Una vez que usted accedió a la participación de este evento deportivo la organización le brindó información sobre las actividades turísticas que se pueden realizar en la localidad?

76 respuestas



Autor: José González 2022

Análisis: Del 100% de las encuestas realizadas, en base a la pregunta formulada el 61.8% de los encuestados mencionan que no obtuvieron información sobre las actividades turísticas que se pueden desarrollar en la localidad donde se desarrolla el evento y el 38.2% si ha recibido información sobre las actividades turísticas que se pueden realizar en la ciudad sede del evento.

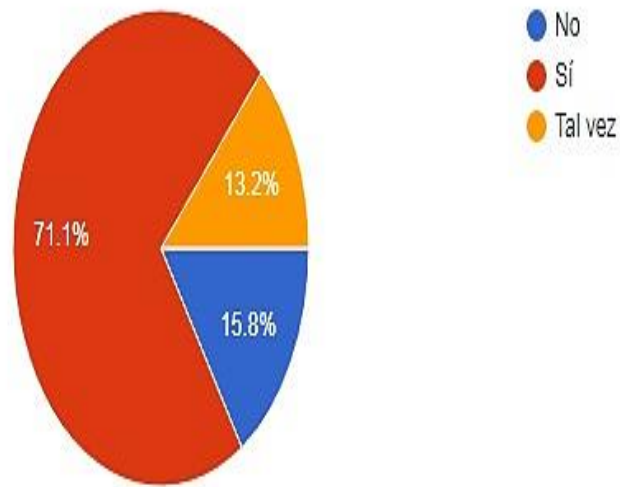
Interpretación: Este indicador fue desarrollado para conocer cuáles son los intereses de carácter turístico que los participantes de estos eventos deportivos requieren, con una valoración de 61.8% se puede observar nuevamente que requieren del servicio de información y actividades turísticas, pues no se les ha proporcionado por parte de los organizadores del evento, pero el 38.2% de los encuestados si han obtenido información sobre las actividades turísticas que se pueden realizar en la ciudad sede.

Pregunta 10

Gráfico 12. Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance

10. ¿Considera usted que las actividades deportivas generan un impacto económico positivo al turismo de la localidad?

76 respuestas



Autor: José González 2022

Análisis: Del 100% de las encuestas realizadas, en base a la pregunta formulada el 71.1% de los encuestados mencionan que las actividades deportivas sí tienen un impacto positivo económicamente hablando con el turismo de la localidad, el 15.8% menciona que no aporta a la economía y el 13.2 % menciona que tal vez aporta.

Interpretación: Este indicador fue desarrollado para conocer la conciencia de los participantes y medir el conocimiento que tienen sobre como incide las actividades deportivas en el desarrollo económico turístico de la localidad donde se desarrollan este tipo de eventos.

Exposición De Resultados Matriz FODA

La realización de un análisis FODA permite a las empresas identificar su ventaja competitiva, la cual es un conjunto de características únicas de una empresa y sus productos, percibida por el mercado meta como significativa y superior a la de la competencia; factor o factores que provocan que los clientes sean leales a la empresa y no a la competencia. (Lamb, Hair , & McDaniel, 2011)

Gráfico 13. Matriz FODA



Autor: José González 2021

Verificación de la hipótesis

En la presente investigación se plantearon dos hipótesis, la hipótesis nula y la hipótesis alterna, las cuales proponen lo siguiente:

Tabla 15. Verificación de la hipótesis

VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	
Hipótesis alterna H0	La práctica del cheerdance influye en el turismo deportivo en el cantón Ambato.
Hipótesis nula H1	La práctica de cheerdance no influye en el turismo deportivo en el cantón Ambato.

Autor: José González 2021

Selección del nivel de significación

Se utilizará el nivel = $\alpha = 0,05$

Descripción de la población

Se trabajó con toda la muestra de 70 deportistas y 5 entrenadores de clubs especializados de cheerdance de la ciudad de Ambato.

Especificación del estadístico

De acuerdo con la tabla de contingencia 4 x 3 se utilizará la fórmula:

$$X^2 = \frac{\sum (O - E)^2}{E}$$

En donde:

X^2 = Chi-cuadrado

\sum = Sumatoria

O = Frecuencia observada

E = frecuencia esperada o teórica

Especificación de las regiones de aceptación o rechazo

Para decidir las regiones, primero se determina los grados de libertad, conociendo que el cuadro está formado por 4 filas y 3 columnas.

Filas = f

Columnas = c

gl = grados de libertad

gl = $(f-1)(c-1)$

gl = $(4-1)(3-1)$

gl = 3×2

gl = 6

Los resultados que se han obtenido luego de haber aplicado a entrenadores y deportistas aceptan la hipótesis afirmativa, donde se puede comprobar que la práctica del cheerdance influye en el turismo deportivo en el cantón Ambato.

La representación gráfica sería:

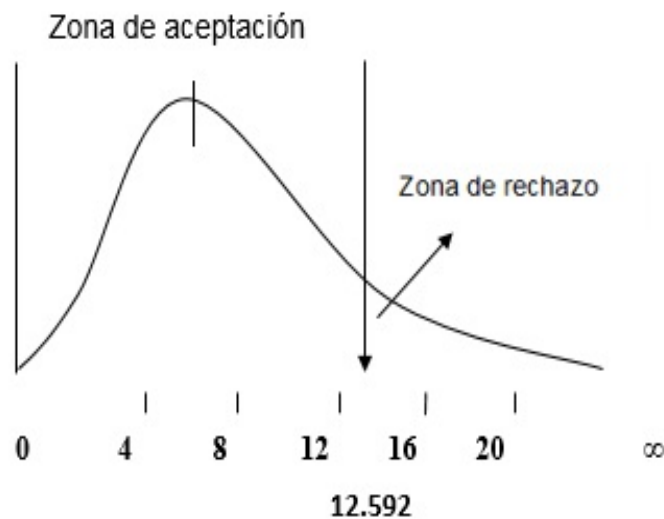


Gráfico 14. Especificación de las regiones
Autor: José González 2022

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

De los resultados obtenidos mediante una matriz FODA se determinó las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas tanto internas como externas, llegando a la conclusión que realizar un evento deportivo de cheerdance se puede consolidar como competidor líder en el mercado turístico deportivo, arrojando beneficios favorables para la localidad ejecutora.

Mediante el estudio investigativo aplicando la encuesta a entrenadores y deportistas de cheerdance se conoció de manera concisa cuáles son las principales motivaciones que poseen para ser parte de un evento deportivo, por lo que se han agrupado en dos bloques: el primero es competitividad y espectáculo, mientras que el segundo bloque es viaje, relax y diversión, estas cuatro actividades serían el motor principal para la participación en este tipo de eventos.

La implementación de un producto o servicio bien estructurado relacionado con el turismo deportivo, basado en la siguiente propuesta; elaboración del plan organizativo de un evento de turismo deportivo enfocado al cheerdance, sería la alternativa correcta para adoptar este tipo de eventos y desarrollarlos en cualquier punto geográfico del territorio nacional e incluso internacional, así también con su apoyo, correcto manejo y aplicación se podrá asegurar la adecuada organización, productividad y desarrollo de este tipo de eventos.

4.2. Recomendaciones

A las organizaciones gestoras de turismo local, realizar un estudio sobre el turismo deportivo en el cantón Ambato, permitiéndose tomar en cuenta variables que permitan explotar nuevos nichos de mercado que ayuden al crecimiento del sector turístico en la ciudad.

Implementar estrategias de promoción enfocadas al turismo como valor agregado para el desarrollo del evento deportivo y alcanzar una mayor demanda y reconocimiento del mismo.

A las entidades gestoras del turismo en la ciudad de Ambato, proponer espacios con campañas publicitarias enfocadas en el turismo de eventos y turismo deportivo, contribuyendo a intensificar la economía de diversos sectores inmersos en la actividad turística.

CAPÍTULO V

PLAN DE EJECUCIÓN DE UN EVENTO TURÍSTICO DEPORTIVO

**EVENTO TURÍSTICO
DEPORTIVO DE CHEERDANCE
PLANIFICACIÓN
Y
ORGANIZACIÓN**

**ELEMENTOS QUE
DEBES SABER
SOBRE LA
PLANIFICACIÓN**

EL CHEERDANCE

TURISMO DEPORTIVO

EVENTOS DEPORTIVOS

TURISMO MICE

AMBATO
ECUADOR



2022

CRÉDITOS

AUTOR:

José Luis González

DIRECTORA:

Ing. Angélica González

INSTITUCIÓN:

Universidad Técnica de Ambato

FACULTAD:

Ciencias Humanas y de la
Educación

CARRERA:

Turismo y Hotelería



EL CHEERDANCE Y EL TURISMO DEPORTIVO

Artículo de José Luis González
Fotografías José González

La planificación es una herramienta muy importante para la ejecución de un evento, algo bien estructurado marca la diferencia entre el desarrollo de las capacidades y el éxito.

Mientras tanto, en este documento se encontrará un análisis sobre cómo incide la organización y desarrollo de un evento deportivo de cheerdance con el turismo de una localidad, todos los medios para poder planificar su ejecución y las ventajas sociales y económicas que trae el desarrollo del mismo.

Se ha realizado un investigación previa sobre el cheerdance y su relación con el turismo, que ha permitido desarrollar este plan para la organización y desarrollo de un evento turístico deportivo.

Para conocer mas sobre estos temas, este artículo fue elaborado con esa finalidad.

José Luis González



ÍNDICE

ELEMENTOS PARA EL DESARROLLO DE UN EVENTO TURÍSTICO DEPORTIVO DE CHEERDANCE

Artículo de José González
Fotografías de: Competition
Recap: UDA College Nationals /
UDA International / World of
Dance/ HHI / All Dance

1. CONTEXTUALIZACIÓN
2. PLANEACIÓN Y ESTRATÉGICA
3. MISIÓN Y VISIÓN
4. OBJETIVOS GENERALES
5. PROPUESTA VALOR
6. SEGMENTO DE CLIENTES
7. RELACIONES ESTRATÉGICAS
8. COMPETENCIAS ESTRATÉGICAS
9. EJES DE DESARROLLO ESTRATÉGICO
10. PLAN DE ACCIÓN
11. CREACIÓN DE UNA MARCA
12. PROPUESTAS DE ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD
13. PRESUPUESTO
14. PLAN OPERATIVO





CONTEXTUALIZACIÓN CHEERDANCE

Desde su creación el cheerdance estuvo enfocado únicamente en animar eventos deportivos, sin embargo con el pasar del tiempo y al convertirse en un deporte popular con mucha aceptación por parte de sus participantes, adhiere un componente dirigido al espectáculo y competitividad, es precisamente a partir de su evolución técnica deportiva y de su impacto social y económico que se establece como una práctica de carácter deportivo a lo que hoy es considerada deporte en varios países.

El cheerdance se caracteriza por la variedad de estilos de danza utilizados, a los que se han acoplado, saltos, elevaciones y lanzamientos convirtiéndose en su su característica principal,

Hoy por hoy los eventos de esta disciplina han traspasado fronteras, es un deporte que mueve y traslada multitudes de personas ya sea por participación o espectadores, creciendo cada día mas y llegando a todo el mundo.



Naturaleza en
estado puro



CONTEXTUALIZACIÓN TURISMO DEPORTIVO

El turismo deportivo es aquel tipo de turismo destinado a la práctica de alguna actividad deportiva, donde su finalidad es transmitir sensaciones.

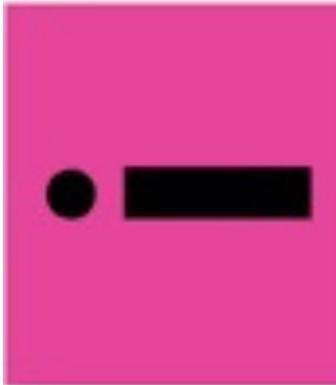
No existe un concepto mundialmente aceptado, pero existen dos enfoques:

- 1- Modelo europeo
- 2- Modelo americano

Tomando como base estos dos modelos, se define a esta actividad como aquella que consiste en viajar a lugares que ofrecen determinadas características que son ideales para la práctica de algún deporte y al mismo tiempo disfrutar del entorno que se está visitando, permite vivir experiencias únicas y emocionantes entre las personas que lo practican y las que lo ven.



Naturaleza en
estado puro



CONTEXTUALIZACIÓN TURISMO MICE

El término MICE significa turismo de negocios, este engloba el ámbito del turismo de reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones.

Cada inicial se corresponde a la definición original en inglés: Meeting, Incentives, Conferencing y Exhibitions.

Durante estos viajes, la principal motivación es la realización de actividades laborales y la asistencia a diferentes tipos de reuniones y congresos.

El turismo MICE se caracteriza por ser un elemento dinamizador del turismo. Las principales razones son: la desestacionalización, el impacto económico, la generación de empleo y el posicionamiento del destino.

Con respecto a la desestacionalidad, podemos destacar que el turismo de reuniones no tiene dependencia de la estación del año. Los eventos profesionales pueden ser organizados en cualquier mes del año.



Naturaleza en
estado puro

Planeación estratégica



AMBATO ECUADOR

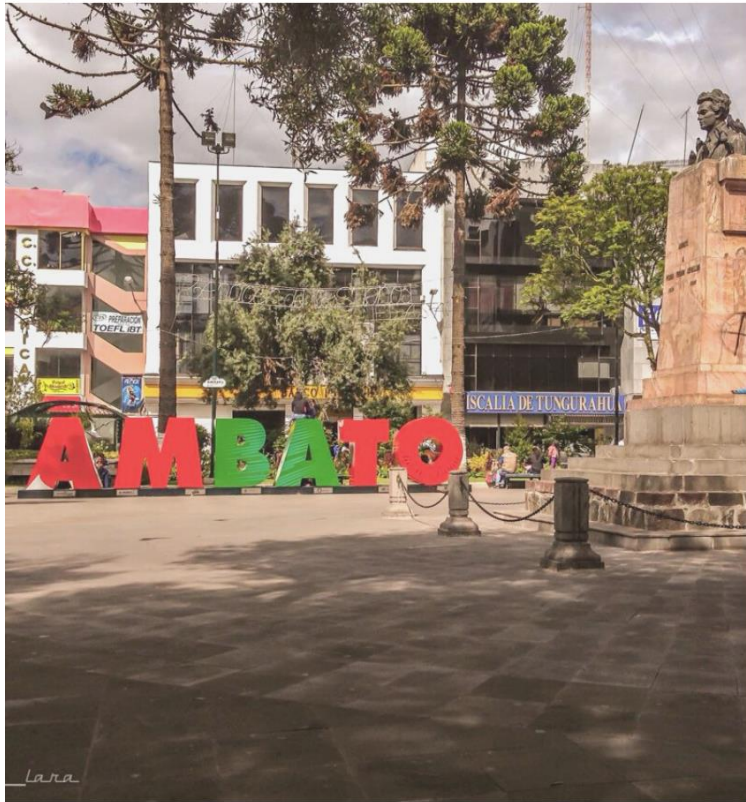
José González



- UBICACIÓN
Y
- ANÁLISIS



González José 2022



En esta fase se responde a las preguntas: qué se quiere, dónde se quiere, por qué se quiere, para qué se quiere?

Es muy importante definir el lugar dónde se va a realizar el evento de cheerdance, que además de cumplir con los requisitos de la modalidad deportiva en cuestión, debe considerar el número de asistentes externos, la ventilación necesaria, servicios que se requerirán por asistentes, participantes y patrocinadores.

La localidad o espacio específico donde se desarrollara el evento: que cuente con la capacidad suficiente en función de la asistencia, revisar si cuenta con las medida de seguridad, si es accesible y está bien situado.

Piensa si requieres de servicios de terceros para contratarlos: personal de seguridad, técnicos de iluminación y sonido, staff para la venta de entradas, y staff técnico y de apoyo.



Si se trata de un evento de carácter nacional con asistencia de equipos y visitantes de otras provincias aquí es muy importante el papel de la organización del evento, pues se debe proveer información turística para las personas que vayan a ser partícipes.

Análisis del evento con proyección nacional

Que tipo de información:

1. Movilidad y transporte
2. Accesibilidad
3. Hospedaje y alimentación
4. Lugares y sitios turísticos

Esta información sera de gran aporte para el correcto desarrollo de la competencia de hecho es una parte fundamental de la planificación puesto que se le da a los participantes la seguridad y los medios para que puedan movilizarse y asistir al evento.

Con la información y análisis de información interna y externa llevada a cabo, junto a las reuniones mantenidas con los organizadores, se realiza un diagnóstico, un estudio de sostenibilidad del evento y de los condicionantes técnicos y financieros y se ajusta el primer diseño, hasta conseguir la configuración que corresponde al plan estratégico del evento.

Misión y Visión



AMBATO ECUADOR

José González



- PROYECCIÓN A FUTURO



González José 2022

MISIÓN

CUAL ES NUESTRA LABOR O ACTIVIDAD EN
EL MERCADO

Se complementa haciendo referencia al público con la singularidad, particularidad o factor principal de satisfacer las necesidades del consumidor

MISIÓN

Ofrecer eventos deportivos de cheerdance de la mejor calidad y atractivo para todos los aficionados y participantes.

Para definir la misión nos ayudará responder algunas preguntas:

1. ¿qué hacemos?
2. ¿cuál es nuestro negocio?
3. ¿a que nos dedicamos?
4. ¿cuáles nuestra razón de ser?
5. ¿quiénes son nuestro consumidores?
6. ¿cuál es nuestro ámbito geográfico?
7. ¿cuál es nuestra ventaja competitiva?
8. ¿qué nos diferencia de nuestra competencia?

La misión de los organizadores será ofrecer la posibilidad de participar en eventos deportivos de cheerdance, que cuente con atractivos y servicios de calidad, en los cuales los participantes sin distinciones puedan disfrutar de la práctica deportiva, disfrutarla y recordarla como una buena experiencia, solos o en compañía de sus familiares y amigos y que esta experiencia sea positiva y agradable de tal manera que les invite y les anime a participar en próximas ediciones del evento.

VISIÓN

CUAL ES NUESTRA LABOR O ACTIVIDAD EN
EL MERCADO

VISIÓN

**Conseguir organizar un evento de
cheerdance, que sea apreciada por los
participante, aficionados y
acompañantes, destacado por la
calidad de su atractivo**

Los eventos que organizamos sean un
referente para los aficionados.

Lograr la confianza y aprecio de las
organizaciones locales para desarrollar
año tras año nuestros eventos.

Organizar año tras año nuevos eventos
turísticos - deportivos.

Lograr la confianza de los mejores
patrocinadores para que participen de
nuestros eventos.

Impulsar el crecimiento turístico de la
localidad donde se desarrolla el evento
dándole un punto importante de valoración y
conocimiento en el medio deportivo.

Transmitir a los aficionados el respeto y
aprecio por el entorno natural y el medio
ambiente.

Expandir la organización del evento en todo el
Ecuador.

OBJETIVOS GENERALES



AMBATO ECUADOR

José González



- ¿QUÉ ES VIABLE?



González José 2022

- La factibilidad desde el punto de vista administrativo y legal de organizar un evento deportivo con enfoque al desarrollo turístico.
- La capacidad para hacer frente a los costos necesarios para el desarrollo de la actividad ;tanto humanos como materiales.
- Una estrategia adecuada de marketing y comunicación para conseguir los objetivos.
- La capacidad para cubrir costos y generar beneficios que tiene la organización gestora.



OBJETIVOS

GENERALES



- El análisis general de la situación actual del sector.
- Un análisis del entorno que rodea a la organización, desde la situación económica hasta la competencia directa y el mercado en el que actuará.
- Definir las operaciones que serán necesarias para la organización del evento.
- Definir el régimen jurídico adecuado, los recursos humanos necesarios y los valores y misión de la organización
- Elaborar una estrategia de Marketing que consiga la organización, identificar al público objetivo y captarlo, ofreciendo un servicio atractivo.
- Determinar las necesidades económicas de la empresa y la inversión necesaria.



PROPUESTA VALOR

AMBATO ECUADOR

José González



- SATISFACER LAS
NECESIDADES DE
NUESTROS
CLIENTES



González José 2022

VALOR

EL OBJETIVO ES SATISFACER LAS
NECESIDADES DEL CONSUMIDOR

"Hagas lo que hagas, hazlo bien.

**Hazlo tan bien que cuando la gente te
vea hacerlo quiera volver y verte hacerlo
de nuevo, y querrán traer a otros y
mostrarles lo bien que lo haces».**

Walt Disney

Para la organización es necesario disponer de indicadores que permitan valorar los aspectos más importantes de los eventos deportivos.

Analizar el nivel de satisfacción de los espectadores, así como de las distintas dimensiones de calidad y valor del servicio facilitará a los gestores la detección de posibles carencias y la adecuación de manera correcta sus servicios a la demanda existente.

¿Qué nos hace diferentes a los demás?

Se consideraría una de las preguntas más complicadas para la organización, pero tan necesaria resolverla, pues de ella nacerá la idea principal de cual será nuestro agregado que permita al evento sobresalir de los demás.

Se pone en marcha el plan de promoción dónde debemos llegar a ese mercado exigente, que será el que catapulte al evento a ser uno de los más reconocidos a nivel nacional.

Para conseguir este objetivo existen varios factores como:

- Desplazamiento
- Turismo
- Premios atractivos
- Novedad y moda
- Respaldo de la marca
- Calidad
- Precio o valor
- Relación social
- Confusión de elección múltiple
- Orientación al consumo fiel



SEGMENTO DE CLIENTES

AMBATO ECUADOR

José González



• NICHOS DE MERCADO



González José 2022

- Los eventos deportivos son el conjunto de personas que se reúnen con el objetivo de presenciar una actividad deportiva o bien participar en ella como competidores.
- Entre sus características están su duración, la cual va desde algunas horas hasta días, mientras que la procedencia geográfica del asistente puede ser desde local hasta mundial.



SEGMENTACIÓN

MERCADO



Las segmentaciones del mercado están constituidas en base a diferentes necesidades y deseos del consumidor; es decir, proceden de la satisfacción del consumidor.

Podemos decir que estas bases son las siguientes:

- El perfil social del consumidor (factor demográfico)
- La motivación del consumidor (factor psicológico)
- La utilización del producto
- Los beneficios del producto

RELACIONES ESTRATÉGICAS



AMBATO ECUADOR

José González



- ALIADOS
- PROVEEDORES
- INSTITUCIONES
- ORGANIZACIONES



González José 2022

ALIANZAS

UN ESCENARIO DE ALIANZAS QUE NECESITA
DE DISTINTOS ACTORES

Un evento de magnitud ofrece una excelente oportunidad para generar redes con impacto, que ayuden a potenciar la capacidad de generar alianzas estratégicas

¿Quiénes pueden ser nuestros aliados?

En vista que el cheerdance tienen como herramienta el impacto social, se ha convertido en una temática recurrente en el desarrollo de eventos deportivos, los mismo que necesitan de programas de organización de distinta índole con alcance global, nacional, regional y local.

Para consolidar, reforzar y abaratar el desarrollo del evento es necesario crear alianzas con:

- Gobiernos
- Sector empresarial
- Organizaciones del tercer sector
- Organizaciones internacionales
- Federaciones deportivas
- Asociaciones deportivas,
- Equipos deportivos
- Mundo académico
- Sociedad civil

Los eventos de cheerdance al ser un deporte protagonista y de moda en la actualidad, es una carta abierta a recibir el apoyo y crear alianzas estratégicas para su promoción y desarrollo.

COMPETENCIAS ESTRATÉGICAS



AMBATO ECUADOR

José González

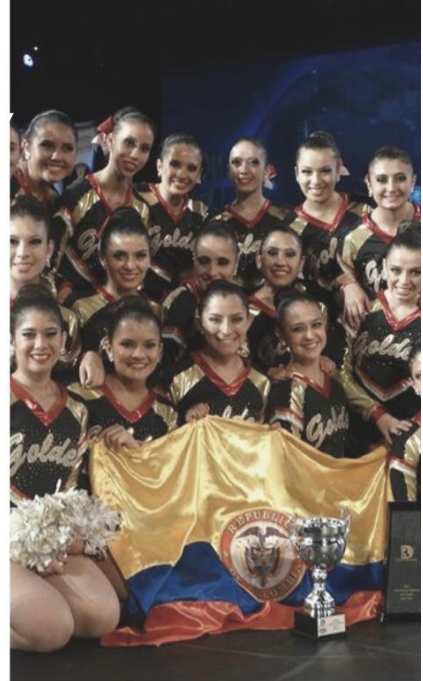


- PRINCIPALES
COMPETIDORES



González José 2022

- En Ecuador tenemos uno de los mas grandes competidores para nuestra organización, seria la competencia nacional U.D.A. una de las competencias especializadas en cheerdance que se desarrolla en la ciudad de Guayaquil y que se ha posicionado en el mercado por muchos años, son ellos que mediante su evento y las ofertas y ventajas de los premios que los participantes obtienen, ha sido el pilar de su organización, puesto que cuentan con un aval internacional que les permite enviar a deportistas locales a competencias internacionales.



COMPETENCIA

DIRECTA



El adquirir este pase de clasificación a una competencia internacional es el valor que le da la organización, por lo cual; anualmente asisten cientos de equipos a participar del mencionado evento con el fin de colocarse en los primeros puestos de la competencia y poder obtener el pase a un viaje para una competencia internacional.

Este mismo hecho provoca que se traslade al evento gran cantidad de personas que son actores económicos del evento.

- Entrenadores y directivos
- Deportistas
- Familiares y amigos
- Fanáticos
- Publico general

EJES DE DESARROLLO ESTRATÉGICO



AMBATO ECUADOR

José González



- ÁREAS DE ACCIÓN
- DONDE INTERVENIR



González José 2022

EJES DE DESARROLLO

UN ESCENARIO DONDE NUESTRO ACCIONAR
ES LA CLAVE DEL ÉXITO

Un evento de calidad con servicios de calidad, con una oferta atractiva y enfocados a que el consumidor tenga una experiencia única en su participación, será el muro que separe el colapso del éxito

¿Qué es un eje de desarrollo?

Es la estrecha línea con condiciones económicas, población, recursos naturales, urbanos, estructurales y de acción, sobre la que se asienta el desarrollo de un proyecto o el alcance de un objetivo.

Cuáles serían nuestros ejes de acción para el desarrollo de un evento turístico deportivo enfocado en el cheerdance:

- La alianza con Gobiernos locales: es fundamental para el desarrollo de nuestro proyecto pues ellos son entes principales , que podrían aportar económicamente, permitir el desarrollo del evento, asignar una localidad donde se pueda desarrollar y el apoyo de marketing y publicidad.
- Sector turístico: involucrar al sector enfocado en el turismo será un valor agregado para nuestro producto, con la alianza del sector hotelero, restaurantes, transporte, sitios y atractivos turísticos se puede crear un paquete completo que sea atractivo y accesible para el consumidor.

PLAN DE ACCIÓN



AMBATO ECUADOR

José González



- ACCIONAR DE LA ORGANIZACIÓN



González José 2022

PLAN DE ACCIÓN

PUNTO DE INICIO Y PUNTO FINAL

Gestión realizada por el personal

“Mapa de ruta” para ir de A que sería donde estamos y llegar a B la fecha del evento.

El Plan de Acción debe ser sensato, sencillo de seguir, útil, claro, concreto, reajutable, realista y factible.

Un Plan de acción en otras palabras se traduce a:

Excelentes ventajas y beneficios para ti, como una mejor organización, el aumento del compromiso y la responsabilidad

Está abierto para ir readaptándose a medida que se van cumpliendo plazos.

En esta fase se contesta: qué, quién y cómo, cuándo, con qué, dónde.

Es la parte más importante, se establece lo que hay que ir haciendo para que el evento salga bien.

Es elemental la distribución de tareas entre áreas, y la coordinación entre las mismas, puesto que cada una debe conocer lo que hacen las demás, sin perder el sentido del objetivo de la organización.

El Plan de Acción tiene cuatro dimensiones: tareas, tiempo, dinero y recursos.

PLAN DE ACCIÓN

PUNTO DE INICIO Y PUNTO FINAL

El correcto accionar del grupo de trabajo, con una idea clara de lo que deben y no deben hacer, coordinados y familiarizados se puede definir como éxito

Acciones que debe realizar el personal organizacional

- ·Calcular la duración, fechas obligadas de comienzo y final.
- ·Comunicación entre tareas.
- ·Identificar caminos críticos para el cumplimiento del proyecto.
- ·Conocer, ajustar y nivelar la carga de los recursos.
- ·Llevar un seguimiento de los costes, por tareas, por recursos humanos, hasta una fecha.
- ·Comparar datos previstos inicialmente.
- ·Generar informes para visualizar el cumplimiento de metas.
- ·Realizar un seguimiento.
- ·Identificar problemas y corregirlos sobre la marcha.
- ·Llevar a cabo simulaciones del tipo “que pasa si”.

CREACIÓN DE UNA MARCA



AMBATO ECUADOR

PONTE EN MOVIMIENTO
¡A BAILAR!

FESTIVAL NACIONAL

GUAYTAMBO

CHEER AND DANCE



José González

- DISEÑO
- MARCO Y LOGO



González José 2022

CREACIÓN DE UNA MARCA

LA DIFERENCIA HACE LA MARCA

PONTE EN MOVIMIENTO
¡A BAILAR!

**FESTIVAL
NACIONAL**

GUAYTAMBO

**CHEER
AND
DANCE**



AMBATO

Gestión de una marca

Crear una marca para tu empresa es la forma más eficaz de mostrar a tus clientes y consumidores de qué se trata tu negocio.

Esta se refleja visualmente a través del logotipo, elementos de diseño de la organización, utilizando palabras, materiales de mercadotecnia, eslógan y textos informativos.

**La marca es la cara a nuestros
consumidores, que aspira a la fidelidad
de consumo**

GUAYTAMBO CHEER AND DANCE



**CHEER / DANCE
FEST**



AMBATO



PONTE EN MOVIMIENTO
¡TIEMPO DE ANIMAR!

FESTIVAL NACIONAL

GUAYTAMBO

CHEER
AND
DANCE



AMBATO



ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

AMBATO ECUADOR

José González



- PROMOCIÓN TURÍSTICA
- MARKETING Y PUBLICIDAD



González José 2022

PLAN DE ACCIÓN

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA	
Estrategia	Objetivo
Objetivo	Proponer la integración al evento de actividades y promoción de sitios turísticos que se encontrarán incluidos en el paquete de inscripción y participación del evento.
Diversificación	Como diversificación o multiplicidad, se puede integrar a los demás cantones de la provincia con la finalidad de crear un paquete completo de turismo deportivo.
Alianzas estratégicas	GAD Municipal, Ministerio de turismo, Comité de turismo, Universidad Técnica de Ambato Carrera de Turismo y Hotelería

Autor: José González 2022

MARKETING Y PUBLICIDAD	
Estrategia	Objetivo
Objetivo	Proporcionar un plan de marketing y publicidad del evento con la finalidad de llegar a todo el país y que se pueda consolidar como uno de los mejores dependiendo a las ofertas que esté presente.
Diversificación	Se podría utilizar estrategias turísticas existentes en el cantón para el incremento de la demanda en el evento
Alianzas estratégicas	Comité de turismo Asociación de hoteleros Ministerio de turismo Gad Municipal

Autor: José González 2022

PRESUPUESTO



AMBATO ECUADOR

José González



COSTOS



González José 2022

PLANIFICACIÓN Y
ORGANIZACIÓN

PLAN DE ACCIÓN

PRESUPUESTO ORGANIZACIONAL	
Recursos	VALOR
Local para el desarrollo del evento	2.000,00
Audio, sonido e iluminación	2.000,00
Staff	500,00
Marketing y publicidad	1.500,00
Tarima	1.000,00
Alquiler de menaje	500,00
Uniformes	400,00
Decoración	300,00
Premios	1.000,00
Papelería	100,00
Permisos municipales	1.000,00
Alimentación	500,00
Seguridad privada	100,00
Transporte	100,00
Presentadores	600,00
Jurado	1.400,00
Total	11.100,00

Autor: José González 2022

DESARROLLO DEL PLAN



AMBATO ECUADOR

José González



• VIABILIDAD



González José 2022

PLAN DE ACCIÓN

VIABILIDAD

Es un escenario con proyección a un año para el desarrollo del evento, la lógica sería que en el año de transcurso, se trabaje básicamente sobre elementos estratégicos, redactar el plan director, el plan de marketing, el plan de tecnología, y desarrollar toda la imagen corporativa.

Un año después en el año del desarrollo del evento, empezar a generar una pequeña estructura que trabaje básicamente en la organización de la competencia.

En este mismo año se acabará en la fase operativa con el desarrollo del evento alcanzando el objetivo de la organización.

¿Requisitos indispensables para que una ciudad opte a organizar un gran evento deportivo?

Primero, la fiabilidad: se debe transmitir todos los conocimientos, disponibilidad y experiencia en el tema a desarrollar.

Con la finalidad de quien tenga que conceder el permiso para ese evento, tenga la confianza que esa ciudad tiene todas las cualidades a nivel de instalaciones, entorno, clima, y que son idóneas para que ese evento sea mejor y ofertar un producto de calidad.

Una vez analizada y aprobada la viabilidad del evento los organizadores añaden un valor organizativo que sea de aporte a la ciudad, al desarrollo económico, cultural, social y turístico de la localidad cede del evento.

EVENTO TURÍSTICO
DEPORTIVO DE CHEERDANCE

PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN



JOSÉ
GONZÁLEZ



2022
AMBATO
ECUADOR

5.1. Bibliografía

- Alarcón, J. (2015). La metodología de enseñanza en los deportes de equipo. En Alarcón. Obtenido de <https://revistas.webs.uvigo.es/index.php/reined/article/view/1854>
- Alles, M. T. (13 de octubre de 2014). Cuadernos de turismo. *EL IMPACTO TURÍSTICO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS: UN ESTUDIO DE CASO*, 59-76. Murcia, España.
- Álvarez Álvarez, M. (2000). *LA PROMOCIÓN DE VENTAS COMO INSTRUMENTO*. Universidad de Oviedo, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, España. Recuperado el 11 de febrero de 2022, de file:///C:/Users/Toshiba/Downloads/204_00.pdf
- Arias Estero, J. L. (13 de Enero/junio de 2008). El proceso de formación deportiva en la iniciación a los deportes colectivos fundamentado en las características del deportista experto. *RETOS. Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación* (13), 5. Recuperado el 14 de 01 de 2022, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=345732278005>
- Aspiazu Montalván, L. Y. (15 de 9 de 2020). *Plan de promoción turística para las regatas de fuerabordismo Guayaquil – Vinces*. Plan de promoción turística para las regatas de fuerabordismo Guayaquil – Vinces., Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil . Recuperado el 15 de 09 de 2020, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/15276>
- Blázquez Manzano, A. (julio de 2014). La comercialización del producto "turismo deportivo". *Dimensión Empresarial*, 12(2), 46-58. Recuperado el 28 de enero de 2022, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632014000200004
- Blázquez Manzano, A. (02 de 05 de 2014). MARKETING DEL PRODUCTO “TURISMO DESPORTIVO”. *Dimensión Empresarial*, 12(2), 48-50. Recuperado el 15 de 01 de 2022, de <http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n2/v12n2a04.pdf>
- Colin, H. (1 de 2004). Sport tourism and urban regeneration. *Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues*, 192-206. Europa.
- Díaz, Á. R. (2008). *Turismo de eventos deportivos*. Sevilla, España. Obtenido de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/53456/rodriguezI%20jornadas.pdf;jsessionid=D2F89FDFF09A46FF0255345D5ED4729B?sequence=1>

- Dwyer , L., & Fredline , L. (22 de 07 de 2008). Eventos deportivos especiales parte 1. (S. Discus, Ed.) *Gestión deportiva* , 385.391. doi:<https://doi.org/10.1123/jsm.22.4.385>
- Escobar, G., & Yuli, V. (7 de 3 de 2018). *Diseño de producto turístico deportivo para la ciudad de Guayaquil que incentive el turismo interno y receptivo*. Tesis, Pontificie Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Carrera de Turismo, Guayaquil. Recuperado el noviembre de 2021, de Repositorio Digital UCSG: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/10303>
- GALDON, R. (marzo de 2019). *Mindomo*. Obtenido de <https://www.mindomo.com/es/profile/id/KdUIv>
- Gardey, J. P. (enero de 2015). Definicion de actividades deportivas. Obtenido de <https://definicion.de/actividades-deportivas/>
- González, M., & Suárez, F. (2012). ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS Y GESTIÓN DE PROYECTOS: FACTORES, FASES Y ÁREAS. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 12, 138-169. Recuperado el 08 de febrero de 2022, de <http://cdeporte.rediris.es/revista/revista45/artorganizacion209.htm>
- Hernández , N. F., & Carballo, C. G. (2002). Acerca del concepto de deporte. *Educación Física y Ciencia*, 23(4), 1,2. Obtenido de file:///C:/Users/Toshiba/Downloads/admin,+Gestor_a+de+la+revista,+E2002_08.pdf
- Hernández Sampieri , R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio , P. (2006). *METODOLOGÍA DELA INVESTIGACIÓN*. Monterrey, México: McGRAW - HILL INTERAMERICANA DE MÉXICO, S.A. de C.V. Recuperado el 28 de enero de 2022, de https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf
- Hernández Sampieri , R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *METODOLOGÍA DELA INVESTIGACIÓN*. Mexico: McGRAW - HILL INTERAMERICANA DE MÉXICO, S.A. de C.V. Recuperado el 28 de enero de 2022, de https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf
- Lamb, C., Hair , J., & McDaniel, C. (2011). DIRIGIR UN ANÁLISIS DE SITUACIÓN. *MARKETING*, 11(11), 38-40. Recuperado el 17 de 01 de 2022, de file:///C:/Users/Toshiba/Downloads/Marketing_Lamb_Hair_and_McDaniel_11va_Ed.pdf

- Latiesa, M. Y. (mayo-agosto de 2006). Turistas deportivos. *Revista Internacional de Sociología*, *IXIV*(44), 133-149.
- Ledhesma, M. (2018). Tipos de turismo: nueva clasificación. *Archivo Digital*, *1*(978-987-42-6773-3), 6 - 19. Recuperado el 14 de 01 de 2022, de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%2C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf
- Magaz González, A., & Fanjul-Suárez, J. (marzo de 2012). ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS Y GESTIÓN DE PROYECTOS: FACTORES, FASES Y ÁREAS. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte / International Journal of Medicine and Science of Physical Activity and Sport*, *12*(45). Recuperado el 14 de 01 de 2022, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54222133010>
- Moreno Morillo, M. C. (1 de Enero - junio de 2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*(1), 135-158. Recuperado el 14 de 01 de 2022, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>
- Parlebas, P. (1989). *Perspectivas para una educación física moderna* (2 ed., Vol. 25). (1. Junta de Andalucía. Instituto Andaluz del Deporte, Ed.) Andalucía, España. Recuperado el 14 de 01 de 2022, de <file:///C:/Users/Toshiba/Downloads/Dialnet-LosDeportesIndividualesSusCaracteristicasYTaxonomi-5669593.pdf>
- Parlebas, P. (1993). *Didáctica y lógica de las actividades físicas deportivas* (Vols. 14-15). Medellín, Colombia. Recuperado el 11 de febrero de 2022, de <file:///C:/Users/Toshiba/Downloads/Dialnet-DidacticaYLogicaDeLasActividadesFisicasDeportivas-6213885.pdf>
- Pazmiño Valle, P. M., & Soria Tobar, S. M. (2019). *Diseño de un plan promocional para el evento artístico de danza "Ecuador Salsa Congress 2019"*. Diseño de un plan promocional para el evento artístico de danza "Ecuador Salsa Congress 2019", Universidad Central del Ecuador, Quito . Recuperado el 03 de 2019, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/19912>
- Pozo, P. R. (2 de agosto de 2016). *ABC deportes*. Recuperado el 15 de enero de 2022, de https://www.abc.es/deportes/abci-cheerleading-deportes-mas-peligrosos-mundo-201608020813_noticia.html

- Prieto, A., & Joel, M. (28 de 07 de 2015). Variables deportivas y personales en la ocurrencia de lesiones deportivas. Diferencias entre deportes individuales y colectivos. *RETOS. Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, 2,3. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=345741428004>
- RAE. (1992). *Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española*. Obtenido de <https://www.rae.es/drae2001/deporte>
- Real Academia Española. (2021). *Deporte*. En *Diccionario de la Lengua Española* (edición de tricentenario). Obtenido de <https://dle.rae.es/deporte?m=form>
- Román, A. (5 de Marzo de 2011). *La organización social: función y características*. Obtenido de MEDwave: <https://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Series/GES01/5267>
- Sanchez Silva, C. (23 de enero de 2022). Origen del cheerleading. (G. S. Luis, Entrevistador) Ambato, Tungurahua, Ecuador. Recuperado el 23 de enero de 2022
- Sectur. (2010). Peril fel turista. 10 - 12.
- Standeven, J., & Paul de Knop. (1999). Sport Tourism. *ilustrada*, 367 . (1. Human Kinetics, Ed.) Belgica.
- UDA. (2021). *International dance assosation* . Obtenido de <https://www.ido-dance.com/ceis/webHomeIdo.do>
- Valencia Zabala, J. C. (2012). *COACH CHEERLEADING*. Tesis, Universidad Santo Tomás , Bogotá. Recuperado el 15 de enero de 2022, de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/4397/ValenciaJuan2012.pdf?sequence=1>
- Valencia Barahona, L. B. (2020). *Análisis del segmento MICE en la ciudad de Guayaquil*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado el 28 de enero de 2022, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/15277>

5.2. Anexos

Encuesta

Es una técnica de recolección de información por la cual los informantes responden de manera escrita un documento, el instrumento es el cuestionario estructurado con una serie de preguntas sobre hechos y aspectos que interesan investigar, la encuesta sirve de enlace entre los objetivos de la investigación y la realidad estudiada, cuya finalidad es obtener de manera sistemática información de la población investigada sobre cada una de las variables.

Recolección de la información

Tabla 16. Recolección de la información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación.
¿De qué personas u objetos?	Entrenador y deportistas.
¿Sobre qué aspectos?	Sobre el desarrollo turístico en los clubs especializados de Cheerdance.
¿Quién?	José González
¿Cuándo?	Periodo octubre 2021 – febrero 2022
¿Dónde?	Clubs especializados de Cheerdance
¿Cuántas Veces?	Dos veces
¿Qué técnicas de recolección	La encuesta
¿Con qué?	Cuestionario estructurado
¿En qué situación?	En las academias de baile.

Tabla 17. Autor: José González 2021

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

Cuestionario dirigido a la población practicante de cheerdance

OBJETIVO: Identificar cómo el turismo deportivo incide en el desarrollo económico de una localidad.

Instrucciones:

- Marque con una **X** su respuesta
- Lea detenidamente cada una de las preguntas

Responda todas las preguntas

SECCIÓN 1: DATOS GENERALES			
Edad		Sexo	
De 15 a 20 años		Hombre	
De 21 a 25 años			
De 26 a 30 años		Mujer	
Más de 31 años			
SECCIÓN 2: TURISMO			
1. ¿En qué tipo de eventos deportivos ha participado? ¿En qué ciudades?			
UDA		Quito	
HHI DANCE		Guayaquil	
ALL DANCE		Salinas	

2. ¿En cuántos eventos deportivos participa en promedio cada año? ¿Nacional o internacional?			
1 -2		Nacional	
3 - 5		Internacional	
5 +			
3. ¿Le gustaría que el lugar donde se lleva a cabo el evento brinde paquetes de viaje o brinde información turística sobre la ciudad?			
Muy frecuentemente		Ocasionalmente	
Frecuentemente		Ninguna vez	
4. ¿Qué aspectos de los servicios o productos que compra considera importantes que deben existir antes de participar en el evento?			
Hospedaje		Turismo	
Transporte		Salud	
Alimentación		Ninguno	
5. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no asistiría a un evento deportivo en otra ciudad?			
Tiempo		Desconocimiento	
Dinero		Disponibilidad	
Distancia		Ambiental	
6. ¿Cuáles son los problemas comunes que surgen al participar en eventos deportivos en otra ciudad?			
Tráfico		Ocasionalmente	
Frecuentemente		Ninguna vez	
Neutral			

7. ¿Le gustaría que el lugar donde se lleva a cabo el evento brinde paquetes de viaje o brinde información turística sobre la ciudad?			
Totalmente de acuerdo		En desacuerdo	
De acuerdo		Totalmente en desacuerdo	
Neutral			
8. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?			
Zonas recreativas		Instalaciones deportivas	
Museos		Transportes (tren o barco)	
Restaurantes		Hoteles	
9. ¿Cuándo decidió participar en este tipo de eventos deportivos, conoce las actividades turísticas que se pueden realizar?			
SI		NO	
10. ¿Considera usted que las actividades deportivas generan un impacto económico positivo al turismo de la localidad?			
Totalmente de acuerdo		En desacuerdo	
De acuerdo		Totalmente en desacuerdo	
Neutral			

¡Gracias por su colaboración!

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

Cuestionario dirigido a organizadores, directivos y entrenadores

OBJETIVO: Identificar cómo el turismo deportivo incide en el desarrollo económico de una localidad.

Instrucciones:

- Marque con una **X** su respuesta
- Lea detenidamente cada una de las preguntas

Responda todas las preguntas

SECCIÓN 1: DATOS GENERALES			
Edad		Sexo	
De 21 a 25 años		Hombre	
De 26 a 30 años		Mujer	
Más de 31 años			
SECCIÓN 2: TURISMO			
1. ¿Dónde nace la idea de realizar eventos de cheerdance? ¿Y por qué no se la realiza en Ambato?			
2. ¿A qué público está enfocado este evento?			

3. ¿Existe aceptación por parte de los concursantes y cuantos asisten?
4. ¿Cuáles fueron los parámetros para el cálculo del valor de inscripción para participar en el evento?
5. ¿Cuánto cuesta la entrada al público
6. ¿Cuáles son los requisitos para inscribirse?
7. ¿Cuáles son los parámetros de calificación para los participantes?
8. ¿Cuáles son los premios por participante?
9. ¿Cuántos días se realiza el evento?
10. ¿Qué criterio existe para seleccionar el lugar donde se desarrolla el evento?

11. ¿Considera usted que el turismo deportivo generaría un impacto económico positivo en otras actividades relacionadas con el turismo?
12. ¿Considera usted que, al desarrollar nuevas actividades de turismo deportivo, aumentará el número de empleos en el sector turístico?
13. ¿Cree que a través del desarrollo de nuevas actividades de turismo deportivo se incrementará la inversión o el emprendimiento en el sector turístico?
14. ¿Considera que la organización de la población local es fundamental para el desarrollo del turismo deportivo?
15. ¿Tiene alguna sugerencia para los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?

¡Gracias por su colaboración!