

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO UNIVERSITARIO “VALLE DEL MOCOTIES”
CONSEJO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESTUDIOS DE POSTGRADO EN EDUCACIÓN FÍSICA
MENCIÓN GERENCIA DEL DEPORTE

**PLAN DE MERCADO PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO DEPORTIVO EN LA ZONA DEL MOCOTIES DEL
ESTADO MÉRIDA**

Autor: Lcdo. Freddy J. Guillén D.

Tutor: MSc. Omar A. Peña.

Mérida, Julio de 2016

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO UNIVERSITARIO “VALLE DEL MOCOTIES”
CONSEJO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESTUDIOS DE POSTGRADO EN EDUCACIÓN FÍSICA
MENCIÓN GERENCIA DEPORTIVA

**PLAN DE MERCADO PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO DEPORTIVO EN LA ZONA DEL MOCOTIES DEL
ESTADO MÉRIDA**

www.bdigital.ula.ve

Trabajo Especial de Grado para optar al título de Especialista en
Educación Física Mención Gerencia del Deporte

Autor Lcdo. Freddy J. Guillén D.

Tutor: MSc. Omar A. Peña

Mérida, Julio de 2016

C.C.Reconocimiento

ÍNDICE GENERAL

	pp.
ÍNDICE GENERAL.....	iii
LISTA DE CUADROS.....	v
RESUMEN.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	1
 CAPÍTULOS	
I EL PROBLEMA.....	3
Planteamiento Del Problema.....	3
Objetivos de la Investigación.....	6
Justificación de la Investigación.....	6
II MARCO TEÓRICO.....	9
Antecedentes de la Investigación.....	9
Bases Teóricas.....	14
Bases Legales.....	43
Sistema de Variables.....	53
Definición Conceptual.....	53
Operacionalización de las Variables.....	54

III	MARCO METODOLÓGICO.....	56
	Tipo de Investigación.....	56
	Población.....	57
	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	60
	Validez y Confiabilidad del Instrumento.....	61
	Técnica de Análisis de Datos.....	63
	Diseño de la Investigación.....	63
IV	ANALISIS DE RESULTADOS.....	64
	Conclusiones del Diagnostico.....	115
V	LA PROPUESTA.....	117
	Presentación de la Propuesta.....	117
	Justificación.....	118
	Visión.....	119
	Misión.....	119
	Valores Compartidos.....	120
	Políticas Organizacionales.....	120
	Objetivos General.....	121
	Objetivos Estratégicos.....	121
	Metas del Plan Estratégico Gerencial.....	122
	Programa de Actividades para Impulsar el Desarrollo del Turismo Deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.....	123
	Plan de Marketing Anual.....	126
	Cronograma del Plan de Marketing Anual.....	127
	Propuesta de Servicios Turístico Deportivos Potenciales En La Zona Del Mocoties Del Estado Mérida.....	128
	Seguimiento y Evaluación del Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida...	138

VI	CONCLUSIONES Y REFLEXIONES.....	140
	Conclusiones.....	140
	Reflexiones.....	141
	 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	 143
	 ANEXOS.....	 146

LISTA DE CUADROS

CUADRO		pp
1	Definición Conceptual.....	53
2	Operacionalización de las Variables.....	54
3	Distribución de la Población.....	58
4	Distribución de la Muestra.....	59
	Cuestionario 1	
5	Indicador: Diagnostico.....	65
6	Indicador: Objetivos.....	66
7	Indicador: Estrategias.....	67
8	Indicador: Oferta de Actividades Recreativas y Deportivas.....	69
9	Indicador: Marketing.....	70
10	Indicador: Políticas Organizacionales.....	72
11	Indicador: Valores Compartidos.....	74
12	Indicador: Proyectos y Programas.....	75
13	Indicador: Capacitación.....	77
14	Indicador: Plan Operativo Anual.....	78
15	Indicador: Evaluación y Seguimiento.....	79
16	Indicador: Servicios Turísticos.....	81
17	Indicador: Servicio Turístico Deportivo.....	82

18	Indicador: Prestadores de Servicios Turísticos.....	84
19	Indicador: Potencialidades Turísticas y Deportivas de la Zona del Mocoties del Estado Mérida.....	86
20	Indicador: Legislación Turística y Deportiva Nacional y Municipal.....	87
	Cuestionario 2	
21	Indicador: Diagnostico.....	89
22	Indicador: Objetivos.....	91
23	Indicador: Estrategias.....	92
24	Indicador: Oferta de Actividades Recreativas y Deportivas.....	93
25	Indicador: Marketing.....	95
26	Indicador: Políticas Organizacionales.....	97
27	Indicador: Valores Compartidos.....	99
28	Indicador: Proyectos y Programas.....	101
29	Indicador: Capacitación.....	102
30	Indicador: Plan Operativo Anual.....	104
31	Indicador: Evaluación y Seguimiento.....	105
32	Indicador: Servicios Turísticos.....	107
33	Indicador: Servicio Turístico Deportivo.....	108
34	Indicador: Prestadores de Servicios Turísticos.....	110
35	Indicador: Potencialidades Turísticas y Deportivas de la Zona del Mocoties del Estado Mérida.....	112
36	Indicador: Legislación Turística y Deportiva Nacional y Municipal.....	113

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO UNIVERSITARIO “VALLE DEL MOCOTIES”
ESTUDIOS DE POSTGRADO EN EDUCACIÓN FÍSICA
MENCIÓN GERENCIA DEL DEPORTE

**PLAN DE MERCADO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO
DEPORTIVO EN LA ZONA DEL MOCOTIES DEL ESTADO MÉRIDA**

Autor: Lcdo. Freddy J. Guillén D.

Tutor: MSc. Omar A. Peña

Fecha: Julio 2016

RESUMEN

El impulso del turismo deportivo en un destino turístico depende del planteamiento de estrategias innovadoras que se orienten a tal fin, por lo cual el presente proyecto se plantea proponer un plan estratégico de mercado para el desarrollo del turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida, como resultado del proceso de planificación estratégica, sustentándose en una investigación documental y de campo en función de realizar un análisis del entorno turístico y deportivo de la zona mencionada y caracterizar los servicios turístico deportivos que podrían ofertar de acuerdo al potencial turístico que posee la Zona del Mocoties del Estado Mérida, en la cual se identifica una carencia de planes que promuevan el desarrollo de esta modalidad de turismo, para la cual se posee un entorno favorable, ya que presenta una variedad de espacios naturales e infraestructuras ideales para establecer servicios innovadores, a través de los cuales se promuevan actividades turísticas, deportivas y recreativas orientadas al beneficio, así como la mejora de la calidad de vida de la población a beneficiar de manera directa e indirecta, en tal sentido el plan estratégico a proponer se considera una guía de trabajo ejecutable para orientar a los prestadores de servicios turísticos y antes que se involucren hacia la gestión eficiente y eficaz del capital humano, así como de los recursos requeridos para el aprovechamiento del potencial turístico y desarrollo de servicios turístico deportivos de calidad que satisfagan las necesidades y expectativas de la demanda de turistas deportivos que se desea atender y atraer hacia el destino turístico que representa la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Descriptor: turismo deportivo, plan estratégico, potencial turístico, servicios turísticos deportivos.

INTRODUCCIÓN

El turismo y el deporte en la sociedad actual son tendencias que cada vez más poseen una estrecha relación en el sentido de que ambas contribuyen a la satisfacción de las necesidades de interacción, exploración y conocimiento de otras culturas que caracteriza a los diferentes grupos sociales, por lo cual a nivel mundial, ha venido surgiendo y expandiéndose la nueva modalidad de turismo deportivo, en función de que representa una alternativa para conjugar las actividades turísticas y físico deportivas con el propósito de mejorar la calidad de vida y desarrollo de los grupos sociales que se involucran.

Es por ello que el turismo deportivo forma parte de las políticas económicas, sociales y deportivas de algunas naciones del mundo, dentro de las cuales se encuentra Venezuela, en donde el gobierno nacional impulsa el desarrollo de planes y programas orientados hacia este fin, sin embargo el diagnóstico de la situación actual del turismo a nivel nacional que se ha desarrollado, a través de investigaciones como la realizada por Alcantara M y Longa O (2004). Titulada La Competitividad de la Industria Turística Venezolana bajo una Perspectiva Internacional, presenta algunas de las deficiencias que posee el mercado turístico venezolano dentro de las cuales se encuentra la necesidad existente de crear una mejor estrategia de promoción, desarrollo y aprovechamiento del potencial turístico que posee el país, en cuanto a recursos naturales, de infraestructura y humanos.

En consecuencia de esta situación, la Zona del Mocoties del Estado Mérida, no escapa de dicha realidad presentado estas deficiencias de igual manera, por lo cual la principal problemática a la que se pretende buscar solución con el presente estudio, es la carencia de planes o programas para el desarrollo del turismo deportivo en las rutas turísticas que posee esta zona, como estrategia para el aprovechamiento de las potencialidades turísticas, mejoramiento e innovación de los productos y servicios ofertados actualmente.

En tal sentido, se pretende a través de la aplicación del proceso de planificación estratégica en la Zona del Mocoties del Estado Mérida, obtener como producto

tangible un plan estratégico orientado a impulsar el desarrollo del turismo deportivo, que permita ofrecer una guía de trabajo a los prestadores de servicios turísticos y demás entes interesados en integrarse a la propuesta , con el propósito de lograr la visión y misión que se establezca, por medio de la gestión eficiente y eficaz del capital humano y los recursos materiales y económicos que se dispongan, para la oferta de servicios turístico-deportivos de calidad que satisfagan y beneficien la población a involucrar de manera directa e indirecta.

Por consiguiente se considera conveniente desarrollar la investigación bajo la modalidad de proyecto factible y con ello la presentación de una propuesta. El desarrollo del presente estudio tiene el siguiente orden, se describe en capítulos: Capítulo I, en donde se realiza el planteamiento del problema objeto de estudio, se establecen las interrogantes, se elaboran los objetivos general y específicos, se justifica del porqué de la investigación, y se estructura el sistema de variables, que le da el orden al marco teórico; Capítulo II, se citan a tres antecedentes, los cuales son trabajos similares que hacen aportes significativos a la presente investigación, las bases teóricas y legales, que junto con el estudio de campo sustentan y le dan validez a la investigación; Capítulo III, la estructura metodológica, donde se especificará, los tipos y diseños de la investigación, así como la factibilidad y validez del estudio con el análisis de los datos obtenidos del análisis bibliográfico y aplicación de instrumentos de recolección de datos; Capítulo IV, comprende el análisis de los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos y las conclusiones del diagnóstico; Capítulo V, la propuesta generada a partir del análisis bibliográfico y los resultados obtenidos, en la que se establece un plan estratégico de mercado para guiar e impulsar el desarrollo del turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida y Capítulo VI, Conclusiones y Reflexiones del trabajo de investigación realizado, en la cuales se brindan aportes orientar la ejecución de la propuesta.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo deportivo a nivel mundial forma parte de las políticas económicas, sociales y deportivas de algunas de las naciones como estrategia para promover e impulsar el desarrollo humano, económico y deportivo en todos los niveles sociales, ya que este permite el aprovechamiento de los patrimonios naturales y de infraestructuras deportivas, por medio de la oferta que hace a los visitantes de la oportunidad de participar en las actividades recreativas o competitivas que se desarrollan en un lugar, de acuerdo con las condiciones geográficas y demográficas que se caracterizan por ser las ideales para desarrollar algunas actividades deportivas en específico, que en el lugar de origen de los visitantes no se dan de igual manera.

Lo antes expuesto, permite inferir que se genera la atracción del interés y participación de los practicantes o aficionados a las mismas, lo cual genera un incremento en la demanda del sector turístico que implica un mayor número de transacciones socio-económicas para los proveedores de los servicios turísticos a nivel local promoviendo de esta manera el desarrollo económico y deportivo de las comunidades que poseen los escenarios propicios para actividades recreativas y deportivas específicas características de la zona.

En Venezuela el turismo deportivo tiene su auge con el desarrollo del turismo de aventura que según la Organización Venezolana de Turismo y Deportes de Aventura (OVETUDA), (2010) surge a partir de los años 90, cuando comienza a promocionarse principalmente las actividades deportivas de riesgo controlado por un grupo de operadores turísticos nacionales e internacionales, que se han extendido por todo el territorio nacional, encargándose de contratar los proveedores de servicios turísticos para la estadía y desarrollo de actividades deportivas y recreativas en cada uno de los lugares con potencial para el turismo deportivo. En este sentido, se destaca

dentro de los destinos con potencial turístico a Margarita y los Roques con el buceo, surfing, windsurfing, kitesurfing, kayak oceánico y de aguas bravas, en los Estados Mérida y Barinas el rafting, barranquismo, parapente, escalada en roca, trekking de alta y media montaña, las cuales son las actividades de mayor éxito por la cantidad de practicantes que han atraído a estas zonas, generándose una considerable demanda de servicios turísticos que han impulsado la creación de una cadena productiva conformada por proveedores de las comunidades involucradas, impulsando de igual manera el desarrollo económico y deportivo en estos lugares.

En este contexto el Estado Mérida posee una serie de rutas turísticas distribuidas por zonas de acuerdo a la división territorial estatal, de las cuales las ubicadas en la Zona Metropolitana son las más promocionadas y ofertadas por los operadores turísticos que se concentran en la capital del estado, lo cual ha ocasionado que el turismo tradicional como el deportivo en las demás rutas turísticas tenga un menor auge a pesar de que también poseen potencial para desarrollar cualquier tipo de turismo.

Dentro de las rutas menos promocionadas se encuentran las ubicadas en la Zona del Mocoties del Estado Mérida, que comprende los Municipios Tovar, Antonio Pinto Salinas, Zea, Guaraque y Rivas Dávila, en los cuales el turismo deportivo se considera ha tenido poco auge a pesar de poseer potencial para el mismo.

En este sentido para el presente estudio es importante, indagar sobre cuáles son las causas y consecuencias que han llevado a esta Zona del Mocoties, que cuenta con exuberantes paisajes y rutas turísticas que se prestan para el desarrollo del turismo deportivo a carecer de servicios turístico deportivos, ya que la población de esta zona se dedica a las actividades de producción agrícola, pecuaria y el comercio principalmente, por lo que el mercado turístico se centra en la oferta de los servicios básicos como son gastronomía, alojamiento, artesanía e información turística, lo cual puede percibirse con la exploración de las guías de servicios locales y folletos de promoción de esta zona como destino turístico.

Considerando lo señalado anteriormente se considera pertinente analizar si existe una planificación adecuada para el desarrollo de esta actividad económica, así como

las debilidades en las organizaciones privadas o públicas para guiar el proceso de gestión del potencial turístico de la Zona del Mocoties, ya que se considera que los atractivos turísticos y deportivos que posee, se encuentran deteriorados y con un uso inadecuado perjudicando su aprovechamiento y el medio ambiente.

Así mismo, cabe destacar que los atractivos naturales y culturales presentan las condiciones ideales para el desarrollo del turismo deportivo, por lo cual es preciso identificar que actividades deportivas y recreativas podrían ofertarse para garantizar servicios que brinden una experiencia diferente al turista, en función de generar mayor interés en el destino y la práctica del deporte y la actividad física, para aprovechar esta oportunidad que es obviada, ya que son escasas las ofertas de servicios turístico-deportivos.

En consecuencia de este enfoque del sector turístico de la Zona del Mocoties del Estado Mérida hacia la prestación de servicios básicos, para el presente estudio es de interés el conocer de qué forma se ha desaprovechado las potencialidades turísticas ideales para el desarrollo del turismo deportivo, debido a factores que ocasionan el problema de estudio, por lo tanto se debe considerar como el sector turístico maneja las estrategias de promoción de actividades recreativas y deportivas en sus sitios turísticos y de que forma las organizaciones locales se centran en impulsar propuestas para el desarrollo del turismo deportivo, a través de la promoción y oferta de servicios turístico- deportivos acordes con las potencialidades de la zona y las necesidades e intereses de los consumidores.

Atendiendo la realidad descrita anteriormente, se considera existe poco interés del sector turístico de la Zona, hacia la oferta de servicios turístico deportivos, lo cual genera como principal problemática la carencia de planes o programas para el desarrollo del turismo deportivo en las rutas turísticas que posee, como estrategia para el aprovechamiento de las potencialidades turísticas y mejoramiento e innovación de los productos y servicios ofertados actualmente.

Por consiguiente, se pretende encontrar estrategias para impulsar el desarrollo del turismo deportivo, por lo cual se plantean las siguientes interrogantes:

¿Cuál es la situación actual del mercado turístico de la Zona del Mocoties del Estado Mérida en cuanto a la oferta de servicios turísticos deportivos?

¿Qué servicios turístico-deportivos podrían ofertarse en la Zona del Mocoties del Estado Mérida, de acuerdo al potencial turístico y deportivo que posee?

¿Qué estrategias deben considerarse para el diseño de un plan estratégico orientado a promover el desarrollo del turismo deportivo en la zona del Mocoties del Estado Mérida?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Proponer un Plan Estratégico de Mercado para el Desarrollo del Turismo Deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Objetivos Específicos

Diagnosticar la situación actual del turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Determinar los servicios turístico-deportivos que podrían ofertarse en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Diseñar un plan estratégico de mercado para el desarrollo del turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Justificación

El turismo deportivo en el Estado Mérida posee una trascendencia a nivel nacional e internacional en consecuencia del desarrollo de los deportes de aventura principalmente, razón por la cual se han concentrado una cadena de proveedores y servicios turísticos en la zona metropolitana del estado promoviendo el turismo deportivo solo en los lugares más visitados por sus atractivos naturales, tradición, popularidad y características idóneas para actividades deportivas y recreativas en específico, como son las mencionados por la Organización Venezolana de Turismo y

Deportes de Aventura (OVETUDA), (2010). El trekking de alta montaña o Alpinismo en el Collado del Condor, el Pico Humboldt y el más famoso que continúa siendo el Pico Bolívar, parapente en Las González considerado como uno de los lugares para volar por excelencia del país, barranquismo, rafting o caminata ecoturística y ciclismo de montaña.

Cabe destacar que la Zona del Mocoties forma parte de las rutas de interés en los turistas que visitan el Estado Mérida en las diferentes temporadas del año, en lo cual ha influido la acciones emprendidas por el Instituto Municipal de Turismo de Tovar y Cormetur, promoviendo la exploración de las rutas turísticas del Café en el Municipio Antonio Pinto Salinas y la Ruta de Desarrollo Endógeno en el Municipio Tovar, a través de vallas y folletos publicitarios e informativos sobre los destinos turísticos de estos municipios, donde se destaca en el municipio Tovar, el desarrollo y proceso de consolidación en que se encuentra un proyecto recreativo y de mejoramiento de la Laguna Blanca de Mariño, que ha iniciado la oferta paseos en bote de pedal, tirolesa y ruta de senderismo alrededor de la laguna, principalmente durante los fines de semana y días feriados.

De igual manera, cabe destacar que la Zona del Mocoties del Estado Mérida posee una variedad de atractivos turísticos con potencialidades para el desarrollo del turismo deportivo que podría ser aprovechado con la aplicación y ejecución del presente proyecto, que se orienta a considerar la variedad de atractivos turísticos naturales y culturales para establecer acciones y estrategias que permitan la activación de espacios y desarrollo actividades recreativas, deportivas y turísticas de acuerdo a los gustos y preferencias de los turistas, que se proyecta ofertar en la elección de su itinerario de actividades y los atractivos a visitar

Considerando esta serie de cascadas, lagunas, ríos y rutas ecoturísticas mencionadas cabe destacar que son ideales para el desarrollo de actividades deportivas al aire libre como el senderismo, camping, rafting, paseos a caballo, rutas en bicicleta de montaña y caminatas ecoturísticas, pesca deportiva entre otras, que podrían combinarse para la exploración de estos lugares como principales estrategias para lograr impulsar el desarrollo del turismo deportivo.

Partiendo de estas potencialidades se pretende generar y proponer un Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida, en el cual se reflejen los objetivos, estrategias y proyectos a ejecutar, con la finalidad de lograr el beneficio directo de los recursos humanos que se integren, así como alcanzar su objetivo principal que es la prestación de servicios turístico deportivos, en los que se promuevan actividades deportivas y recreativas, por lo que se estima generar nuevas fuentes de empleo para los profesionales locales del área turística y deportiva, egresados de las instituciones de educación superior de la zona, los cuales podrían conformar el equipo de trabajo para lograr la promoción y oferta de servicios turístico deportivos de calidad a los usuarios potenciales.

Por consiguiente, se considera beneficiaría de manera directa a la comunidad en general de la zona con la oferta de los servicios turístico deportivos a establecer, ya que además de ofrecer una alternativa de uso racional del tiempo libre y practica de actividad física y/o deporte a los habitantes, se estima generar un incremento de la demanda turística, lo que representa un mayor índice de ingresos económicos para el comercio en general y beneficio para los habitantes que dependen de esta actividad económica.

Atendiendo lo mencionado anteriormente, resulta pertinente la propuesta de un plan estratégico orientado al aprovechamiento del potencial turístico de la zona del Mocoties del Estado Mérida, con la finalidad de satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas deportivos que habitan en la zona y los que visitan los lugares de interés turístico de la zona, lo cual contribuye a promover el desarrollo económico en el sector turístico y deportivo de la localidad, donde se ubican los escenarios propicios para la práctica de actividades deportivas y recreativas, a través de las transacciones socioeconómicas que se generen por medio de la creación de un clúster comercial (conglomerado de servicios) en el que se integren servicios de transporte, visitas guiadas, alquiler de implementos y aditamentos deportivos, gastronomía, alojamiento, organización y ejecución de actividades o eventos deportivos y recreativos, entre otros, que permitan a los turistas hacer turismo deportivo disfrutando al máximo las bondades mencionadas de la zona.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Investigación.

Realizada la revisión bibliográfica relacionada con el tema de estudio se constato que existen investigaciones vinculadas que lo anteceden y que representan un significativo aporte para el desarrollo del mismo, entre las que se citan:

Fernández, (2013). En su investigación titulada Turismo Deportivo de Competición en Asturias como motor de desarrollo turístico. Análisis, repercusiones e impactos en el destino, realiza a partir de la recopilación de datos empíricos de encuestas realizadas y revisión bibliográfica de diversa literatura sobre turismo, economía del deporte y sociología. Un análisis del entorno deportivo de manera global, con énfasis en el sistema deportivo español y los eventos deportivos realizados en Asturias específicamente en la ciudad de Girón, el cual permite tener una visión de los impactos sociales y económicos que puede generar la organización de eventos deportivos, desde el punto de vista de beneficios para la salud y motivación en los practicantes desde nivel aficionados con intereses en lograr bienestar personal hasta en los practicantes elites con interés directo en la competición y resultados deportivos, lo cual permite percibir el “efecto contagio” hacia la práctica deportiva que genera la participación masiva y promoción en las redes sociales de este tipo de eventos, que puede garantizar la continuidad y la difusión del evento de acuerdo a los niveles de satisfacción en los participantes directos e indirectos.

Así mismo, cabe destacar que los eventos deportivos analizados poseen estrecha relación con la actividad turística, por la demanda de productos y servicios turísticos

complementarios a ellos que generan, lo cual implica efectos económicos en el destino o lugar en que se desarrollen. En relación a los efectos económicos destaca que debido a la diversidad de productos y servicios complementarios que implica la preparación y cuidados de los practicantes o atletas en los momentos previos y posteriores al evento o actividad deportiva, es difícil precisar o calcular numéricamente la ingresos económicos que se pueden generar, ya que los datos estadísticos que se pueden manejar con exactitud son los referentes la cantidad de participantes inscritos y sus acompañantes en algunos casos, así como la ocupación hotelera que realizan de acuerdo con los datos que faciliten las empresas hoteleras, por lo cual no se maneja información de la cantidad de turistas que se movilizan para participar en el evento como espectadores u otros intereses, lo mismo ocurre con el consumo de productos gastronómicos que realizan, lo que representa ingresos considerables difíciles de calcular para establecer con exactitud el impacto económico.

Por consiguiente dentro de los aspectos relevantes del estudio citado, se encuentran las motivaciones y tendencias de los practicantes de deportes, especialmente en las modalidades de duatlón (combinación de carrera a pie y ciclismo) y media maratón de atletismo, que son caracterizadas por medio del análisis de la cantidad y lugares de procedencia de los participantes, que atraen estas modalidades en los eventos deportivos organizados en la ciudad de Girón. De igual manera analiza los impactos económicos generados en la actividad hotelera de acuerdo a la información estadística publicada por entes públicos, lo cual ha permitido considerar los aspectos técnicos y logísticos que se deben tener en cuenta para establecer el tipo de eventos deportivos que pueden promoverse de acuerdo con las características y capacidad instalada de un destino, para satisfacer las necesidades e intereses de los participantes, sin afectar el entorno social y medio ambiente de los escenarios deportivos de infraestructura o naturales que se elijan para su desarrollo, con la aplicación de buenas prácticas ambientales en la organización.

En tal sentido, destaca que adaptar a la estrategia turística un calendario de eventos deportivos de este tipo, puede impulsar la inversión económica en el destino y el

posicionamiento de la imagen turística a coste cero (repercusión mediática en prensa, experiencias vividas por los propios deportistas y visitantes durante el evento publicadas en redes sociales, entre otros.), así mismo resalta el incremento en la demanda turística que se puede generar por el interés en ampliar la estancia de los participantes posterior al evento, y el retorno al destino en otras temporadas con motivo vacacional, lo cual podría contribuir como motor de desarrollo y desestacionalización de su demanda turística.

Atendiendo a los hallazgos de esta investigación con respecto al turismo deportivo, se considera que la misma se relaciona con la presente, en el sentido de que ambas plantean impulsar el desarrollo del turismo deportivo en un destino turístico, por medio de la propuesta de la organización de eventos o actividades de carácter deportivo y recreativo que se adapten las características y condiciones del mismo como estrategia turística. De igual manera se orientan a la satisfacción de las necesidades e intereses de los practicantes desde el nivel aficionado a elite, promoviendo la difusión por medio de las redes sociales, en función de atraer la participación masiva e incrementar la demanda de productos y servicios complementarios al evento o actividad deportiva. Lo cual, se evidencia puede lograrse con el análisis realizado a los eventos deportivos mencionados.

Además, se considera que los aspectos que señala en cuanto a la aplicación de buenas prácticas ambientales en la organización de eventos deportivos, deben considerarse al momento de establecer los detalles técnicos de los eventos o actividades deportivas y recreativas que formaran parte de la oferta de servicios turístico deportivos que se impulsaran, a través del plan estratégico que se pretende generar para el impulsar el desarrollo del Turismo Deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida. Todo ello, en función de generar efectos positivos en el entorno de los espacios de infraestructura o naturales que se pretendan emplear para el desarrollo de los mismos.

En este orden de ideas Lopez, D (2010), en su trabajo titulado Modelo Teórico de Comportamiento en el Marketing del Operador Turístico del Municipio Heres. Estado Bolívar, se sustenta en un estudio que conjuga una investigación de tipo descriptiva y

aplicada, que se enmarcó en un diseño mixto; documental y de campo, en el cual realiza a partir de la lectura crítica de los especialistas pioneros en los modelos de decisiones de compra en el Marketing, la recopilación de informaciones secundarias de informes de gestión, revistas, textos y publicaciones en páginas gubernamentales en la Web y la aplicación de una entrevista con instrumentos de recolección de datos generados a partir del análisis de la confluencia interactiva de las variables del marketing: Riesgo Percibido, Confianza e Intención como aspectos fundamentales en la estructura conceptual interna de decisión de los operadores turísticos.

En relación a la encuesta, es preciso destacar que previamente realiza una caracterización de la prueba piloto que posteriormente aplico a una muestra al azar, para desarrollar en base a los resultados obtenidos un modelo teórico que muestra el comportamiento de los operadores turísticos y su preferencia sobre invertir para desarrollar la actividad turística.

Dentro de los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos generados a partir del modelo teórico de comportamiento en el marketing, cabe mencionar que determino en porcentajes significativos el interés que poseen los operadores turísticos en invertir en el Municipio Heres y la necesidad de generar inercia entre el sector público y privado para impulsar el desarrollo de nuevos productos turísticos que impulsen el aprovechamiento de las potencialidades turísticas en función de mejorar e incrementar la inversión en la infraestructura y actividades del sector turístico como una alternativa de desarrollo sustentable.

Considerando que el autor señala que el modelo teórico generado, es aplicable en cualquier municipio o destino turístico del país, es pertinente tomar en cuenta el modelo y las variables de marketing: Riesgo Percibido, Confianza e Intención como aspectos fundamentales en la estructura interna de decisión de los operadores turísticos, para analizar el entorno del mercado turístico en la zona de estudio y realizar los instrumentos de recolección de datos que permitirán en el presente trabajo evaluar, estimar o predecir los niveles de aceptación e interés que tendrían en invertir los demás operadores turísticos y entes del estado que se pretenden involucrar en el Plan Estratégico Gerencial de la Asociación Cooperativa la Pradera para el desarrollo

del Turismo Deportivo en Zona del Mocoties del Estado Mérida, que se precisa generar, en función de establecer las articulaciones y vinculaciones necesarias a proponer para generar un clúster (conglomerado de los recursos y servicios turísticos) que permita ofertar un nuevo producto turístico a desarrollar y que comprenda servicios turístico deportivos y demás servicios complementarios a ellos, orientados innovar y mejorar en las acciones para el aprovechamiento de las potencialidades turística de la zona.

Por otra parte en el trabajo realizado por Belandria, R (2007), titulado Deportes de Aventura y Riesgo Controlado Una Propuesta para el Desarrollo en el Municipio Rangel del Estado Mérida, se fundamento en una investigación de tipo exploratoria y proyectiva, que corresponde con la modalidad de proyecto factible, en la cual utilizo como instrumento de recolección de datos, un guion de entrevista de carácter semi-estructurada, que le permitió diagnosticar el entorno del turístico, para aplicar la planificación estratégica y establecer una propuesta que contempla los lineamientos para crear una Unidad de Servicios Turísticos para los Deportes de Aventura y Riesgo Controlado en el Municipio, la misión y visión a seguir, los objetivos y metas a cumplir, así como la estructura organizativa a seguir para su implementación, en función del desarrollo de los deportes de aventura como: el ciclismo de montaña, caminatas guiadas, cabalgatas, pesca de lagunas y torrentes, kayak de rio y lagunas, montañismo y carreras de aventura.

Dentro de los aspectos teóricos considerados por el autor para el diseño de la propuesta realizada, cabe destacar los principios de la planificación estratégica como herramienta gerencial que permite desarrollar un proceso de análisis interno y externo de una organización para que establecer un plan estratégico que comprenda la misión, visión, objetivos y metas a cumplir, por medio del empleo de estrategias que permitan lograr la eficiencia y eficacia en el uso de los recursos disponibles, para hacer competitiva a la organización en un mercado cambiante, en el que deben preverse los posibles cambios en función realizar una toma de decisiones apropiada en los diferentes niveles o áreas de la organización para realizar un manejo asertivo de la misma, en función de logro de los objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo.

Así mismo, menciona que el turismo de aventura y riesgo controlado, comprende el desarrollo de actividades físicas en espacios naturales, en donde el principal objetivo es cumplir con un desafío personal y los que impone la naturaleza, los cuales deben emprenderse en equilibrio y armonía con la misma, es decir no existe interés en la competencia sino en la recreación e interacción con los elementos naturales, por lo cual destaca el potencial turístico que posee municipio Rangel para el desarrollo de esta modalidad de turismo, a través de los deportes de aventura mencionados, los que considera pueden impulsarse para aprovechar las diferentes rutas y atractivos turísticos del municipio, a través de la organización e interacción que se genere entre los prestadores de servicios, las comunidades y turistas que consuman los bienes y servicios a ofertar por medio de la implementación de la propuesta.

Lo mencionado anteriormente, en relación con la presente, se considera pertinente para el proceso de planificación estratégica que se debe realizar de igual manera para establecer un plan estratégico, que comprenda una propuesta que partiendo de las potencialidades turísticas de la zona del Mocoties del Estado Mérida, permita determinar las actividades deportivas y recreativas que podrían ofertarse como servicios turístico deportivos, en función del aprovechamiento de los potencialidades presentes en los espacios turísticos y deportivos de la zona, así como de las fortalezas de la Asociación Cooperativa La Pradera para generar una organización de eventos y actividades deportivas y recreativas que integre la oferta de servicios turístico deportivos y los demás servicios complementarios que ellos implican para el desarrollo del turismo deportivo.

Bases Teóricas

En esta sección, la presente investigación ofrece un conjunto de proposiciones teóricas íntimamente interrelacionadas, las cuales fundamentan el problema de investigación planteado y lo sitúan dentro de un conjunto particular de conocimientos. Bajo este enfoque, se presenta lo siguiente:

Administración

La administración comprende los principios necesarios para orientarse hacia el logro del propósito de toda organización. Por lo cual se considera una teoría pertinente para realizar el plan estratégico que se pretende proponer para guiar el logro de los objetivos de una organización cooperativa y demás organizaciones a integrar.

En tal sentido, cabe señalar que según Fayol citado por Gutiérrez, (2003) se define el acto de administrar como ejecutar los actos de:

- a) Planear: Visualizar el futuro y trazar el programa de acción.
- b) Organizar: Construir la estructura tanto material como social de las empresas.
- c) Dirigir: Guiar y orientar al personal.
- d) Coordinar: Guiar, unir, armonizar todos los actos y todos los esfuerzos colectivos.
- e) Controlar: Verificar que todo suceda de acuerdo a las reglas establecidas y órdenes dadas.

Por consiguiente el cumplimiento de cada una de estos actos deben considerarse con énfasis en la planificación para determinar los elementos compondrán el plan estratégico y su interrelación para definir el rumbo a seguir por la organización, en función de alcanzar el logro de su misión, visión y objetivos a largo plazo, cumpliendo con los actos mencionados de la administración, de acuerdo a lo que se establezca por medio de la aplicación del proceso de planificación estratégica.

Planificación

La planificación comprende el análisis y determinación de las acciones a emprender para el alcance de los objetivos que se planteen en una organización a futuro, por lo cual es un proceso fundamental para el desarrollo de la propuesta que se pretende generar.

Cabe señalar que según Dror, citado por Paris, (2005), “Planificación es el proceso de preparación de un conjunto de decisiones para actuar en el futuro, orientado a

lograr los fines con medios óptimos”. (p. 14). En tal sentido se considera la planificación como el proceso fundamental para el desarrollo de la presente investigación, ya que se pretende establecer un conjunto de acciones que permitan orientarse a futuro hacia el logro del desarrollo del turismo deportivo en un destino turístico.

Estrategia

Es la manera que se establece alcanzar los objetivos planteados en una organización, en tal sentido deben considerarse dentro del proceso de planificación a desarrollar en función de plantear las alternativas que permitirán generar acciones para orientarse hacia el logro de los objetivos.

En correspondencia con lo mencionado anteriormente Koontz (citado por Ronda, 2002) destaca que: “Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada”. En este sentido cabe destacar que las estrategias forman parte de los elementos que se deben establecer de manera pertinente, de acuerdo con la realidad del entorno, ya que pueden existir varias alternativas o caminos para orientarse hacia el logro de los objetivos, sin embargo debe elegirse lo que se considere la manera más factible, concreta, eficiente y eficaz para la organización.

Planificación Estratégica

La planificación estratégica es un proceso mediante el cual, cualquier organización evalúa el entorno en el se desenvuelve para plantearse una serie de acciones o estrategias a desarrollar para lograr sus objetivos propuestos previendo cualquier cambio interno o externo que pueda afectar su desempeño y recursos disponibles para tomar las medidas pertinentes, en función de evitar situaciones adversas o que las mismas tengan el menor impacto posible en la organización, en tal sentido París (2005) señala que podemos entenderla como:

El proceso por el que una organización, una vez analizado el entorno en el que se desenvuelve y fijados sus objetivos a medio y largo plazo, elige (selecciona) las estrategias más adecuadas para lograr esos objetivos y define los proyectos a ejecutar para el desarrollo de esas estrategias. Todo ello estableciendo un sistema de seguimiento y actualización permanente que adapte los citados objetivos estrategias y programas a los posibles cambios, externos e internos, que afectan a la organización. (p. 23).

Este proceso debe cumplir con las fases que se mencionan, a continuación en función de que se realice un análisis continuo del entorno para establecer y actualizar los objetivos y estrategias que sean necesarias para adaptarse a la realidad interna y externa de la organización.

Fases de la Planificación Estratégica

Todo proceso de planificación implica dos fases indispensables, que se consideran las siguientes:

-Una fase analítica, en la que se considera la problemática o situación en cuestión, para visualizar a futuro las posibles soluciones o alternativas, en función de decidir cuáles son las pertinentes.

- Por otro lado una fase de programación de lo que se ha decidido hacer o emprender.

La planificación estratégica, debido a su carácter continuo, implica una tercera fase de seguimiento y evaluación que es difícil de precisar por la dinámica cambiante e impredecible del proceso y entorno de la organización.

Considerando las fases de la planificación estratégica según París (2005), pueden establecerse tres fases de un plan estratégico en una organización con fines deportivos:

1. La planificación propiamente dicha, que corresponde al proceso de elaboración del producto que denominamos Plan Estratégico, como resultado de la fase analítica del entorno, en la cual se establecen los objetivos y estrategias a mediano plazo, en función de establecer los proyectos a corto plazo.

2. La ejecución (programación), que implica la puesta en marcha del plan estratégico, a través del diseño de lo que denominamos Plan Operativo Anual, que comprende el conjunto de proyectos que se plantean ejecutar en el período de un año, en función de cumplir de manera total o parcial los objetivos y estrategias fijados en el plan estratégico.

3. El seguimiento y evaluación que corresponde a la fase que estudia y analiza el nivel de cumplimiento del Plan Operativo Anual y evalúa el plan estratégico para dar pautas u orientaciones para su actualización.

En correspondencia con lo mencionado anteriormente es preciso destacar lo que podemos entender como:

Plan Estratégico

Un plan estratégico es el producto y resultado de la aplicación del proceso de planificación estratégica en una organización.

En este sentido París (2005) señala que: “Mientras que el proceso de planificación se mueve en el ámbito de las ideas y reflexiones, el plan estratégico es un elemento, definido y tangible”. (p. 51). Por lo que debe cumplir con una serie características en correspondencia con la planificación estratégica dentro de las que se destacan las siguientes:

Características de un Plan Estratégico:

Un plan estratégico debe ser:

- **Flexible**, entendido como “no rígido”, en el sentido de pueda adaptarse a las condiciones y cambios en el entorno, que en el caso del deporte amerita constante análisis y evaluación debido las constantes tendencias que surgen e implican constantes cambios y evolución, es decir que a pesar de que un plan estratégico debe seguirse una vez establecido, debe considerarse y reconocer cuando se ha fallado o errado en la elección de objetivos y estrategias, que para un momento pueden haber sido apropiadas pero debido a los cambios en el entorno deben restablecerse o actualizarse.

- **Global**, es decir, que abarque la totalidad de la organización, en función de que no permita el surgimiento de una serie de planes sectoriales en las diferentes áreas de la organización que apunten en diferentes direcciones que den lugar a divisiones, es decir, que establezca un plan y proyectos con objetivos y estrategias comunes para toda la organización .

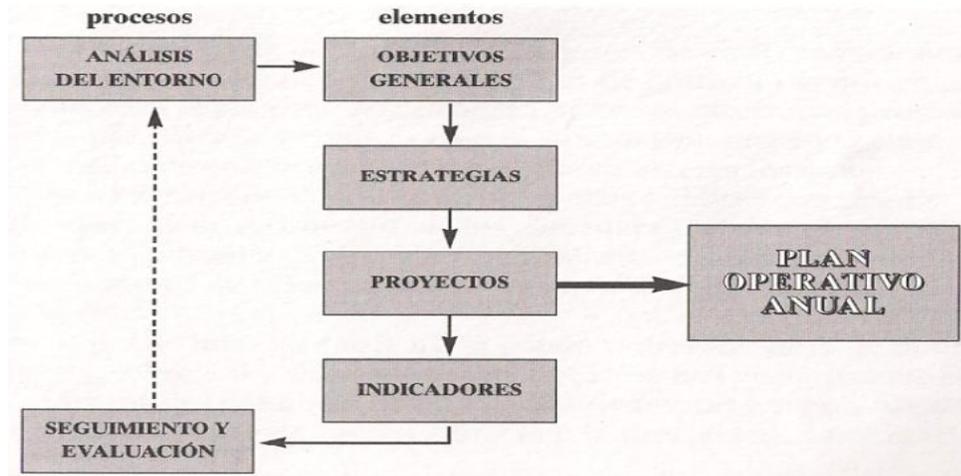
- **Operativo**, en el sentido de que se adapte a la realidad y que comprenda objetivos y estrategias alcanzables de acuerdo con la capacidad de la organización, es decir, que no sea demasiado ambicioso o utópico debido que podría orientar a la organización a esfuerzos que no le permitan aprovechar de manera eficaz los recursos y no alcanzar sus objetivos impidiéndole lograr el éxito.

- **Participativo**, el plan estratégico debe ser el resultado de un proceso de elaboración participativo, que a pesar de depender para su aprobación y puesta en marcha de los directivos de la organización, debe considerar sistema de participación que abarque recolecte al máximo los aportes de tantas partes de la organización como sea posible.

- **Formal**, es decir, que cumpla con un método para su realización, aprobación y seguimiento, que permita integrar todos los elementos que recopilados de manera concreta y tangible para la aplicación de un metodología que permita obtener el producto que denominamos **Plan Estratégico** de una organización.

- **Conocido**, es decir, que todo el conjunto de la organización, entre ellos colaboradores, empleados o componentes, así como otros, conozcan de manera clara y detallada, los objetivos, estrategias y programas establecidos, en función de que puedan manejar una visión compartida de lo que se desea lograr y puedan contribuir de manera eficiente y eficaz en alcanzarlo. El hecho de que el plan sea bien conocido desde los empleados hasta el último colaborador, brinda mayor utilidad del mismo para los directivos que impulsaron y aprobaron de manera mayoritaria su aplicación.

Elementos de un Plan Estratégico



Fuente: París (2005)

Análisis del Entorno

Dentro de los aspectos relevantes para el establecimiento de un plan estratégico se encuentra el desarrollo de un proceso diagnóstico que permita identificar las condiciones del entorno interno y externo de la organización para establecer los demás elementos del plan estratégico señalados anteriormente.

En tal sentido, cabe destacar que este proceso permitirá complementar el diagnóstico y corresponde a la fase analítica de la planificación estratégica en la cual se realiza un diagnóstico por medio del análisis del entorno, en el cual se emplea generalmente la metodología D.A.F.O que de acuerdo con París (2005) permite “identificar nuestros problemas, limitaciones y posibilidades y por consiguiente, comenzar a identificar medidas –objetivos, estrategias, programas –para el futuro” (pág.62). Es decir, que el diagnóstico que se realiza por medio del análisis del entorno haciendo uso de la metodología D.A.F.O para identificar las debilidades (puntos débiles de la organización), amenazas (aspectos externos y ajenos a la organización que pueden afectar negativamente), fortalezas (puntos fuertes de la organización), oportunidades (aspectos externos a la organización se pueden aprovechar).

Lo antes señalado, permite deducir que el análisis del entorno permite identificar los aspectos internos y externos a la organización que pueden influir de manera positiva o negativamente en su desempeño, por lo cual dichos aspectos deben considerarse como base para establecer las acciones, en función de los objetivos y estrategias que se consideren pertinentes para la organización, de acuerdo con el entorno identificado.

Considerando lo mencionado anteriormente, cabe destacar que el diagnóstico de la Zona del Mocoties se desarrollara a partir del análisis de las potencialidades turísticas y deportivas que presenta y las características de los servicios turísticos que ofrece para establecer objetivos y estrategias que permitan aprovechar y mejorar la oferta de servicios turísticos que se realiza, proponiendo la integración de servicios turístico deportivos como complemento a la actividad turística que se desarrolla.

Objetivos

Comprenden lo que se quiere alcanzar con las acciones que se emprenden en una organización por lo cual deben establecerse de manera asertiva, concreta y pertinente con el entorno, en función de que sean adoptados y aceptados por los recursos humanos involucrados en su alcance para que los mismos, se orienten a establecer y emprender la acciones que sean necesarias. En este sentido París (2005) destaca que los “objetivos son las situaciones a las que esperamos llegar, o los resultados que esperamos lograr con la implantación de determinadas acciones que son propias del proceso de gestión”.

Por consiguiente, se considera que los objetivos son imprescindibles para el aprovechamiento de los recursos disponibles en una organización, por lo cual una vez establecidos deben tenerse en cuenta para el emprendimiento de acciones y evaluación de los resultados que se logren.

En este sentido cabe destacar que una vez establecidos los objetivos pertinentes y selección de las estrategias, deben de igual manera, establecerse el conjunto de acciones, programas y actividades que comprenderán la puesta en la organización, a las cuales se denomina proyectos.

Políticas Organizacionales

Las políticas organizacionales se consideran un elemento importante dentro de las organizaciones que se orienten al logro de objetivos y satisfacción de sus usuarios internos y externos, es decir, los recursos humanos que componen el equipo de trabajo y los clientes o usuarios potenciales de los bienes o servicios que se produzcan por parte de la organización.

En este sentido Medina (2012) señala lo siguiente: “Las políticas son guías para orientar la acción, son lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre algún problema que se repite una y otra vez dentro de una organización. En este sentido, las políticas son criterios generales de acción de ejecución que complementan el logro de los objetivos y facilitan la implementación de las estrategias”.

Por consiguiente es relevante para el diseño de la propuesta plantear una serie de políticas organizacionales que permitan a los prestadores de servicios turísticos y demás entes que se vinculen, guiar y realizar una toma de decisiones asertiva, en función de garantizar el desarrollo de servicios de turísticos deportivos que permitan garantizar la satisfacción de los turistas deportivos, a través de las estrategias que se establezcan en este sentido.

Valores Compartidos

Los valores compartidos se consideran un aspecto importante dentro las organizaciones, ya que guían la conducta y comportamiento de los integrantes de la organización, en este caso para la prestación de servicios turísticos.

En tal sentido, cabe mencionar que en cuanto a los valores compartidos Olivera (2007) señala: “Es el conjunto de preceptos, normas, patrones políticos, morales y sociales, que caracterizan la cultura organizacional y que condicionan o guían las conductas de los individuos y que son compartidos, consciente o inconscientemente por todos en la organización de que se trate. Están estrechamente relacionados con la Misión y Visión” (Pág. 8). Por lo cual es preciso establecer y considerar un conjunto de valores que sean compartidos entre los prestadores de servicios turísticos de la

Zona del Mocoties del Estado Mérida, en función de que las conductas y comportamientos se orienten y sean apropiados en los individuos involucrados en la atención de los turistas deportivos, para garantizar a los mismos sentirse a gusto y motivados a realizar las actividades deportivas o recreativas que les incentivo a consumir los servicios turísticos deportivos que les fueron ofertados.

Proyectos

Pueden definirse como el elemento que surge una vez establecido los objetivos pertinentes y la selección de las estrategias acordes al entorno, por lo cual comprenden el conjunto de acciones, programas y actividades que implican y orientan la puesta en marcha de la organización y son el punto de unión entre lo estratégico y lo operativo, es decir, son los elementos de unión entre el plan estratégico y el plan operativo anual. Paris (2005). Así mismo, en cuanto a las características de los proyectos señala: “a. Son claros y bien definidos. b. Tienen establecida claramente la temporalidad. c. Son perfectamente evaluables. d. Van siempre asociados a un presupuesto. e. Poseen un responsable” (p.112).

Considerando lo que implican los proyectos y sus características para el plan estratégico que pretende generar en el presente trabajo, se tendrá en cuenta la formulación de proyectos que se orienten hacia el aprovechamiento de las potencialidades turísticas y deportivas de la Zona del Mocoties, por medio de acciones y actividades que integren a los prestadores de servicios turísticos, administradores de atractivos turísticos y deportivos, así como a directores de turismo y deporte, en función de establecer una manera eficiente y eficaz de emplear los recursos que los mismo pongan a disposición para impulsar el desarrollo del turismo deportivo en la zona.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, se considera que el plan estratégico es un documento que se debe generar para definir y establecer de manera concreta las acciones y estrategias necesarias para orientar una organización en el logro de los objetivos y metas definidos a corto, mediano y largo plazo, adaptándose a los cambios y características del entorno interno y externo, para elaborar de manera

concreta un Plan Operativo Anual ajustado a la realidad que les permita poner en marcha de manera eficiente y eficaz el plan estratégico, que para el presente estudio se centra en el entorno de la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Plan Operativo Anual

El Plan Operativo Anual forma parte de los elementos fundamentales para establecer las acciones en el corto y mediano plazo dentro una organización, en tal sentido es preciso mencionar que según París (2005):“Es el elemento de unión entre el nivel estratégico y el nivel operativo. Pretende conseguir nuestros deseos, a través de la acción diaria. Significa conducir el “día a día” de nuestra organización de acuerdo a los objetivos y estrategias elegidos.” (p. 117). Por lo cual se considera que el plan estratégico y el plan operativo anual son dos elementos complementarios e inseparables en la planificación estratégica.

Cabe señalar que los elementos mencionados son distintos, ya que mientras el plan estratégico se mueve en el medio-largo plazo (unos 4 años), el plan operativo se mueve en el corto plazo (aprox. 1 año) y comprende el conjunto de proyectos que se consideran pertinentes llevar a cabo para orientar a la organización al logro de los objetivos y estrategias elegidos en el periodo de tiempo correspondiente, de acuerdo con los recursos disponibles y acciones pertinentes de acuerdo al entorno.

De acuerdo con lo antes mencionado, el proceso de planificación estratégica se destaca como base del presente trabajo, ya que como se ha señalado en su definición es la herramienta gerencial que permite una vez realizado el análisis del entorno de la organización, definir los objetivos y estrategias a utilizar para alcanzar dichos objetivos, los cuales serán plasmados de manera detallada en el plan estratégico que se pretende generar para que se utilice como la guía que marque rumbo de las organizaciones que se integren en la propuesta, en la cual se realiza un analisis para determinar los factores o posibles cambios internos y externos que puedan afectar o favorecer su desempeño para el logro de la misión y visión a establecer por medio del proceso de planificación estratégica que se aplique a la misma.

Dentro de los aspectos relevantes para el diseño del plan estratégico se encuentran los principios del marketing deportivo que se señalan a continuación:

Marketing

El marketing permite el desarrollo de productos que pueden ser bienes y/o servicios orientados a la satisfacción de las necesidades e intereses de los clientes o usuarios potenciales, así como de las organizaciones que los producen. Según Kotler (citado por Gutiérrez, 2008):

“Es la actividad humana que satisface necesidades y deseos del consumidor mediante procesos de intercambio” de igual manera la asociación americana de gerentes dice “es el proceso de planear y realizar la concepción de, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios que producen intercambio y satisfacen los objetivos del individuo y de las organizaciones, es el proceso necesario para que un producto llegue al consumidor final” (pag.9).

Considerando que se pretende desarrollar un proceso de planificación estratégica para generar como producto la oferta de servicios turísticos deportivos, se considera pertinente emplear principios de marketing dentro del proceso como parte de las actividades para identificar las necesidades e intereses de los individuos y organizaciones a involucrar para establecer estrategias de marketing que permitan realizar una fijación de precios de los servicios a ofertar, de acuerdo con la logística e implementos y aditamentos deportivos necesarios para desarrollar las actividades deportivas. De igual manera establecer estrategias para la promoción y distribución de los servicios hasta los consumidores deportivos en quienes se desea lograr la satisfacción de necesidades e intereses y alcance de objetivos.

Considerando que se pretende planear la oferta de actividades deportivas y recreativas como servicio turístico se tendrá en cuenta los principios establecidos por autores en cuanto a marketing deportivo.

Marketing Deportivo

Dentro de los conceptos establecidos respecto a marketing deportivo, se considera pertinente para el presente trabajo el desarrollado por Mullin (citado por Gutiérrez, 2008) el cual señala lo siguiente:

“El marketing deportivo consiste en todas aquellas actividades diseñadas para hacer frente a las necesidades y carencias de los consumidores deportivos participantes primarios, secundarios y terciarios y de los consumidores deportivos espectadores primarios, secundarios y terciarios a través d procesos de intercambio. El marketing deportivo a desarrollado dos importantes avances: el primero la comercialización de productos y servicios deportivos a los consumidores del deporte y la segunda la comercialización utilizando el deporte como un vehículo promocional para los productos de consumo, industriales y los servicios” (pág. 112).

En tal sentido, se pretende establecer actividades deportivas y recreativas que permitan la exploración y aprovechamiento de las potencialidades turísticas y deportivas de la Zona del Mocoties del Estado Mérida, para generar la comercialización de productos y servicios deportivos que permitan satisfacer las necesidades y carencias de los consumidores del deporte que demandan la práctica deportiva con fines recreativos y competitivos. De igual manera se tiene previsto considerar la comercialización y promoción de los servicios turísticos complementarios al turismo deportivo ofertados por los prestadores de servicios turísticos de la Zona del Mocoties, a través del deporte y las actividades con fines deportivos, recreativos, formativos y comerciales que se pretenden impulsar por medio de estrategias de marketing deportivo.

Dentro de los aspectos del marketing a emplear para garantizar la promoción y comercialización de los servicios turísticos deportivos, se encuentra la gestión de patrocinio deportivo, en este sentido se considera la siguiente concepción del patrocinio.

Definición de plan de marketing

Según Stantón, Etzrael y Walker (1998) dicen que "además de la planeación estratégica que abarca varios años, también es indispensable una planeación más específica y de más corto plazo. Así, la planeación estratégica de marketing en una empresa desemboca en la preparación de un plan anual de marketing" (p. 86).

De acuerdo con Ambrocio (2000) "un plan de marketing es el punto más alto del proceso de decisión de aprovechar una oportunidad ofrecida por el mercado. Congrega todas las actividades empresariales dirigidos hacia la comercialización de un producto o servicio, el cual existe para atender las necesidades específicas de los consumidores"(p.13).

Según Kotler (1996) "el plan de mercadotecnia es un instrumento central para dirigir y coordinar el esfuerzo de mercadotecnia.

Consiste en analizar las oportunidades de mercadotecnia, investigar y seleccionar los mercados meta, diseñar las estrategias de mercadotecnia, planear los programas de mercadotecnia, así como organizar, instrumentar y controlar el esfuerzo de mercadotecnia" (p. 94).

En correspondencia con lo mencionado anteriormente cabe destacar que dentro del plan estratégico propuesto en el presente trabajo, se encuentra inmerso y en base al mismo, un plan de marketing que comprende una serie de proyectos y actividades programadas para un periodo de un año, lo cual comprende el aspecto operativo a desarrollar en función de establecer el punto de enlace entre el corto y largo plazo, en función de establecer las actividades y acciones necesarias para integrar a las organizaciones como entes públicos y privados en la generación de servicios y condiciones para la satisfacción de las necesidades e intereses de los turistas deportivos a los cuales se pretende atender y satisfacer.

Patrocinio

Consiste en un elemento que permite desde el punto de vista comercial comunicar y difundir la imagen y valores de una organización, por medio de otra entidad, evento o actividad que es patrocinada para el beneficio mutuo, es decir, la parte

patrocinada recibe el apoyo y beneficio para desarrollar un evento o actividad que es valorada socialmente por el target (publico objetivo o diana) en el que pretende generar credibilidad y transmitir los valores de la organización patrocinadora, en función de que los consumidores asocien la imagen, marca y productos con la entidad, actividad o evento patrocinado.

Considerando que para el desarrollo del plan estratégico que se pretende generar es necesario el desarrollo de actividades deportivas y recreativas que aparte de ser un servicio son una estrategia para la gestión de patrocinio y promoción comercial, es preciso mencionar lo que Santos (citado por Nogales, 2006). Señala en este sentido: “Patrocinar eventos deportivos, culturales, musicales, congresos o acciones solidarias: una estrategia eficaz para comunicar el valor de marca” (pág. 38). Por lo cual, se tomara en cuenta de igual manera los principios específicos del patrocinio deportivo que se mencionan a continuación.

Patrocinio Deportivo

Podemos definir el patrocinio deportivo, de acuerdo con Campos (citado por Nogales, 2006) como el “Marketing para promover la venta a las empresas de los valores comunicativos que el deporte puede transmitir” (pág.39). En este sentido deben establecerse las estrategias pertinentes para que las empresas u organizaciones de la Zona del Mocoties del Estado Mérida, se integren y apoyen el desarrollo de servicios turísticos entre los cuales se encuentran la promoción de actividades y/o eventos deportivos y recreativos que requieren de los recursos o convenios que pueden implicar el patrocinio deportivo para su ejecución.

Por lo cual es preciso mencionar a continuación, algunas de las alternativas de patrocinio deportivo que se pueden considerar en el presente trabajo para el desarrollo de la propuesta.

Menú de Alternativas Potenciales de Patrocinio Deportivo para las Empresas

Existen diversas alternativas para la gestión del patrocinio deportivo, entre las cuales se pueden considerar para el presente trabajo algunas de las que mencionan Molina y Aguilar (citado por Gutiérrez, 2008) como las siguientes:

- Asociar la imagen de las empresas patrocinantes en la indumentaria de la organización, productos y servicios oficiales que desean promover.
- Asociar la imagen y las comunicaciones de las empresas patrocinantes a los deportes como marca para promociones generales, según una o varias categorías de sus productos o servicios.
- Desarrollo de campañas de publicidad comunicación y planes de marca o imagen de la empresa, apoyando el deporte, estableciendo un puente a través de los equipos, actividades o eventos deportivos y/o recreativos en los que se participe determinando previamente la cartera comercial disponible.
- Publicidad del patrocinante en la impresión de los boletos de ingreso al escenario deportivo y/o recreativo con el sello de marca o imagen de la empresa, posibilidad de inclusión de mecanismos de promoción: concursos, sorteos especiales, descuentos de compras y premios.
- Ubicar la marca del patrocinante en el perímetro de juego con distintas aplicaciones publicitarias o promocionales, y áreas recreativas y de entrenamiento deportivo de la institución.
- Realización de degustaciones de los productos de las empresas patrocinantes (si fueran alimentos) en las instalaciones deportivas de la institución donde interactúen los patrocinantes profesionales o amateurs de deportes, y en puntos externos del mercado de influencia definidos a tal efecto.
- Llevar el nombre del patrocinante en los torneos o ligas oficiales por lo menos una vez al año, en cada disciplina competitiva que la institución deportiva organice.
- Diseño de planes de fidelidad.
- Capacitación a través de talleres y cursos con foco en la temática deportiva, organizados y patrocinados por alguna organización.

Las alternativas de patrocinio deportivo mencionadas anteriormente, forman parte de las estrategias de marketing deportivo que se pueden emplear en la propuesta, en función de establecer el intercambio de valores y beneficios mutuos entre los prestadores de servicios turísticos que se integren como patrocinadores y las organizaciones patrocinadas que se concentren en la promoción y comercialización de actividades o eventos deportivos y recreativos, a través de los cuales se pueda impulsar el desarrollo la imagen comercial de los patrocinantes, así como la imagen de la Zona del Mocoties del Estado Mérida como destino turístico, lo cual debe garantizarse por medio de la calidad de las actividades o eventos deportivos y recreativos que brinden credibilidad en la parte patrocinada y los valores que las organizaciones patrocinadoras pueden transmitir a través del deporte, a su target (publico objetivo o diana).

Capacitación

De acuerdo con Olivera (2007) se refiere al “Proceso educativo sistemático, organizado, efectivo y dinámico, dirigido a la transmisión de conocimientos y al desarrollo de actitudes, hábitos, habilidades y destrezas ” (Pág. 9). En este sentido, se considera un proceso necesario y apropiado proponer jornadas de capacitación en las que se brinden herramientas para el desarrollo un proceso de planificación estratégica en las organizaciones orientadas a la prestación de servicios turísticos, así mismo fortalecer los conocimientos en cuanto a la elaboración de proyectos que contribuyan a identificar y satisfacer las necesidades e intereses de los turistas deportivos, en función de contribuir a superar las debilidades del área turística y deportiva e impulsar el aprovechamiento de los recursos y potencialidades turísticas y deportivas de la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (2005), el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en

lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Las actividades turísticas como se ha señalado, comprenden el objetivo principal de los viajes y estancias de los turistas en un lugar, por lo cual cabe mencionar que cada vez más están ligadas con las actividades deportivas, ya que existe una tendencia de los turistas hacia una actividad más variada que le permita mejorar su estado de salud y disfrutar interactuando con el medio natural o entorno del lugar que visita, lo cual es posible a través del deporte y ha dado lugar a nuevas modalidades de turismo como lo es el turismo deportivo y nuevas formas de práctica físico-deportivas que serán conceptualizadas y caracterizadas a continuación.

Turismo Deportivo

Son todas las formas activas o pasivas de la actividad deportiva, en que se participa casualmente o de forma organizada, bien sea por razones comerciales o de negocios o no, pero que necesariamente implique un viaje fuera del lugar habitual de residencia o trabajo según Standeven, (Citado por Paniza y Latiesa 2006).

Anteriormente este tipo de actividades físico-deportivas estaban “etiquetadas” bajo el concepto de turismo de aventura, tomando en cuenta únicamente las actividades físico-deportivas que implican riesgo controlado; posteriormente surge el término turismo deportivo, para definir aquél tipo de turismo cuya motivación principal está constituida por la realización de un conjunto de prácticas físico-deportivas; es decir, modalidades deportivas con características muy definidas por su reglamentación, su institucionalización, su depurada técnica, y por el tipo de instalaciones, materiales, artilugios e implementos requeridos para su práctica.

De acuerdo con González (2007) el turismo deportivo busca mejorar la salud corporal, física y psicológica, la autoestima y el nivel de calidad de vida de las personas coadyuvando tanto a su autorrealización y proyección social, como a la búsqueda de nuevos retos y superación personal, dado el carácter lúdico, hedonístico y recreativo. La principal motivación de este tipo de turismo, la constituye la práctica deportiva en sí misma, pero que les estimula poderlo practicar en diversos tipos de

ambientes y escenarios diferentes, zonas, regiones, naciones, con el fin de poder disfrutar paralelamente con visitas y excursiones culturales, la gastronomía, compras, entre otros.

Con referencia a lo anterior, es preciso mencionar que por medio del presente proyecto se pretende establecer actividades deportivas que contribuyan al desarrollo del turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida, en función de que los turistas que visiten los lugares de esta zona puedan disfrutarlos, beneficiándose de los efectos positivos para la salud y calidad de vida, que brinda la práctica deportiva y esta modalidad de turismo.

Cabe destacar que para el desarrollo de las diferentes modalidades de turismo, deben integrarse un conjunto de bienes y servicios para ponerlos a disposición de los turistas en función de satisfacer sus necesidades e intereses, por lo cual en diferentes destinos turísticos del mundo se están impulsando diversos cambios sociales, culturales y económicos, que permitan impulsar el surgimiento de nuevas formas de organización comunitaria y emprendimientos de personas naturales y jurídicas orientadas a formarse como operadores turísticos para crear un cluster (conglomerado de servicios) que permita fortalecer esta actividad económica.

Operadores Turísticos

Según la Organización Mundial de Turismo este nombre se aplica a las agencias de viajes que se centran en la confección de paquetes turísticos, elaborados para un elevado número de clientes y puestos a la venta con anticipación a la demanda real.

La Comunidad Andina de Naciones define al operador turístico como todo aquel que sin ser transportista aéreo se constituye en organizador de viajes con fines turísticos, por afinidad, eventos especiales, entre otros. Asimismo, se considera Operador Turístico, aquella persona natural o jurídica que organiza en forma no ocasional, viajes combinados y los ofrece o vende directamente o por medio de un detallista.

Desde el punto de vista de las organizaciones internacionales citadas, toda persona natural o jurídica que emprenden o prestan bienes y servicios para la satisfacción de

las necesidades es clasificada como operador turístico, sin embargo de acuerdo con lo establecido en legislación venezolana los operadores turísticos son clasificados de acuerdo a los bienes y servicios que prestan y son denominados prestadores de servicios turístico.

Prestadores de Servicios Turísticos

En Venezuela Según el artículo 2 del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de la Ley Orgánica de Turismo se entiende como “Prestador de Servicios Turísticos: Toda persona natural, jurídica, de derecho público o privado, que realice actividades de prestación de servicios turísticos dentro del territorio nacional”. Según la mencionada ley los prestadores de servicios podrán comercializar diferentes tipos servicios turísticos entre los cuales se encuentra la recreación y deporte con fines turísticos.

Cabe mencionar que los prestadores de servicios turísticos de la Zona del Mocoties que serán considerados para análisis y recolección de datos son los que se concentran en ofrecer servicios de alojamiento con fines turísticos, recreación y deporte con fines turísticos, guía turístico y alimentación y bebidas.

Servicios Turísticos

Según el artículo 2 del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de la Ley Orgánica de Turismo se define como servicios turísticos como: “Conjunto de actividades que tienen por objeto responder a las exigencias y satisfacer las necesidades demandados por los turistas o visitantes”. En este sentido se refiere a todos los bienes y servicios ofrecidos por las empresas (intermediarias, de transporte, alojamiento, organizadoras de actividades deportivas, entre otras) del mercado turístico y que satisfacen las necesidades de los turistas. En tal sentido cabe señalar que estos servicios turísticos incluyendo los deportivos del sector turístico presentan algunas características diferentes a los productos del sector industrial, las cuales deben ser tenidas en cuenta al momento de su comercialización.

Producto turístico deportivo

Puede definirse como producto turístico deportivo, de acuerdo con Expósito (2009) “aquel cuya principal motivación será la de acudir algún evento deportivo como espectador o bien, la práctica de algún deporte al realizar un viaje”. En este sentido las actividades deportivas con fines competitivos o recreativos, que se pretenden generar en la propuesta de la presente investigación, conforman junto con los servicios complementarios a ellas, un producto turístico deportivo que se integra entre el conjunto de actividades que comprenden los servicios turísticos de la Zona del Mocoties del Estado Mérida para la satisfacción de las exigencias y necesidades de los turistas.

Características de los servicios y productos turísticos (deportivos)

Algunas características son:

- El servicio turístico es intangible.
- La experiencia turística no se puede transferir.
- El servicio no puede probarse, por tanto corre el riesgo de clientes insatisfechos.
- El producto no vendido, se ha perdido.
- El servicio produce un derecho de uso sin transferir la propiedad.
- El cliente es quien acude a la compra.
- El contacto con el cliente en la mayoría de los casos suele ser directo.
- El cliente participa en la producción.

Peculiaridades de los servicios y productos turísticos deportivos

Los servicios y productos turísticos, al igual que los productos turísticos deportivos tienen algunos factores que complican su organización y su venta y que deben ser tenidas en cuenta por las empresas turísticas.

Algunos de ellos son:

No confieren propiedad. Los servicios y productos deportivos que ofertan las empresas turísticas dan el derecho al uso o disfrute temporal de determinados bienes

como: alquiler de material deportivo, la plaza de un medio de transporte, o un determinado destino turístico.

También intervienen elementos intangibles que resultan de las prestaciones profesionales, como por ejemplo diseñar o gestionar un viaje.

Se adquieren en un lugar, pero se producen o consumen simultáneamente en otro lugar. Los servicios y productos turísticos, al igual que los deportivos, se compran en una empresa turística intermediaria que está en un lugar distinto a donde realmente se produce, consume y disfruta el producto o servicio.

Esta adquisición crea cierta desconfianza en el cliente ya que no podrá devolver su viaje si la experiencia no es como el esperaba. Por ello es necesario contar con profesionales de prestigio que transmitan al cliente la suficiente información sobre lo que el viajero va a encontrar realmente en su viaje.

Están sometidos a cierta rigidez y no se pueden almacenar. La oferta de productos turísticos suele ser rígida y será incapaz de almacenar los servicios y productos.

No obstante la habilidad negociadora de la empresa turística intermediaria puede muchos casos, conseguir plazas en servicios similares o convencer al cliente para desviarse hacia otros destinos o viajes donde haya plazas y pueda satisfacer sus necesidades de forma similar ofreciendo alternativas sustitutivas.

Son heterogéneos. Los elementos que componen los servicios y productos turísticos deportivos son muy variados y responden a diferentes proveedores.

Aspectos como las condiciones físicas de los destinos: altitud, insectos, temperaturas, condiciones climáticas; Costumbres o hábitos diferentes o el grado de desarrollo de un destino son difícilmente controlables por las empresas turísticas intermediarias. Estas circunstancias deben ser explicadas al viajero para que no se sorprenda negativamente.

Son subjetivos. El éxito de un viaje depende en muchas ocasiones del estado anímico del viajero, debido que un mismo viaje ha sido una experiencia maravillosa para unos viajeros y una experiencia desagradable para otros. Una información correcta constituye a crear una actitud mental positiva en el viajero ya que ha sido previamente advertido.

Existe cierta concentración espacial de la oferta. La demanda turística atiende a concentrarse en determinados destinos turísticos concretos.

Actualmente se observa un cambio de tendencia con un turismo más individualista que prefiere lugares más tranquilos, gracias a la expansión del turismo de naturaleza y el turismo deportivo que es incompatible con las grandes masas de gente.

Pueden ser estacionales. Hay varios destinos turísticos que están muy sometidos a condiciones climáticas o temporales que impiden su operación fuera de determinadas épocas. Un ejemplo son los viajes de esquí, determinados deportes en determinadas playas.

Sin embargo, ciertos productos turísticos deportivos contribuyen a romper la dependencia estacional a la que está sometida el turismo convencional.

Cabe destacar que estas peculiaridades mencionadas de los servicios y productos turísticos deportivos son aspectos a tener en cuenta al momento de establecer las actividades deportivas que conformaran los servicios a ofertar por la empresa cooperativa responsable del proyecto y los demás operadores turísticos que se vinculen al mismo, ya que los servicios turístico deportivos que se deben proponer para impulsar el desarrollo turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida, precisan adaptarse a las condiciones del geográficas, culturales y sociales del lugar, para satisfacer las necesidades, intereses y expectativas de los turistas para generar demanda del turismo deportivo y posicionamiento de la zona como destino turístico.

Servicios Turístico-Deportivos

Dentro de los servicios turístico deportivos que podrían desarrollarse en la Zona del Mocoties del Estado Mérida de acuerdo con sus potencialidades turísticas en cuanto a recursos naturales, culturales e históricos se encuentran las actividades deportivas y recreativas que se señalan a continuación.

Senderismo

De acuerdo con Delgado (citado por Gómez, 2008) “el senderismo es una actividad que consiste en caminar por la naturaleza siguiendo senderos, (de ahí su nombre) para llegar a un lugar prefijado que nos interese, tal como vista panorámica, fenómenos naturales, refugios de montaña, ...” (pág. 134). En este sentido se considera como una práctica deportiva y turística que consiste en caminar recorriendo rutas o senderos enclavados en zonas de interés paisajístico, animal o vegetal.

Si esta marcha se realiza en zonas altas y de cierta dificultad se trata de montañismo y en zonas ya muy agrestes, para las que es necesario material específico, estaríamos hablando de escalada. A camino entre deporte, paseo y viaje, el senderismo es una de las actividades de ocio que más adeptos gana en estos momentos, por combinar el contacto directo con la naturaleza y un ejercicio tan intenso como lo desea quien lo practica.

Por consiguiente las travesías de montaña son una manera excepcional de hacer ejercicio. En tal sentido debe establecerse previamente un sendero, el cual comprende un itinerario diseñado para visitar lugares de interés paisajístico, cultural, turístico, histórico y social a través de caminos o pistas.

Época: Puede practicarse en cualquier época del año (la única limitación son las condiciones atmosféricas adversas)

Recomendaciones: No exige una preparación excesiva ni un molesto o largo desplazamiento hasta el lugar en el que practicarlos.

Equipo: El elemento básico para el senderismo es el calzado.

La mochila es también importante, donde poder guardar cantimplora, navaja multiusos, brújula, linterna, mapas, bolsas.

Consejos: Calibrar las condiciones de resistencia individual y colectiva, y programar cuidadosamente las etapas.

Montañismo

Según Delgado (citado por Gómez, 2008) el montañismo “es una actividad deportiva en la que el objetivo es alcanzar la cima de una montaña haciéndolo por

rutas de diversa dificultad, pudiendo ser necesario el uso de técnicas de escalada en roca, nieve o hielo...” (pág. 137). Esta actividad puede realizarlo cualquier persona que tenga buena forma física y adquiera los conocimientos técnicos necesarios, según el grado de dificultad de la ruta o vía elegida. Puede practicarse en cualquier época del año (la única limitación son las condiciones atmosféricas adversas).

Equipo: Ropa y calzado apropiado (impermeable, guantes, bastones), mochila, cuerdas, crampones y material de escalada en caso de que la ruta o vía elegida lo requiera.

Consejos: Adquirir una formación adecuada mediante cursos impartidos por profesionales debidamente titulados o contratar guías de montaña que ayuden a realizar la actividad con las mayores garantías de seguridad y calidad.

Cicloturismo

En relación al cicloturismo Delgado (citado por Gómez, 2008) “Es una actividad que combina la actividad física y el turismo, la cual consiste en viajar en bicicleta visitando los lugares que se encuentran a su paso y disfrutar del paisaje de la zona...” (pág. 142). Esta actividad deportiva debe programarse en función de la condición física del practicante y puede tener una duración desde un día hasta semanas, meses o años, la única limitación son las condiciones atmosféricas adversas.

Equipo: Bicicleta, mochila cómoda, herramientas para reparar averías, casco, guantes, gafas, un pequeño botiquín, ropa adecuada, chubasquero, comida y agua suficiente.

Para viajes de varios días caben dos alternativas básicas: ir con vehículo de apoyo o autosuficiente. En el último caso las se dan variantes: llevar todo lo necesario para acampar como son la carpa, saco de dormir, útiles de cocina entre otros. Como también podría utilizarse el empleo de servicios de alojamiento y restaurantes.

Escalada

La escalada deportiva según Delgado (citado por Gómez, 2008) “consiste en recorrer itinerarios de paredes naturales o artificiales utilizando sólo el propio cuerpo

y la protección de una cuerda...” (pág. 163). La ascensión acostumbra a ser de entre 25-120 metros y la finalidad principal es superar las distintas dificultades, llegando así a grados de más laboriosa consecución.

Existen diferentes modalidades: Escalada tradicional: Modalidad de escalada que enfatiza en hacerse de una manera tradicional, es decir, subir una vía -entre dos personas- poniendo el primero los seguros y el segundo quitándolos, escalando sin haber estudiado la vía con anterioridad.

Escalada deportiva: Estilo que utiliza anclajes químicos para asegurar a los escaladores, lo que permite centrarse mucho más en la técnica.

Escalada artificial: Modalidad que emplea todo tipo de material como fisureros y pitones para ayudar a subir y no tan sólo como protección.

Escalada libre: Se hace uso exclusivamente de los agarres naturales para subir, usando los seguros y la cuerda tan sólo como protección.

Escalada Sólo Integral: La famosa escalada sin cuerda ni seguros ni ningún tipo de protección que pueda salvar al escalador comete un error. Bulder: Es una forma de escalada sólo integral cuya caída no pueda suponer problemas. Se sube un bloque de pocos metros con caída asegurada.

Esta actividad deportiva puede practicarla cualquier persona siempre que se encuentre en buena forma física, y tenga equilibrio, flexibilidad y resistencia.

Equipo: Elementos más importantes: arnés, casco, cintas express, mosquetón de seguridad, cuerda de escalada.

Actividades Medioambientales

Respecto a las actividades medioambientales Delgado (citado por Gómez, 2008) señala “se trata de actividades relacionadas con la conservación y buen uso de los espacios y parajes naturales...” (pág. 168). Una propuesta que ofrece la posibilidad de poder aprender, disfrutar y diversificar el tiempo de ocio. Los componentes de las empresas que ofrecen este tipo de servicio suelen ser especialistas en la naturaleza, costumbres y tradiciones populares o artesanas, y ofrecen una serie de actividades realizadas en plena naturaleza o relacionadas con ella.

Dentro de las actividades deportivas y turísticas a conformar este tipo de servicio descrito anteriormente se destacan las que se mencionan a continuación:

-Rutas naturales: Cicloturismo, senderismo, escalada deportiva, montañismo, entre otras.

-Educación medioambiental, en plena naturaleza o en talleres específicos.

-Fotografía de naturaleza- Agroturismo o actividades rurales como vendimia, pastoreo, recogida de frutos, cultivo de huertos, trabajo con animales.

-Talleres y campamentos de artesanía, trabajos en el campo, educación ambiental y una amplia variedad de temas relacionados con la naturaleza y su conservación.

Recomendaciones: Existe la posibilidad de elaborar las actividades de acuerdo a los gustos y preferencias de los usuarios, por lo que pueden ser realizadas por cualquier persona.

Equipo: Lo único que se deben poseer los participantes es ropa y calzado cómodo y adecuado para la época del año por si las actividades se realizan al aire libre.

Consejos: Lo mejor es concertar previamente las actividades cuando se realiza la reserva, así los organizadores sabrán exactamente el número de personas y el material y medios que necesitarán.

Potencialidades Turísticas y Deportivas de la Zona del Mocoties del Estado Mérida

Dentro de las potencialidades turísticas y deportivas se consideran todos los atractivos turísticos que según el artículo 2 del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de la Ley Orgánica de Turismo se definen como “Elementos físicos naturales o artificiales y socio culturales, propios de un lugar, los cuales son determinantes para motivar, por si solos o en combinación con otros, la elección del destino por parte del turista y visitante, con fines de esparcimiento, recreación, diversión y otros”. En este sentido cabe destacar los espacios turísticos y deportivos que posee la Zona del Mocoties del Estado Mérida, donde se pretenden desarrollar las actividades deportivas y turísticas mencionadas anteriormente, dependerán de los gustos y

preferencias de los turistas, por lo cual se han de realizar de acuerdo a la elección establecida en el itinerario de actividades y los atractivos a visitar por el grupo de turistas que adquiera los productos turístico deportivos, a partir de la oferta de servicios que se realice.

Así mismo, cabe señalar las rutas turísticas que se mencionan a continuación contienen los atractivos turísticos que poseen los espacios físicos naturales y artificiales donde se podrían desarrollar las actividades deportivas o recreativas, ya que cuentan con las características y requerimientos físicos y naturales necesarios.

Ruta del Café en el Municipio Antonio Pinto Salinas

Atractivos Turísticos

- Hacienda “La Victoria”, albergue del Museo del Café y El Inmigrante.
- Ruta del Café Parroquia Mesa de las Palmas, la cual puede recorrerse en una ruta de cicloturismo, combinando actividades medioambientales.
- Cascada del Guayabal, donde puede desarrollarse la escalada en roca y descenso de cascadas.
- Balneario “Las Vegas”, el cual es un espacio natural ideal para la recreación y esparcimiento turístico.
- Estadio Polideportivo de Santa Cruz de Mora
- Iglesia de Santa Cruz de Mora, construida en honor a la Virgen del Carmen, con detalles arquitectónicos coloniales, por lo cual representa un monumento histórico y cultural de interés turístico.

Ruta Valle del Mocoties en el Municipio Tovar

Atractivos Turísticos

- Monumento Natural la Galera, ideal para desarrollar un senderismo y ciclismo de montaña, para recorrerlo y visitar parejes con vista panorámica de la ciudad de Tovar que lo rodean.
- Mirador Turístico Colorama, de donde puede apreciarse gran parte del Valle del Mocoties y degustar de la comida criolla.

-Balneario Cucuchica, el cual es un espacio natural ideal para la recreación, esparcimiento, desarrollando rutas de senderismo y ciclismo de montaña para acceder al mismo y recorrer los campos y paisajes que lo rodean.

-Ruta del Arte, cuya oficina es la casa D' Caro en donde se hayan la mayor colección de imágenes de Simón Bolívar tallada por artistas populares de los Andes Venezolanos.

-Coliseo de Tovar, el cual es escenario de corridas de toros, como eventos culturales y deportivos, ya que en una de sus torres se encuentra el Museo de Arte del Municipio Tovar y a sus costados el Estadio Ramón Chiarelli y la piscina Teresita Isaguirre.

-Iglesia de Tovar que lleva por nombre Nuestra Señora de Regla, la cual es monumento histórico nacional.

Ruta Bailadores en el Municipio Rivas Dávila

Atractivos Turísticos

-Cascada India Carú, la cual posee las condiciones ideales para realizar escalada en roca y descenso de cascadas.

-El Valle de la Tapias, que cuenta con una variedad de rutas ideales para el ciclismo de montaña y senderismo.

-El Molino de Trigo que se encuentra en el Valle de las Tapias y data de 1.628 y representa unos de los sitios de interés turístico en este municipio.

-Laguna de los Lirios, Las Palmas y la Negra, las cuales se encuentran el Paramo de Mariño, las cuales poseen una ruta de acceso de ideal para el ciclismo de montaña y senderismo, así como espacios y senderos ideales para desarrollar actividades medioambientales.

-Aguas Termales de la Virgen del Duri, que representan un espacio ideal para el esparcimiento y recreación, disfrutando de los paisajes y contacto directo con la naturaleza.

-La Casa del Libertador, ubicada en el colorido pueblo de Bailadores forma parte de los parajes de la ruta del Libertador Simón Bolívar durante la época colonial, en la cual se conserva la arquitectura y objetos coloniales que identifican esta época.

-El Museo Dr. Humberto Barrillas, ubicado en una de las calles principales del pueblo de Bailadores es uno de los sitios de interés turístico de la zona.

-Iglesia Nuestra Señora de la Candelaria, es un monumento arquitectónico ubicado en la zona central del pueblo de Bailadores que adorna y realza su aspecto colonial y pintoresco que lo identifica.

-Los Cultivos de Fresa, Mora y Hortalizas los cuales se ubican en las zonas aledañas del Pueblo de Bailadores representan rutas ideales para el desarrollo de actividades medioambientales.

Ruta Pueblos del Sur del Municipio Guaraque

Atractivos Turísticos

-Senderos campestres con parajes de vistas panorámicas de la ciudad de Tovar.

-Paramo con variados senderos de abundante y variada vegetación.

-Rio las Lajas, a través del cual se pueden desarrollar rutas que permitan explorar y contemplar la flora y fauna del lugar.

-Rutas Ecoturísticas donde se pueden contemplar los cultivos de café y hortalizas.

-Iglesia de Guaraque, sitio de interés turístico por su arquitectura de aspecto colonial y significativo valor cultural y religioso.

BASES LEGALES

Dentro del marco legal vigente cabe señalar que el Estado promueve la producción de este tipo de servicios turísticos deportivos bajo las premisas de garantizar el derecho al deporte y la recreación de los ciudadanos, así como la promoción de la participación ciudadana en el desarrollo social y económico del país, por lo cual impulsa a las pequeñas y medianas empresas que se orienten a este fin, a través de créditos oportunos por medio de los entes encargados de promocionar este tipo de actividad, para que este tipo de servicios llegue al menor costo posible hacia

la población que los demanda. Lo cual se sustenta en las bases legales que se mencionan a continuación.

**Constitución (1999). República Bolivariana de Venezuela, Gaceta Oficial
(Extraordinaria) N. 5.453. Marzo 23, 2000**

Capítulo VI

De los Derechos Culturales y Educativos

Artículo 111. Todas las personas tienen derecho al deporte y a la recreación como actividades que benefician la calidad de vida individual y colectiva. El Estado asumirá el deporte y la recreación como política de educación y salud pública y garantizará los recursos para su promoción. La educación física y el deporte cumplen un papel fundamental en la formación integral de la niñez y adolescencia. Su enseñanza es obligatoria en todos los niveles de la educación pública y privada hasta el ciclo diversificado, con las excepciones que establezca la ley. El Estado garantizará la atención integral de los y las deportistas sin discriminación alguna, así como el apoyo al deporte de alta competencia y la evaluación y regulación de las entidades deportivas del sector público y del privado, de conformidad con la ley.

La ley establecerá incentivos y estímulos a las personas, instituciones y comunidades que promuevan a los y las atletas y desarrollen o financien planes, programas y actividades deportivas en el país.

Tomando en cuenta lo establecido en el artículo citado anteriormente se considera pertinente con el tema, ya que señala el derecho al deporte y recreación como política y actividad para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos(as), lo cual forma parte de los propósitos del presente trabajo en el cual se pretende generar estrategias para la promoción de actividades deportivas y recreativas fusionadas con el turismo, en función de contribuir con el bienestar social y desarrollar planes o programas deportivos orientados a la atención integral de los diferentes grupos etarios, sin ningún tipo de distinciones.

Capítulo IV

Del Poder Público Municipal

Artículo 184. La ley creará mecanismos abiertos y flexibles para que los Estados y los Municipios descentralicen y transfieran a las comunidades y grupos vecinales organizados los servicios que éstos gestionen previa demostración de su capacidad para prestarlos, promoviendo:

1. La transferencia de servicios en materia de salud, educación, vivienda, deporte, cultura, programas sociales, ambiente, mantenimiento de áreas industriales, mantenimiento y conservación de áreas urbanas, prevención y protección vecinal, construcción de obras y prestación de servicios públicos. A tal efecto, podrán establecer convenios cuyos contenidos estarán orientados por los principios de interdependencia, coordinación, cooperación y corresponsabilidad.

2. La participación de las comunidades y de ciudadanos o ciudadanas, a través de las asociaciones vecinales y organizaciones no gubernamentales, en la formulación de propuestas de inversión ante las autoridades estatales y municipales encargadas de la elaboración de los respectivos planes de inversión, así como en la ejecución, evaluación y control de obras, programas sociales y servicios públicos en su jurisdicción.

3. La participación en los procesos económicos estimulando las expresiones de la economía social, tales como cooperativas, cajas de ahorro, mutuales y otras formas asociativas.

4. La participación de los trabajadores o trabajadoras y comunidades en la gestión de las empresas públicas mediante mecanismos autogestionarios y cogestionarios.

5. La creación de organizaciones, cooperativas y empresas comunales de servicios, como fuentes generadoras de empleo y de bienestar social, propendiendo a su permanencia mediante el diseño de políticas en las cuales aquellas tengan participación.

6. La creación de nuevos sujetos de descentralización a nivel de las parroquias, las comunidades, los barrios y las vecindades a los fines de garantizar el principio de la

corresponsabilidad en la gestión pública de los gobiernos locales y estatales y desarrollar procesos autogestionarios y cogestionarios en la administración y control de los servicios públicos estatales y municipales.

7. La participación de las comunidades en actividades de acercamiento a los establecimientos penales y de vinculación de éstos con la población.

En atención a lo que señala el artículo mencionado, se considera posee estrecha relación con tema en desarrollo, ya que dentro de los principios a promover en la propuesta a generar, se encuentra la descentralización y transferencia de los servicios turísticos deportivos, hacia el ámbito comunitario, en donde se pretenden impulsar a través de una organización, que surja como una instancia de participación ciudadana y espacio de acción vinculado con la población para generar empleo y servicios que beneficien la calidad de vida de los involucrados de manera directa e indirecta, así mismo se tiene previsto que la propuesta a generar forme parte de las alternativas de inversión por parte de entes del estado, a través de los cuales se pueden gestionar los recursos para la puesta en marcha de las actividades o programas que se consideren pertinentes para desarrollarse en articulación con la comunidad, organizaciones y entes del sector turístico y deportivo.

Título VI

Del Sistema Socioeconómico

Capítulo I

Del Régimen Socioeconómico y de la Función del Estado en la Economía

Artículo 308. El Estado protegerá y promoverá la pequeña y mediana industria, las cooperativas, las cajas de ahorro, así como también la empresa familiar, la microempresa y cualquier otra forma de asociación comunitaria para el trabajo, el ahorro y el consumo, bajo régimen de propiedad colectiva, con el fin de fortalecer el desarrollo económico del país, sustentándolo en la iniciativa popular. Se asegurará la capacitación, la asistencia técnica y el financiamiento oportuno.

En relación a lo señalado anteriormente, cabe destacar que la propuesta que se pretende generar será estructurada para ejecutarse, a través de una organización que surja desde ámbito comunitario entre las organizaciones que representan los prestadores de servicios turísticos de la Zona del Mocoties del Estado Mérida y otros entes del estado, que de acuerdo a lo establecido en este artículo deben promover y apoyar con la asistencia técnica y financiamiento este tipo emprendimiento organizacional de manera oportuna.

Artículo 310. El turismo es una actividad económica de interés nacional, prioritaria para el país en su estrategia de diversificación y desarrollo sustentable. Dentro de las fundamentaciones del régimen socioeconómico previsto en esta Constitución, el Estado dictará las medidas que garanticen su desarrollo. El Estado velará por la creación y fortalecimiento del sector turístico nacional.

En tal sentido, cabe destacar que el turismo deportivo de igual manera forma parte de las actividades que se pueden impulsar de manera sustentable, a través de la creación de organizaciones como la que se pretende activar mediante la propuesta a generar para el fortalecimiento del sector turístico, por medio de la promoción y desarrollo de los servicios turístico deportivos que se han de impulsar con apoyo del estado.

**Ley Orgánica de Deporte, Actividad Física y Educación Física, Gaceta Oficial
N° 39.741 del 23 de agosto de 2011**

Principios rectores

Artículo 2. La promoción, organización, fomento y administración del deporte, la actividad física y la educación física y su gestión como actividad económica con fines sociales prestada en los términos de esta Ley, se rige por los principios de soberanía, identidad nacional, democracia participativa y protagónica, justicia, honestidad, libertad, respeto a los derechos humanos, igualdad, lealtad a la patria y sus símbolos, equidad de género, cooperación, autogestión, corresponsabilidad, solidaridad, control

social de las políticas y los recursos, protección del ambiente, productividad, celeridad, eficacia, eficiencia, transparencia, ética, rendición de cuentas y responsabilidad en el ejercicio de la función pública y social, con sometimiento pleno a la ley.

Capítulo II

De las organizaciones sociales de promoción y desarrollo del deporte y la actividad física

Promoción y protección estatal

Artículo 33. El Estado venezolano promueve, protege y apoya las organizaciones sociales creadas por el pueblo para la difusión del deporte y la actividad física, con el interés de exaltar su práctica como expresiones culturales que por su carácter transformador de la sociedad enaltecen y enriquecen la vida del pueblo, exaltan el patriotismo, el gentilicio y la honra nacional, difunden valores humanistas de progreso social y el buen vivir. Estas organizaciones son corresponsables de la política de promoción y desarrollo del deporte, la actividad física y la educación física que impulsa el Estado. Su actividad, organización y funcionamiento se rige por los principios contenidos en el artículo 2 de la presente Ley.

Clasificación

Artículo 34. Las organizaciones sociales promotoras del deporte se clasifican de acuerdo a su finalidad en: Asociativas y del Poder Popular.

1. Asociativas: aquellas que se constituyen para la promoción de una o varias disciplinas deportivas en el ámbito de las comunidades, los estados y a nivel nacional. Corresponden a esta clasificación: los clubes federados o no, las ligas federadas o no, las asociaciones deportivas estatales delegadas, federadas o no, las federaciones deportivas nacionales delegadas, los comités olímpico y paralímpico de Venezuela, las comisiones nacionales del movimiento deportivo asociativo y la Comisión de Justicia Deportiva.

2. Del Poder Popular: Son las instancias organizativas de cada comunidad y de las comunas encargadas de orientar, organizar y promover entre sus habitantes la práctica de la actividad física y el deporte. Mediante éstas, el Sistema Nacional del Deporte, la Actividad Física y la Educación Física, atiende las necesidades deportivas de cada comunidad. Corresponden a ésta clasificación: los comités de recreación y deportes de los consejos comunales, los consejos de actividad física y deporte de las comunas, así como otras organizaciones similares promotoras de la actividad física y el deporte.

TÍTULO IV
DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA
ASOCIADA AL DEPORTE

Capítulo I

De la gestión económica

De la gestión económica del deporte

Artículo 61. La gestión económica del deporte podrá ser realizada por personas naturales o jurídicas que se dediquen, con fines de lucro, a las siguientes actividades:

1. La prestación del servicio público de promoción, desarrollo, formación, entrenamiento y administración del deporte, la actividad física y la educación física.
2. La organización de la práctica del deporte profesional comprende a los clubes y ligas profesionales.
3. La producción y comercialización de bienes y servicios asociados al deporte, la actividad física y la educación física.
4. La intermediación de contratos profesionales, de auspicio, patrocinio o representación de deportistas, profesionales o no, y atletas. Las entidades del deporte profesional, podrán organizarse como sociedades anónimas o cualquier otra figura del derecho privado.

Licencia y supervisión sobre actividades de gestión económica del deporte

Artículo 62. Todas las personas naturales o jurídicas indicadas en los numerales 1 y 4 el artículo 61, a los fines de garantizar el efectivo ejercicio del derecho al deporte, la actividad física y la educación física, en condiciones de calidad, especialidad y salubridad, así como de velar por la protección de los derechos de los deportistas, profesionales o no, deben cumplir con los requisitos que indique el Reglamento de esta Ley, a objeto de contar con la autorización del Instituto Nacional de Deportes a fin de llevar a cabo sus actividades económicas, en los términos de la presente Ley, su reglamento y demás actos normativos que se dicten al efecto.

El Estado, por órgano del Instituto Nacional de Deportes, supervisará las condiciones de prestación del servicio público y el ejercicio de la actividad económica de gimnasios, academias, escuelas y similares, clubes, ligas profesionales y de las personas que realicen las actividades indicadas en el artículo 61 de esta Ley, las cuales deben inscribirse y mantener actualizados sus datos en el Registro Nacional de Deporte, la Actividad Física y la Educación Física.

Registro de las entidades productoras y comercializadoras de bienes y servicios

Artículo 63. Las empresas productoras de bienes y servicios asociados a la actividad física y el deporte, deberán inscribirse y mantener actualizados sus datos en el Registro Nacional del Deporte, la Actividad Física y la Educación Física, y tienen el deber de suministrar la información que les sea requerida por el Instituto Nacional de Deportes.

Las demás obligaciones a cargo de los sujetos cuyas actividades se refieran a lo preceptuado en el numeral 3 del artículo 61 de la presente Ley, serán determinadas en el Reglamento de la misma.

El Estado fijará políticas para la promoción y desarrollo de la actividad de producción de bienes y servicios asociados a la actividad física y el deporte.

Patrocinio

Artículo 64. Las entidades públicas y privadas, podrán brindar patrocinio comercial a las organizaciones sociales promotoras del deporte domiciliadas en el territorio nacional y que se encuentren debidamente inscritas en el Registro Nacional del Deporte, la Actividad Física y la Educación Física, debiendo informar sus convenios al Instituto Nacional de Deportes, en un plazo que no excederá de quince días hábiles posteriores a la celebración de los contratos respectivos.

El patrocinio comercial que tenga como destinatario algún atleta, se registrará por lo previsto en el Reglamento de la presente Ley.

Las actividades económicas previstas en el numeral 4 del artículo 61 de esta Ley, relativas al deporte profesional, se registrarán por lo que disponga la legislación sobre deporte profesional.

Promoción de organizaciones productoras de bienes y servicios

Artículo 67. El Estado, como parte de su política de masificación del deporte, la actividad física y la educación física, promoverá la creación de empresas públicas de producción de bienes y servicios deportivos; así como la creación de organizaciones socioproductivas, atendiendo a los potenciales productivos de cada región o comunidad. Para ello, dispondrá lo conducente para la capacitación técnica y administrativa de las comunidades vinculadas con cada proyecto productivo en el área.

Considerando lo establecido en los artículos mencionados de esta ley, cabe destacar que los principios establecidos en el artículo 2 de la misma, son fundamentales y guía para la operatividad como orientación de la organización que se pretende generar, a través de la cual se pretende ejecutar la propuesta diseñada, ya que la misma debe ajustarse tanto a los principios como normas jurídicas establecidas en la presente ley, para promover y desarrollar las actividades deportivas, recreativas entre otras, que considere pertinentes, dentro del marco legal, para contribuir de manera eficiente y eficaz en la promoción y desarrollo del deporte bajo valores y principios humanista en función del bien común, orientándose al aprovechamiento de

las potencialidades que poseen la comunidad, zona geográfica y población a involucrar de manera directa e indirecta.

De igual manera, se considera pertinente lo que se establece en cuanto al apoyo del estado a las organizaciones sociales o formas de organización similares como instancia de participación ciudadana, para impulsar propuestas que se orienten a la satisfacción de necesidades comunitarias, a través de la generación de una actividad económica y gestión de recursos como patrocinio ante organizaciones públicas o privadas, que de cumplirse con los requisitos y respectivo registro nacional del deporte, pueden apoyar el desarrollo de servicios públicos que impulsen la práctica del deporte, actividad física y recreación.

www.bdigital.ula.ve

Sistema de Variables

Cuadro 1

Definición Conceptual

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL
-Diagnosticar la situación actual del turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.	Plan Estratégico	Es el producto tangible de la aplicación del proceso de planificación estratégica, el cual comprende un diseño o esquema detallado de los objetivos, estrategias, políticas, programas y presupuesto a utilizar en el futuro por una organización para lograr su visión y misión establecida.
-Determinar los servicios turístico-deportivos que podrían ofertarse en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.	VARIABLE DEPENDIENTE	Son todos los bienes y servicios ofertados por las empresas del mercado turístico, con el propósito de satisfacer los deseos o expectativas del turista deportivo.
-Diseñar un plan estratégico para el desarrollo del turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.	Servicios turístico-deportivos	

Fuente: Guillén (2016).

Cuadro 2

Objetivo General: Proponer un Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Operacionalización de Variables

OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM P. S. T	ITEM D.A.T y D
-Diagnosticar la situación actual del turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida. -Determinar los productos turístico-deportivos que podrían ofertarse en la Zona del Mocoties del Estado Mérida. -Diseñar un plan estratégico para el desarrollo del turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.	Plan Estratégico	Estrategias	-Diagnostico - Objetivos -Estrategias -Oferta de Actividades Recreativas y Deportivas -Marketing -Políticas Organizacionales -Valores Compartidos de una Organización -Proyectos y Programas - Capacitación -Plan Operativo Anual -Evaluación y Seguimiento	1,2 3 4 5 6,7 8,9 10 11,12 13 14,15 16	1,2 3 4 5 6,7 8 9 10,11,12 13 14,15 16

	VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM P. S. T	ITEM D.A.T y D
	Servicios turístico-deportivos	Desarrollo del Turismo	- Servicios Turísticos.	17	17
		Deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida	-Servicio Turístico Deportivo	18,19	18
			-Prestadores de Servicios Turísticos	20	19
			-Potencialidades Turísticas y Deportivas de la Zona del Mocoties del Estado Mérida.	21	20,21
			-Legislación Turística y Deportiva Nacional y Municipal.	22	22

Fuente: Guillén (2016).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Tipo de Investigación

El presente trabajo tomando en cuenta la definición de proyecto factible que señala UPEL (Citado por Cabrera, P, 2009), como un estudio “que consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales”. (pág.7) se considera corresponde a esta modalidad debido a que se parte del diagnóstico inicial de una situación problemática a través de métodos científicos con técnicas como el análisis documental y de contenido para el sustento de la propuesta de un plan estratégico para el desarrollo del turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida que con su posible ejecución contribuya a la solución de tal situación.

Cabe señalar que de acuerdo al nivel de investigación que Arias, F. (2006), describe como el “grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio”, este corresponde al nivel Descriptivo, ya que se analiza el comportamiento de los servicios de turismo deportivo y sus usuarios desde un ámbito global para caracterizar los potenciales de acuerdo a las condiciones identificadas en la Zona del Mocoties del Estado Mérida. Respecto al nivel descriptivo, Sierra (2006), afirma “consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (pág. 36).

De igual manera considerando los métodos científicos empleados que como ha sido mencionado son el análisis documental y de contenido en los cuales se manejan datos secundarios, así como la recolección de datos de la realidad, para sustentar la propuesta de este proyecto factible, justifican el diseño de la investigación que de

acuerdo con Arias F. (2006) “es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado.” De modo que la investigación corresponde al diseño documental y de campo.

En lo que respecta a la investigación documental o bibliográfica, según Hernández Sampieri y otros establecen que:

Cuando recurrimos a la utilización de datos secundarios, es decir, aquellos que han sido obtenidos por otros y nos llegan elaborados y procesados de acuerdo con los fines de quienes inicialmente los elaboran y manejan por lo cual decimos que es un diseño bibliográfico. (p. 114).

En este sentido cabe destacar que en el presente trabajo se realiza el análisis e interpretación de datos obtenidos de fuentes secundarias, los cuales se consideran pertinentes y que contribuyen al diseño y sustento de la propuesta.

En relación a la investigación de campo Sabino (2002) establece; que esta es una acción del trabajo investigativo, en la cual “los datos de interés se recogen en forma directa de la realidad, mediante el trabajo concreto del investigador y su equipo”. Se hace referencia a este tipo de investigación debido a las entrevistas realizadas a la muestra escogida al azar de los individuos vinculados a la actividad turística como prestadores de servicios, administradores y directivos de atractivos naturales y de infraestructura turísticos y deportivos en los municipios Antonio Pinto Salinas, Tovar, Rivas Davila, Zea y Guaraque, de la Zona del Mocoties, de los cuales se requirió información directa, clara y precisa.

Población y Muestra

Población

Según Arias F. (2006) “... es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación”. (p. 81). Para la presente investigación la población está conformada por los prestadores de servicios turísticos de la Zona del Mocoties del Estado Mérida los cuales se encuentran registrados por la Corporación Merideña de Turismo de la siguiente manera: 44 Prestadores de Servicios de Hospedaje, 81 Prestadores de

Servicios de Restaurante y 1 Guía Turístico para un total de 126 prestadores de servicios turísticos. Así mismo, se consideran otro elemento de la población: 4 Directores de Institutos Municipales de Turismo y 3 Directores de Institutos Municipales de Deporte, de igual manera 3 Administradores de atractivos turísticos y deportivos naturales y de infraestructura. Los cuales conforman un total de 136 sujetos, distribuidos en los municipios que comprende la Zona del Mocoties del Estado Mérida, como se indica en el cuadro 3.

Cuadro 3

Distribución de la Población

Municipio	Prestadores de Servicios Turísticos	Directores de Turismo y Deporte	Administradores de Atractivos Turísticos y Deportivos
Antonio Pinto Salinas	27	2	2
Tovar	59	2	0
Rivas Dávila	37	1	1
Zea	3	2	0
Total	126	7	3

Fuente: Corporación Merideña de Turismo (CORMETUR) y Guillén (2016).

De acuerdo al cuadro anterior, los prestadores de servicios incluyen una población de estudio sumamente importante para el propósito de esta investigación, por lo tanto la población antes referida se estará dividiendo para esta investigación de acuerdo a la técnica y el instrumento a seguir.

Muestra

Para esta investigación es interesante definir la muestra de la población por cuanto la misma es muy alta en su totalidad.

Es definida por Arias F. (2006) como "... un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible." (p. 83). Esta muestra en referencia de la

población antes señalada, está representada por 26 hoteleros, 18 posaderos, 81 restaurantes, 1 guía turístico para un total de 126 prestadores de servicios turísticos, que para los efectos de la muestra de estudio se tomara en cuenta un 20 %, que es igual a 25 prestadores de servicios turísticos.

Mientras tanto la otra parte de la población que está integrada por 4 Directores de Institutos Municipales de Turismo y 3 Directores de Institutos Municipales de Deporte, así como 3 Administradores de atractivos turísticos y deportivos naturales y de infraestructura, los cuales por ser una población significativa estadísticamente hablando, no sufrirá ningún muestreo y se tomara en cuenta tal como es. Por lo tanto, la muestra estuvo conformada por un total de 35 sujetos, distribuidos en los municipios que comprende la Zona del Mocoties del Estado Mérida, como se indica en el cuadro 4.

Cuadro 4

Distribución de la Muestra

Municipio	Prestadores de Servicios Turísticos	Directores Municipales de Turismo y Deporte	Administradores de Atractivos Turísticos y Deportivos
Antonio Pinto Salinas	7	2	2
Tovar	7	2	0
Rivas Dávila	7	1	1
Zea	4	2	0
Total	25	7	3

Fuente: Guillén (2016).

En este contexto para la selección de los individuos a encuestar se realizara de una forma aleatoria simple donde se escogerán al azar los individuos respectivos.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

En cuanto a las técnicas que Arias F. (2006) define como "... el procedimiento o forma particular de obtener datos o información". (p.67). Cabe señalar que en el presente trabajo se emplea para realizar el diagnóstico y sustentar la propuesta, el análisis documental y de contenido, en función de caracterizar los aspectos teóricos y sociales del turismo deportivo en la entorno internacional, nacional, regional y local de la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Así mismo, se emplea la encuesta que de acuerdo con Arias F. (2006) es "... una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular." (p.72). En tal sentido, se aplica la encuesta en función de obtener información acerca de los servicios turísticos ofertados en la Zona del Mocoties del Estado Mérida por los prestadores de servicios turísticos y los administradores de atractivos turísticos y deportivos.

En este sentido se utilizaron dos cuestionarios dirigidos a la muestra de la población antes referida con la finalidad de obtener información acorde con la investigación.

Con respecto a los instrumentos Arias F. (2006): señala "... es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información". Dentro de los instrumentos utilizados para la recolección de información acerca de los servicios turísticos y turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida se destaca el cuestionario antes mencionado.

Cabe señalar que en cuanto al cuestionario Hernández, Fernández y Baptista (2006), mencionan: "consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir." (pág. 276). En este sentido se formularon preguntas atendiendo los objetivos de la investigación y la operacionalización de las variables e indicadores definidos. Para tal efecto se utilizó para el formato del cuestionario y la obtención de respuestas de fácil diagnóstico con el sistema de likert.

En lo que respecta a la escala de likert, cabe señalar que es un tipo de instrumento de medición o de recolección de datos que se dispone en la investigación social para medir actitudes. Consiste en un conjunto de ítems bajo la forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se solicita la reacción (favorable o desfavorable, positiva o negativa) de los individuos.

La escala de likert utiliza la siguiente forma para que el encuestado de respuesta:

A veces (A.V); Siempre (S); Casi Siempre; Nunca (N); Casi Nunca

Validez y Confiabilidad del Instrumento

Validez de Expertos

La validez es una herramienta básica que debe hacerse a los instrumentos de medición. Bizquera (2006), señala que: “la validez de un instrumento es el grado con que el mismo sirve a la finalidad para la cual ha sido destinado” (pág. 35).

Para la presente investigación el instrumento a aplicar sufrió un análisis por parte de un grupo de expertos en el área para determinar su adecuación a los planteamientos del problema y los objetivos de estudio (véase anexos).

Confiabilidad

Una de las características técnicas que determinan la utilidad de los resultados de un instrumento de medición es su grado de confiabilidad. Esta puede ser enfocada como el grado de homogeneidad de los ítems del instrumento en relación con la característica que pretende medir. Al respecto, Ruiz (2005), plantea que la confiabilidad está referida al hecho de que "los resultados obtenidos con el instrumento en una determinada ocasión, bajo ciertas condiciones, deberían ser los mismos si volviéramos a medir el mismo rasgo en condiciones idénticas" (p.44). Es decir que es confiable tantas veces se repita.

En cuanto al procedimiento de la aplicación del instrumento, previamente se aplicó una prueba piloto a cuatro (04) “prestadores de servicios turísticos” y que no pertenecen a la muestra seleccionada para medir la confiabilidad del mismo.

En concordancia con lo antes expuesto, luego de aplicada la prueba piloto, se procesaron los datos que se obtuvieron en forma computarizada usando como estimador el coeficiente Alpha de Cronbach que proporciona una medida de consistencia interna del cuestionario. Este procedimiento permite calcular un valor numérico entre 0 y 1, en el que el cero, significa nula confiabilidad y uno el máximo. Según Hernández (2006), Como criterios de confiabilidad se estiman los siguientes:

De 0.0 a 0.28 Rehacer el instrumento.

De 0.29 a 0.49 Revisión de reactivos.

De 0.50 a 0.74 Instrumento confiable.

De 0.75 a 1.001 Instrumento de alta confiabilidad.

La fórmula para determinar según el coeficiente del Alfa de Cronbach la

confiabilidad fue la siguiente: $\text{Alfa} = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right]$

Dónde:

K = Número de ítems del Instrumento.

$\sum S_i^2$ = Sumatoria de la Varianza de cada ítem.

S_t^2 = Varianza total de los ítems.

Este coeficiente es recomendado cuando el instrumento ha sido construido sobre la base de una escala de múltiples respuestas, es decir, cuando los ítems del instrumento presentan una escala de varias opciones. Bravo (2005) destaca que el coeficiente de confiabilidad es un coeficiente de correlación, teóricamente significa la correlación del test consigo mismo. Sus valores oscilan entre 0 y 1. (p.243) según el cual de acuerdo a esta escala, mientras más se acerca a 1 el valor del índice de confiabilidad, más alto es el grado de confiabilidad, dando como resultado para la presente investigación el Alfa de Cronbach dio 0,81 en el instrumento lo que se interpreta como alto es decir aceptable.

Técnica de Análisis de Datos

Los datos recopilados en la aplicación del instrumento arrojaron una serie de informaciones los cuales se llevaron a un cuadro de frecuencias y porcentajes que estadísticamente señalaron la expectativa de los individuos consultados.

Además estos datos obtenidos en el cuadro de frecuencia para tener una mayor representatividad visual, se graficaron a través de un diagrama de barras.

Diseño de la Investigación

Por otra parte cabe señalar en relación a las fases cumplidas para el desarrollo del presente proyecto factible, que las mismas fueron como primera fase el diagnóstico estratégico, en segundo lugar el diseño de la propuesta y en tercer lugar el estudio de factibilidad o viabilidad.

En lo que respecta a la primera fase de diagnóstico estratégico, se emplea como metodología la aplicación de técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos e información, a través de los cuales se consultan y realiza un análisis de las referencias bibliográficas, sitios web y datos obtenidos de la investigación de campo, que se consideraron pertinentes para el diagnóstico de la situación actual del turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida, lo cual permitió recopilar y analizar la información referente a los servicios turísticos deportivos en el Estado Mérida, las características de la demanda potencial de este tipo de servicios, los aspectos legales relacionados, entre otros, en función de identificar los elementos necesarios para establecer en la fase posterior de diseño de la propuesta.

En cuanto a la segunda fase de diseño de la propuesta, se parte teniendo como base el diagnóstico estratégico realizado, al igual que las bases teóricas pertinentes para la formulación de un plan estratégico que comprende una serie de elementos como son los objetivos, estrategias, proyectos, recursos y métodos de control y seguimiento que fueron desarrollados y que se ajustan al entorno de la Zona del Mocoties del Estado Mérida, en función de orientar el logro de la misión y visión establecida en el largo plazo.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el presente capítulo se analizan los datos obtenidos en la aplicabilidad del cuestionario N° 1: Prestadores de Servicios Turísticos y cuestionario N° 2: Administradores de Atractivos Turísticos y Deportivos, Directores Municipales de Turismo y Deporte es importante resaltar que el vaciado, de los cuestionarios antes mencionados se harán por separado en tablas de frecuencia con un cuadro porcentual y graficadas, a través de un diagrama de barras.

En este sentido y para una mayor comprensibilidad de los objetivos, variables, dimensiones e indicadores, se estarán agrupando de acuerdo a su dimensión e indicador.

De igual forma, hay que resaltar que las alternativas de respuesta fueron A Veces (AV), Casi siempre (CS), Siempre (S), Nunca (N) y Casi Nunca (CN), donde la primera (AV) fue considerada como indecisa, las dos siguientes (CS y S), como respuestas favorables y las dos últimas (N y CN), como negativas o desfavorables.

Cuestionario 1

Prestadores de Servicios Turísticos

Variable Independiente: Plan

Dimensión: Estrategias

Pregunta 1: ¿Cómo prestador de servicios turísticos en la Zona del Mocoties del Estado Mérida, diagnóstica las ventajas y desventajas del servicio que ofrece?

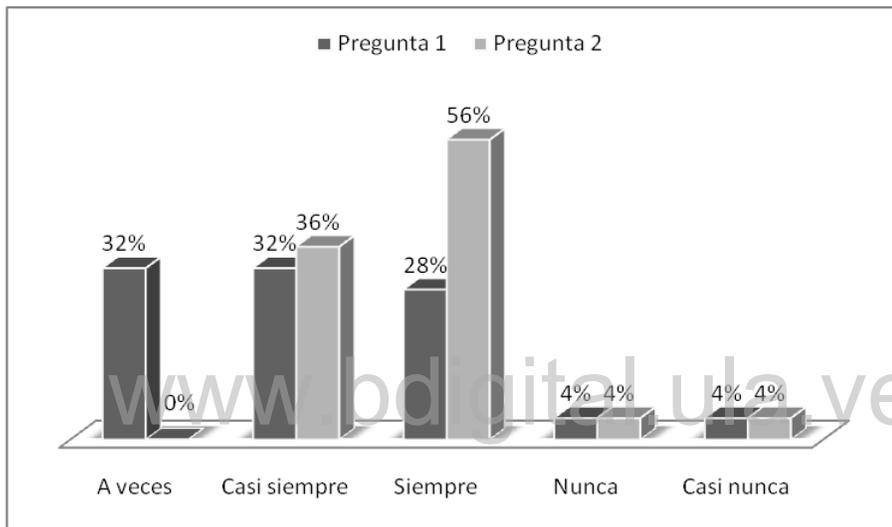
Pregunta 2: ¿Considera los cambios organizativos en el entorno interno y externo de su organización para la prestación de servicios?

Cuadro 5

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Diagnostico

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
1	8	32	8	32	7	28	1	4	1	4	25/100%
2	0	0	9	36	14	56	1	4	1	4	25/100%

Grafico 1



En la pregunta 1, los prestadores de servicios turísticos respondieron un 32% que casi siempre, 28% siempre y un 32% a veces, diagnostican las ventajas y desventajas del servicio que ofrecen. En la pregunta 2, el 56% siempre y el 36% casi siempre, consideran los cambios organizativos en el entorno interno y externo de su organización para la prestación de servicios.

Estos resultados permiten inferir que la mayoría de prestadores de servicios turísticos realizan un diagnostico y análisis del entorno interno y externo de su organización para realizar la oferta de servicios turísticos, lo cual es favorable para iniciar un proceso de planificación estratégica en el que se parte de una fase de diagnostico y análisis, para identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.

En relación a la fase diagnóstica y de análisis del entorno, París (2005) señala permite “identificar nuestros problemas, limitaciones y posibilidades y por consiguiente, comenzar a identificar medidas –objetivos, estrategias, programas –para el futuro” (pág.62). En este sentido se considera existe un diagnóstico del entorno, por lo cual es pertinente aprovechar el conocimiento que poseen los prestadores de servicios turísticos en cuanto a sus organizaciones y servicios turísticos ofertados para identificar, a través de mesas trabajo, los problemas, limitaciones y posibilidades presentes en el entorno de la Zona del Mocoties del Estado Mérida, para establecer las acciones que sean necesarias para generar una propuesta que permita mejorar y aprovechar la plataforma de servicios turísticos que posee.

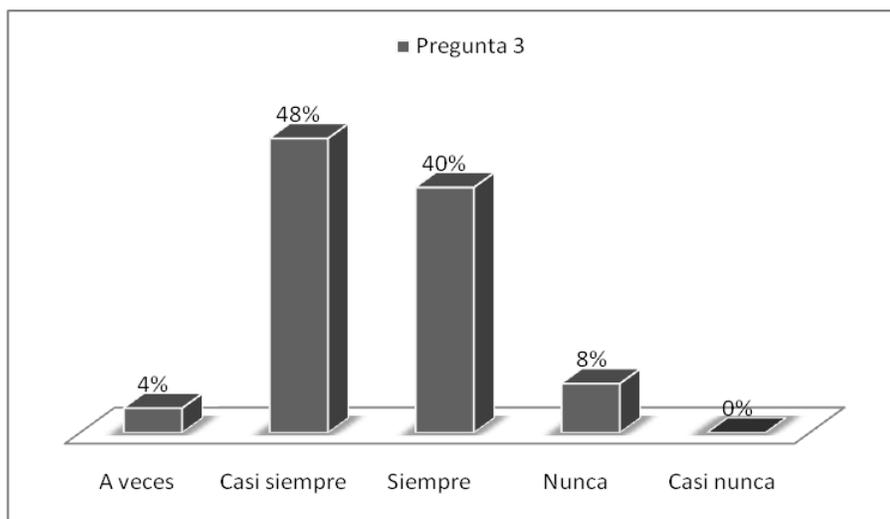
Pregunta 3: ¿De acuerdo a la visión de su organización, revisa sus objetivos establecidos para alcanzar sus metas?

Cuadro 6

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Objetivos

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
3	1	4	12	48	10	40	2	8	0	0	25/100

Grafico 2



En la pregunta 3, los prestadores de servicios turísticos respondieron el 48% casi siempre y el 40% siempre, que de acuerdo a la visión de su organización, revisan sus objetivos establecidos para alcanzar sus metas, lo que implica que la mayor parte de ellos tienen establecida una visión y objetivos. En este sentido cabe destacar que la visión de los prestadores de servicios turísticos es la satisfacción de las necesidades e intereses de los turistas, por lo cual sus objetivos se centran en lograr tal fin.

En relación a los objetivos París (2005) señala pueden definirse como “las situaciones a las que esperamos llegar, o los resultados que esperamos lograr con la implantación de determinadas acciones que son propias del proceso de gestión”. (pág. 81). En este sentido deben surgir del diagnóstico y análisis del entorno, para establecer las acciones pertinentes a ellos, en función de optimizar y aprovechar los recursos disponibles en las organizaciones.

Por ello se considera importante la revisión que realizan los prestadores de servicios de sus objetivos, ya que les permite, tener claridad de lo que quieren alcanzar y tener en cuenta que otras metas se pueden lograr con el planteamiento de nuevos objetivos que pueden ser compartidos entre ellos, para integrar esfuerzos y orientarse a la satisfacción de las necesidades e intereses de los turistas e impulsar el desarrollo del turismo deportivo en la Zona del Mocoties de Estado Mérida.

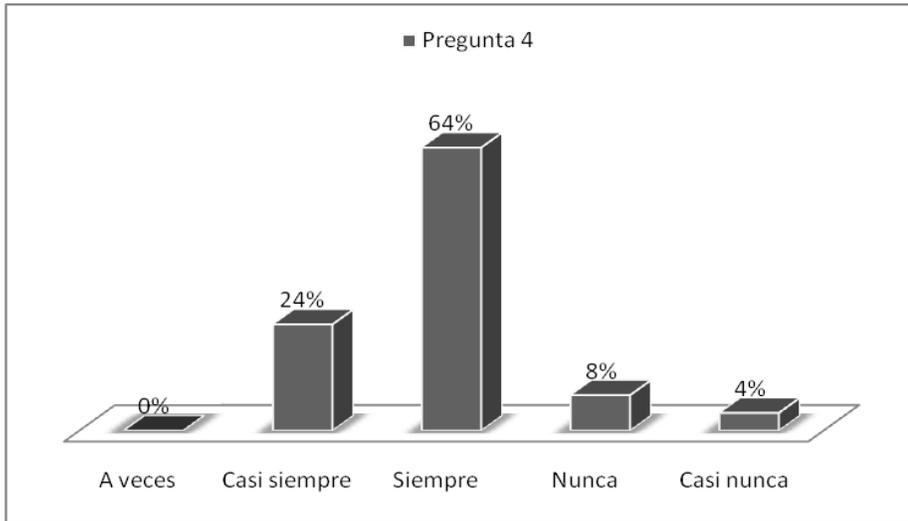
Pregunta 4: Establece estrategias para alcanzar los objetivos de su organización.

Cuadro 7

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Estrategias

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
4	0	0	6	24	16	64	2	8	1	4	25/100

Grafico 3



En la pregunta 4, los prestadores de servicios turísticos respondieron el 64% siempre y el 24% casi siempre, establecen estrategias para alcanzar los objetivos de su organización, lo cual permite inferir que la mayoría establece estrategias que pueden considerarse para identificar las diferentes alternativas posibles que pueden contribuir con el logro de los objetivos planteados por cada uno de ellos, el desarrollo del turismo deportivo.

En este sentido cabe destacar que según Koontz (citado por Ronda, 2002) “Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada”.

Por lo que se considera pertinente analizar los objetivos y estrategias que tienen planteadas los prestadores de servicios. En función de orientar el proceso de selección de estrategias a emprender, para que se empleen las estrategias que sean más pertinentes con el entorno de la Zona del Mocoties del Estado Mérida y puedan contribuir en el logro de los objetivos de los involucrados en las estrategias de manera directa e indirecta, así como en el desarrollo del turismo deportivo en esta zona.

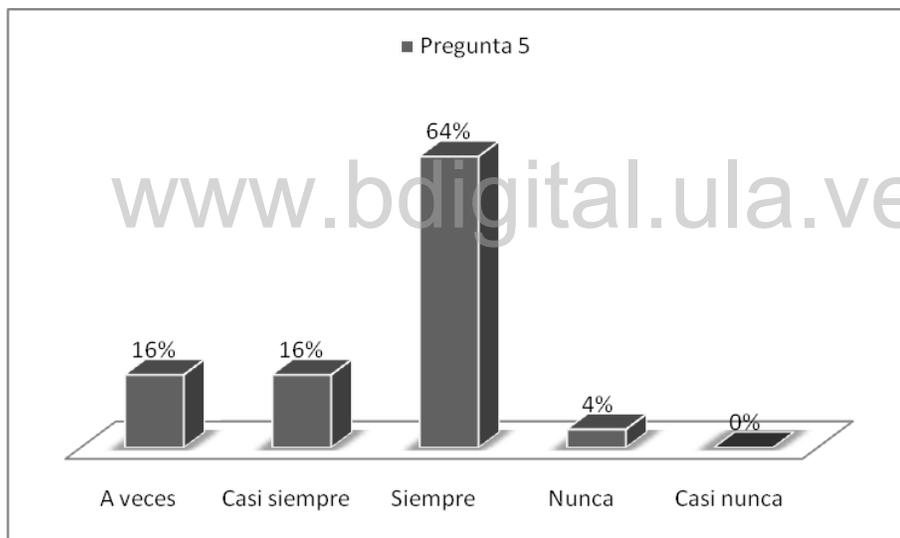
Pregunta 5: ¿Considera que la oferta de Actividades Deportivas y/o Recreativas como servicio turístico contribuye al incremento de la demanda turística en la Zona del Mocoties del Estado Mérida?

Cuadro 8

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Oferta de Actividades Recreativas y Deportivas

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
5	4	16	4	16	16	64	1	4	0	0	25/100

Grafico 4



En la pregunta 5, los prestadores de servicios turísticos respondieron el 64% siempre, el 16% casi siempre, considera que la oferta de Actividades Deportivas y/o Recreativas como servicio turístico contribuye al incremento de la demanda turística en la Zona del Mocoties del Estado Mérida, esto implica que la oferta de actividades Deportivas y/o Recreativas puede ser una estrategia para generar mercadeo servicios turísticos en la Zona del Mocoties del Estado Mérida, lo cual podría contribuir al incremento del consumo de servicios turísticos e interés de los prestadores de servicios turísticos en estrategias de marketing deportivo, para orientarse al logro de

sus objetivos y la satisfacción de las necesidades e intereses de los turistas deportivos que podrían ser atraídos por medio de actividades deportivas y recreativas que les motiven a la participación activa o pasiva en las mismas, generando el consumo de los productos que se oferten y requieren en el entorno de la actividad o evento.

Pregunta 6: ¿Utiliza estrategias marketing deportivo para la promoción y comercialización de los servicios turísticos que produce?

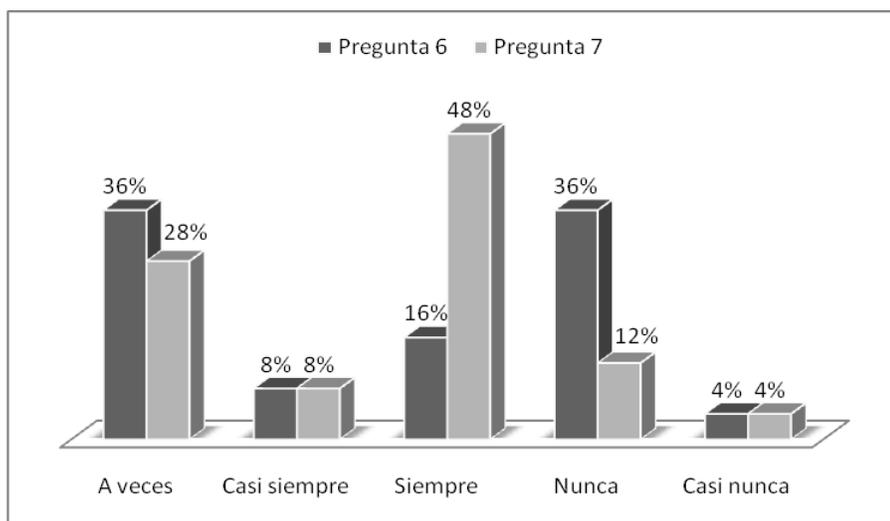
Pregunta 7: ¿Considera el patrocinio deportivo como estrategia para dar a conocer la imagen de su organización y los servicios turísticos que produce?

Cuadro 9

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Marketing

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
6	9	36	2	8	4	16	9	36	1	4	25/100
7	7	28	2	8	12	48	3	12	1	4	25/100

Grafico 5



En la pregunta 6, los prestadores de servicios turísticos respondieron un 36% que a veces y otro 36% nunca, utilizan estrategias marketing deportivo para la promoción y

comercialización de los servicios turísticos que producen. En la pregunta 7, el 48% siempre y el 28% casi siempre, considera el patrocinio deportivo como estrategia para dar a conocer la imagen de su organización y los servicios turísticos que produce.

A partir de estos resultados, se considera que en su mayoría los prestadores de servicios no utilizan y se encuentran indecisos en el uso de estrategias de marketing deportivo, por lo cual es necesario establecer las acciones que sean necesarias para dar a conocer lo implica el marketing deportivo, las estrategias que pueden surgir en su implementación y los aportes o beneficios que estas pueden brindar para el logro de los objetivos y posicionamiento de la imagen de las organizaciones, así como el impulso que pueden dar a la promoción y comercialización de los servicios turísticos que ofertan. En este sentido cabe destacar que según Mullin (citado por Gutiérrez, 2008):

“El marketing deportivo consiste en todas aquellas actividades diseñadas para hacer frente a las necesidades y carencias de los consumidores deportivos participantes primarios, secundarios y terciarios y de los consumidores deportivos espectadores primarios, secundarios y terciarios a través d procesos de intercambio. El marketing deportivo a desarrollado dos importantes avances: el primero la comercialización de productos y servicios deportivos a los consumidores del deporte y la segunda la comercialización utilizando el deporte como un vehículo promocional para los productos de consumo, industriales y los servicios” (pág. 112).

Lo mencionado anteriormente, forma parte de los aspectos teóricos a dar a conocer y considerar para establecer estrategias de marketing deportivo que permitan, a través del deporte y las actividades o eventos que se pueden generar, integrar a los prestadores de servicios en la satisfacción de las necesidades de los turistas deportivos, así como en la promoción y comercialización de servicios turísticos deportivos.

De igual manera, los resultados obtenidos permiten deducir que a pesar de que los prestadores de servicios no utilizan y están indecisos en el uso de estrategias de marketing deportivo, si poseen interés en establecerlas o integrarse ya que la mayoría siempre considera el patrocinio deportivo, que de acuerdo con Campos (citado por

Nogales, 2006) es el “Marketing para promover la venta a las empresas de los valores comunicativos que el deporte puede transmitir” (pág.39), por lo cual es una estrategia para dar a conocer su organización y los servicios turísticos que producen, en tal sentido debe establecerse la propuesta de actividades deportivas y recreativas que sea necesaria y pertinente para aprovechar el interés y patrocinio deportivo que puedan brindar los prestadores de servicios para el desarrollo de la misma.

Pregunta 8: ¿En la organización que usted dirige tiene establecidas políticas de organización para la prestación de servicios turísticos?

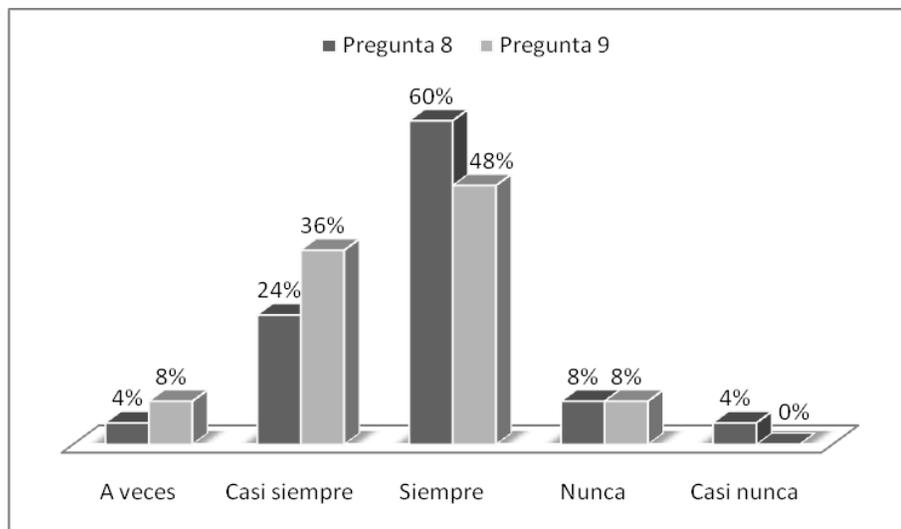
Pregunta 9: ¿Considera las políticas de su organización para guiar la toma de decisiones?

Cuadro 10

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Políticas Organizacionales

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
8	1	4	6	24	15	60	2	8	1	4	25/100
9	2	8	9	36	12	48	2	8	0	0	25/100

Grafico 6



En la pregunta 8, los prestadores de servicios turísticos respondieron un 60% siempre y 24% casi siempre, en la organización que dirigen tienen establecidas políticas de organización para la prestación de servicios turísticos. En la pregunta 9, el 48% siempre y el 36% casi siempre, consideran las políticas de su organización para guiar la toma de decisiones. Lo cual indica que la mayoría de los prestadores de servicios turísticos tienen establecidas políticas organizacionales y las consideran en la toma de decisiones, por consiguiente se considera un aspecto favorable en la prestación de servicios turísticos, ya que las políticas organizacionales establecen la manera en que se realizara una actividad en las organizaciones y las decisiones pertinentes a tomar en determinadas situaciones.

De acuerdo con Medina (2012) “Las políticas son guías para orientar la acción, son lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre algún problema que se repite una y otra vez dentro de una organización. En este sentido, las políticas son criterios generales de acción de ejecución que complementan el logro de los objetivos y facilitan la implementación de las estrategias. Las políticas deben ser dictadas desde el nivel jerárquico más alto de la empresa”. Por consiguiente, se considera permiten establecer y guiar la manera en que se realizara el proceso de oferta de servicios turísticos, en función de la satisfacción de los turistas.

Así mismo, cabe destacar que es preciso analizar las políticas organizacionales establecidas actualmente, para agregar las políticas que sean necesarias para ajustarse y orientarse a la satisfacción de las necesidades e intereses de los turistas deportivos, que ameritan ciertas atenciones específicas y condiciones óptimas de los espacios turísticos y deportivos para el desarrollo de la práctica deportiva, con fines competitivos o recreativos, de manera amena y segura, en función de que la experiencia sea lo suficientemente buena y de calidad para alcanzar sus objetivos planteados y que les motive repetir y recomendar la experiencia disfrutada por medio de los servicios turísticos deportivos que le sean ofrecidos y garantizado.

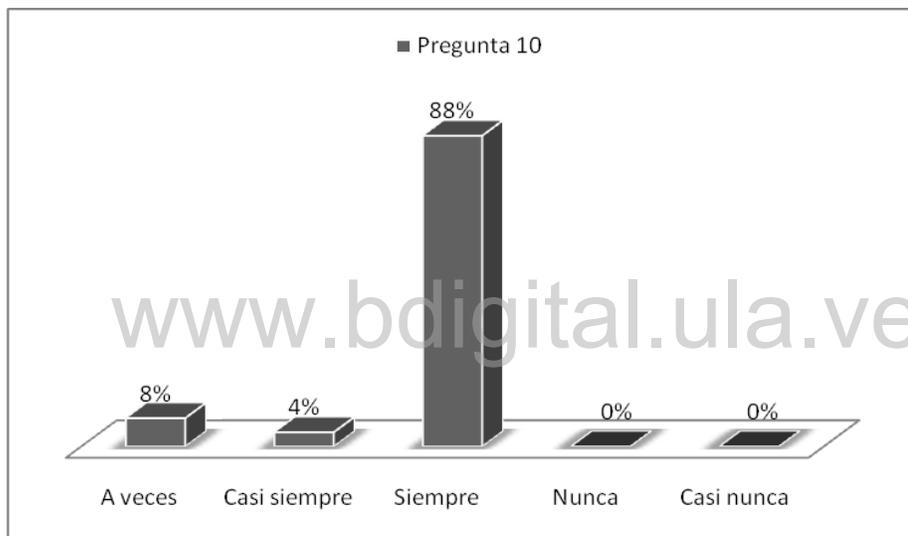
Pregunta 10: ¿Considera los valores de su organización, como el respeto y el orden, entre otros, recursos importantes de las personas para la prestación de servicios turísticos?

Cuadro 11

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Valores Compartidos

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
10	2	8	1	4	22	88	0	0	0	0	25/100

Grafico 7



En la pregunta 10, los prestadores de servicios turísticos respondieron un 88% siempre, consideran los valores de su organización, como el respeto y el orden, entre otros, recursos importantes de las personas para la prestación de servicios turísticos, por consiguiente se puede deducir que para la mayoría de los prestadores de servicios, los valores guían la conducta y comportamiento de los integrantes de la organización para la prestación de servicios turísticos.

En tal sentido, cabe mencionar que en cuanto a los valores compartidos de una organización, Olivera (2007) señala “Es el conjunto de preceptos, normas, patrones políticos, morales y sociales, que caracterizan la cultura organizacional y que condicionan o guían las conductas de los individuos y que son compartidos, consciente o inconscientemente por todos en la organización de que se trate. Están

estrechamente relacionados con la Misión y Visión” (Pág. 8). Por lo cual es preciso establecer y considerar siempre un conjunto de valores que sean compartidos entre los prestadores de servicios turísticos de la Zona del Mocoties del Estado Mérida, en función de que las conductas y comportamientos sean apropiados en los individuos involucrados en la atención de los turistas deportivos y les permitan sentirse a gusto y motivados a realizar las actividades deportivas o recreativas que les incentivo a consumir los servicios turísticos deportivos que les fueron ofertados.

Pregunta 11: ¿Realiza proyectos y programas para garantizar y mejorar la calidad de los servicios turísticos que oferta?

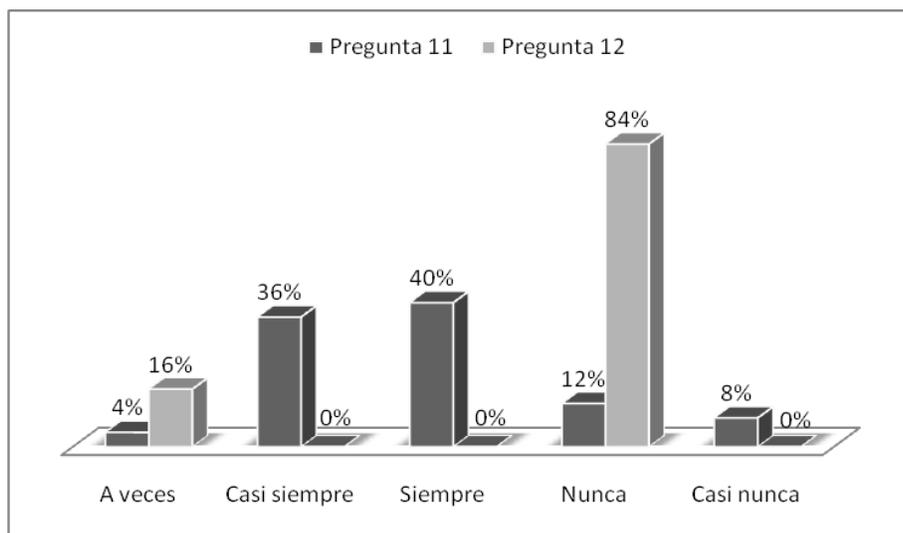
Pregunta 12: ¿Ha gestionado y recibido financiamiento por parte de entes del estado para el emprendimiento de proyectos y/o programas de la organización que dirige?

Cuadro 12

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Proyectos y Programas

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/100%
11	1	4	9	36	10	40	3	12	2	8	25/100
12	4	16	0	0	0	0	21	84	0	0	25/100

Grafico 8



En la pregunta 11, los prestadores de servicios turísticos respondieron un 40% siempre y 40% casi siempre, realizan proyectos y programas para garantizar y mejorar la calidad de los servicios turísticos que ofertan. En la pregunta 12, el 84% nunca y solo el 16% A veces, han gestionado y recibido financiamiento por parte de entes del estado para el emprendimiento de proyectos y/o programas de la organización que dirigen. Estos resultados permiten percibir que los prestadores de servicios realizan proyectos y programas para garantizar y mejorar la calidad de los servicios turísticos que ofertan, a pesar de que en su mayoría nunca han recibido financiamiento por parte de entes del estado.

Cabe destacar que los proyectos comprenden el conjunto de acciones, programas y actividades que implican y orientan la puesta en la organización y son el punto de unión entre lo estratégico y lo operativo, es decir, son los elementos de unión entre el plan estratégico y el plan operativo anual, de acuerdo con Paris (2005). Por lo cual es importante considerar los proyectos que se estén desarrollando en la Zona del Mocoties del Estado Mérida para garantizar y mejorar la calidad de los servicios turísticos por parte de los prestadores de servicios turísticos, en función de aprovechar las mejoras que se logren y vincular los proyectos turísticos con el deporte y la recreación para impulsar el desarrollo del turismo deportivo en la zona, así mismo, es preciso establecer articulaciones con los entes del estado para gestionar el financiamiento que les compete o puedan otorgar, ya que es su responsabilidad brindar las condiciones e incentivos pertinentes a las personas u organizaciones que emprendan proyectos orientados al desarrollo turismo y el deporte.

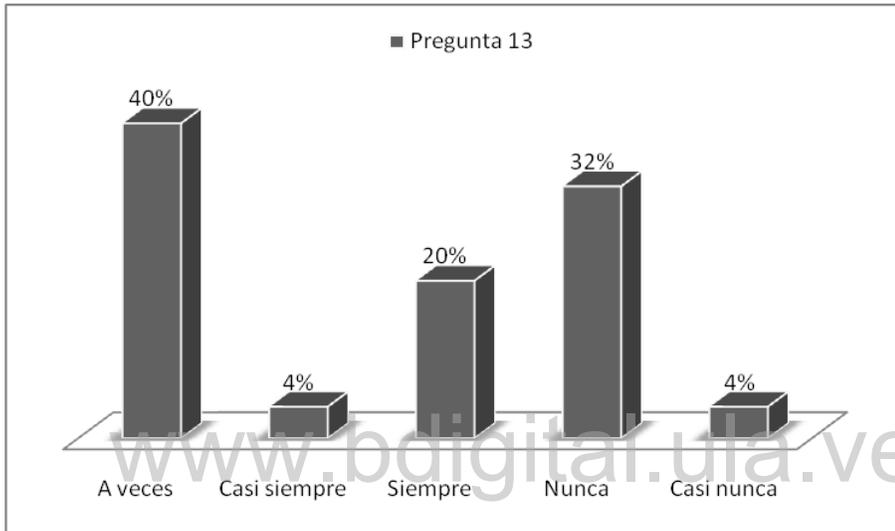
Pregunta 13: ¿Ha recibido cursos para la elaboración de proyectos y programas turísticos y/o deportivos?

Cuadro 13

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Capacitación

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
13	10	40	1	4	5	20	8	32	1	4	25/100

Grafico 9



En la pregunta 13, los prestadores de servicios turísticos respondieron el 40% a veces y 32% nunca, ha recibido cursos para la elaboración de proyectos y programas turísticos y/o deportivos, lo cual se considera una debilidad ya que la mayoría solo a veces a recibido cursos, lo que permite deducir que es escasa la capacitación que han recibido y es alto el porcentaje de prestadores de servicios que nunca han recibido cursos para la elaboración de proyectos en el área turística y/o deportiva.

En relación a la capacitación cabe destacar que según Olivera (2007) se refiere al “Proceso educativo sistemático, organizado, efectivo y dinámico, dirigido a la transmisión de conocimientos y al desarrollo de actitudes, hábitos, habilidades y destrezas” (Pág. 9). En este sentido, se considera necesario y apropiado proponer jornadas de capacitación en las que se brinden herramientas para la elaboración de proyectos que contribuyan a identificar y satisfacer las necesidades e intereses de los turistas deportivos, así mismo a superar las debilidades del área turística y deportiva e

impulsar el aprovechamiento de los recursos y potencialidades turísticas y deportivas de la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Pregunta 14: ¿Ha recibido talleres para la elaboración de un Plan Operativo Anual?

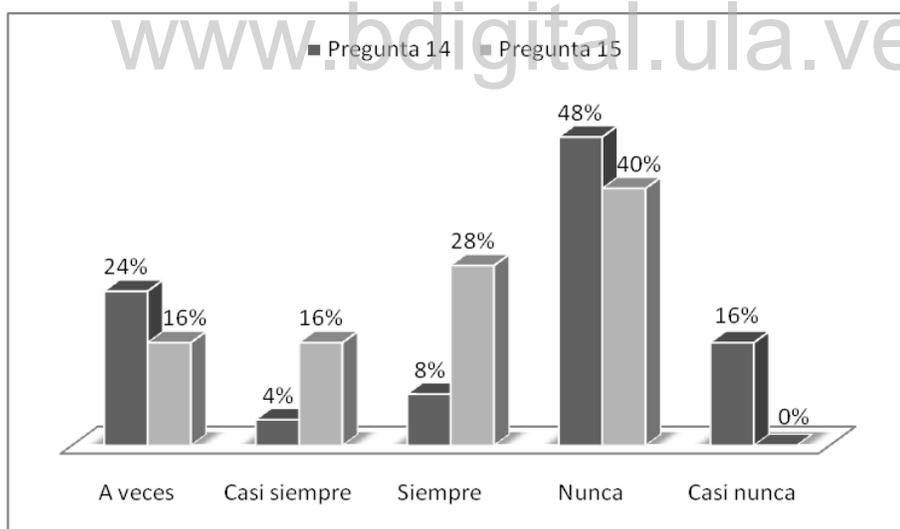
Pregunta 15: ¿Ha establecido un Plan Operativo Anual para guiar el desempeño de su organización?

Cuadro 14

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Plan Operativo Anual

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
14	6	24	1	4	2	8	12	48	4	16	25/100
15	4	16	4	16	7	28	10	40	0	0	25/100

Grafico 10



En la pregunta 14, los prestadores de servicios turísticos respondieron un 48% nunca y 24% a veces, ha recibido talleres para la elaboración de un Plan Operativo Anual. En la pregunta 15, el 40 % nunca, ha establecido un Plan Operativo Anual para guiar el desempeño de su organización. Lo cual permite inferir que la mayoría de prestadores de servicios turísticos, no han recibido capacitación para la elaboración

de un plan operativo anual y por ende en su mayoría nunca lo han establecido, lo que implica que carecen de un orden y planificación de los proyectos a desarrollar en las organizaciones en el corto plazo, haciéndoles propensos a la improvisación.

Respecto al plan operativo anual, París (2005) señala: “Pretende conseguir nuestros deseos, a través de la acción diaria. Significa conducir el “día a día” de nuestra organización de acuerdo a los objetivos y estrategias elegidos.” (p. 117). Por consiguiente se considera existe la necesidad de establecer dentro del proceso de capacitación que se pretende proponer, integrar entre los contenidos lo referente a la elaboración de un plan operativo anual, en función de que los operadores turísticos puedan establecerlo y guiarse en el corto plazo, haciendo uso racional de su tiempo y recursos disponibles para el logro de sus objetivos y cumplimiento de las estrategias seleccionadas.

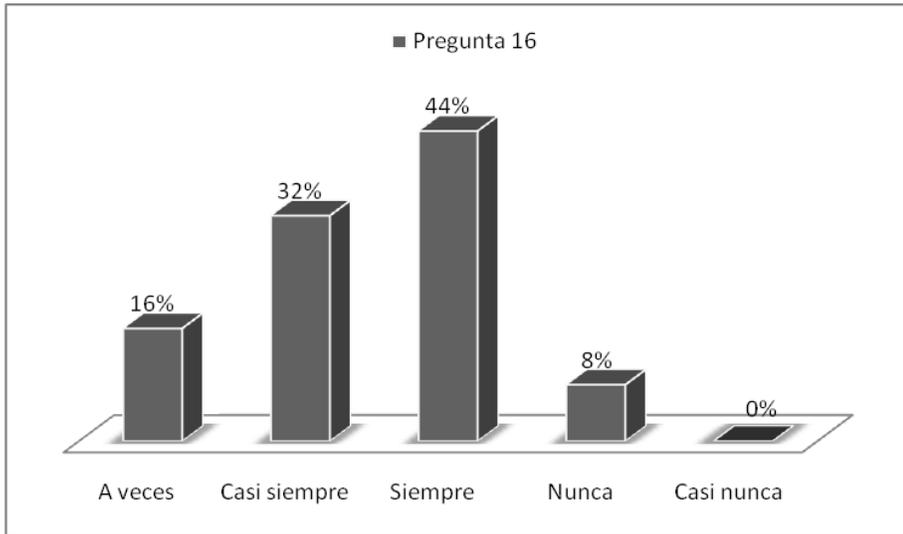
Pregunta 16: ¿Realiza un proceso de evaluación y seguimiento de los proyectos, programas y planes de la organización que dirige?

Cuadro 15

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Evaluación y Seguimiento

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
16	4	16	8	32	11	44	2	8	0	0	25/100

Grafico 11



En la pregunta 16, los prestadores de servicios turísticos respondieron el 44% siempre y 32% casi siempre, realizan un proceso de evaluación y seguimiento de los proyectos, programas y planes de la organización que dirige. Lo cual se considera positivo, sin embargo el hecho de que la mayoría de prestadores de servicios turísticos anteriormente hayan expresado que no han establecido un plan operativo anual, conlleva a que se realice la fase de evaluación y seguimiento como un proceso improvisado en el cual no se tiene establecido en un producto tangible de la planificación, ni cuáles son los objetivos, estrategias y proyectos a evaluar y dar continuidad.

En este sentido cabe señalar que según Paris (2005), El seguimiento y evaluación corresponde a la fase que estudia y analiza el nivel de cumplimiento del Plan Operativo Anual y evalúa el plan estratégico para dar pautas y orientaciones para su actualización, lo cual incluye a los proyectos de las organizaciones y requiere una programación que le permita generarlo como un proceso pertinente y oportuno, para realizar la actualización y determinación de las orientaciones que sean necesarias.

Variable Dependiente: Desarrollar

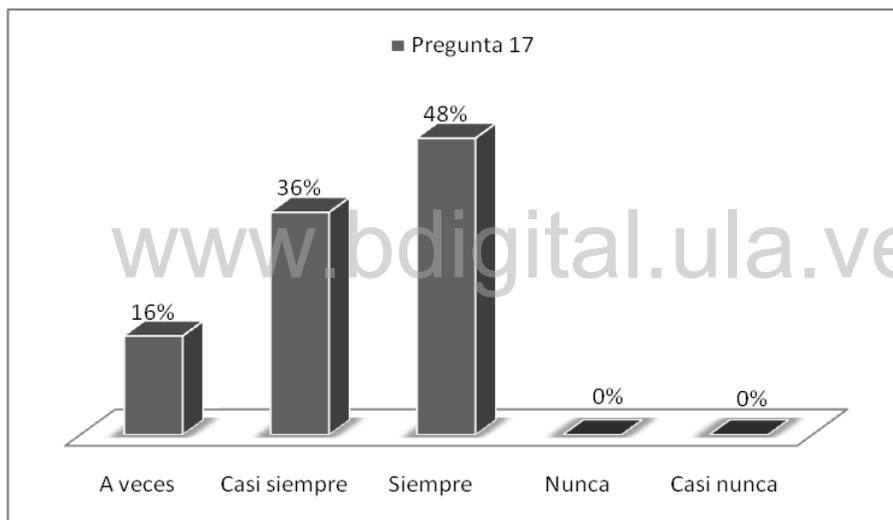
Pregunta 17: ¿Considera que los bienes y servicios que produce y ofrece satisfacen las necesidades e intereses de la demanda potencial?

Cuadro 16

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Servicios Turísticos

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
17	4	16	9	36	12	48	0	0	0	0	25/100

Grafico 12



En la pregunta 17, los prestadores de servicios turísticos respondieron el 48% siempre y 36% casi siempre, considera que los bienes y servicios que produce y ofrece satisfacen las necesidades e intereses de la demanda potencial. Estos resultados permiten deducir que la mayoría de prestadores de servicios turísticos de hospedaje y gastronomía a quienes se aplicó el cuestionario consideran realizan una buena oferta y servicio a los turistas, ya que aseguran satisfacen las necesidades e intereses de los mismos.

Por consiguiente, de acuerdo con el artículo 2 del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de la Ley Orgánica de Turismo que define como servicios turísticos al: “Conjunto de actividades que tienen por objeto responder a las exigencias y satisfacer las necesidades demandados por los turistas o visitantes”. Se considera pertinente para el aprovechamiento de los servicios turísticos ya ofertados y que según sus prestadores, satisfacen las necesidades e intereses de los turistas, establecer estrategias de marketing deportivo que permitan fortalecer la promoción y comercialización de los servicios turísticos y generar la oferta de actividades deportivas o recreativas como actividad o servicio complementario que contribuyan al objetivo de responder a las exigencias y necesidades de los turistas que visitan la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Pregunta 18: ¿Usted como prestador de servicios contribuiría al desarrollo de Actividades Deportivas y/o Recreativas en la Zona del Mocoties del Estado Mérida?

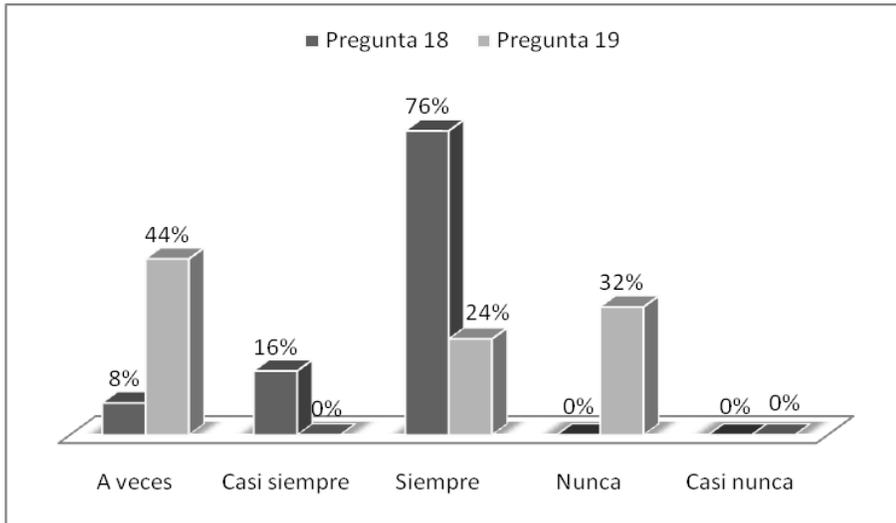
Pregunta 19: ¿Usted se ha integrado en el desarrollo y/o patrocinio deportivo de Actividades Deportivas y/o Recreativas en la Zona del Mocoties del Estado Mérida?

Cuadro 17

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Servicio Turístico Deportivo

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
18	2	8	4	16	19	76	0	0	0	0	25/100
19	11	44	0	0	6	24	8	32	0	0	25/100

Grafico 13



En la pregunta 18, los prestadores de servicios turísticos respondieron un 76% siempre y 16% casi siempre, como prestador de servicios contribuiría al desarrollo de Actividades Deportivas y/o Recreativas en la Zona del Mocoties del Estado Mérida. En la pregunta 19, el 44% a veces, el 32% nunca y el 24% siempre, se ha integrado en el desarrollo y/o patrocinio deportivo de Actividades Deportivas y/o Recreativas en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

En relación a estos resultados se puede deducir que la mayoría de prestadores de servicios turísticos poseen interés en contribuir al desarrollo de actividades deportivas o recreativas, lo cual permite considerar factible la posibilidad de establecer como producto turístico deportivo, el desarrollo de actividades deportivas o recreativas que permita a los turistas participar de manera activa o pasiva en las mismas, ofreciéndoles la posibilidad de satisfacer sus exigencias y necesidades en área deportiva o recreativa, contribuyendo mejorar la experiencia en la visita a la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Respecto a la definición de producto turístico deportivo, Expósito (2009) señala “será aquel cuya principal motivación será la de acudir algún evento deportivo como espectador o bien, la práctica de algún deporte al realizar un viaje”. En este sentido y considerando los resultados obtenidos, cabe destacar que es pertinente el diseño de

una propuesta de actividades o eventos deportivos que se oriente al aprovechamiento de la plataforma de servicios turísticos de la Zona de Mocoties del Estado Mérida y el interés que expresaron tener la mayoría de los prestadores de servicios turísticos, así como la experiencia de un considerable porcentaje de ellos, que manifestaron que a veces y otros siempre se han integrado en el desarrollo y/o patrocinio de actividades deportivas y/o recreativas.

De igual manera, de acuerdo con los resultados, se puede deducir que es preciso establecer estrategias de marketing deportivo que generen interés en integrarse al porcentaje de prestadores de servicios que nunca se han integrado al desarrollo y/o patrocinio deportivo de actividades y/o recreativas en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Pregunta 20:

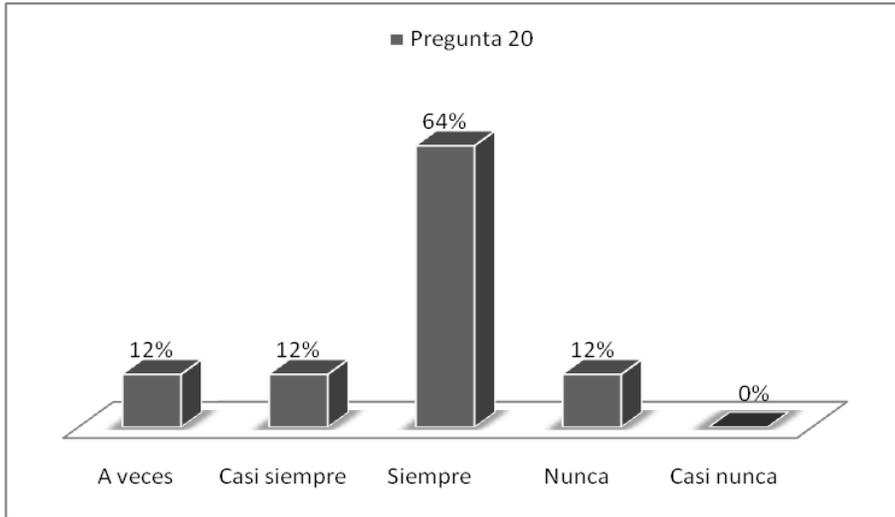
¿Le interesaría participar en la conformación de un Clúster comercial (conglomerado de servicios) con otros Prestadores de Servicios Turísticos para garantizar servicios complementarios a sus clientes en función de la satisfacción de los mismos?

Cuadro 18

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Prestadores de Servicios Turísticos

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
20	3	12	3	12	16	64	3	12	0	0	25/100

Grafico 14



En la pregunta 20, los prestadores de servicios turísticos respondieron un 64% siempre y 12% casi siempre, le interesaría participar en la conformación de un Clúster comercial (conglomerado de servicios) con otros Prestadores de Servicios Turísticos para garantizar servicios complementarios a sus clientes en función de la satisfacción de los mismos. A partir de estos resultados se considera pertinente integrar en la propuesta un proyecto o programa que permita generar la conformación de un Clúster comercial (conglomerado de servicios) para aprovechar el interés que poseen los prestadores de servicios turísticos al respecto.

Cabe destacar que de acuerdo al artículo 2 del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de la Ley Orgánica de Turismo se entiende como “Prestador de Servicios Turísticos: Toda persona natural, jurídica, de derecho público o privado, que realice actividades de prestación de servicios turísticos dentro del territorio nacional”. Por lo tanto para el proyecto o programa de conformación de un Clúster comercial, se tomara en cuenta todas las personas naturales o jurídicas que ofrecen servicios turísticos en la Zona del Mocoties, en función de sumar esfuerzos para garantizar la satisfacción de las necesidades e intereses de los turista e impulsar el desarrollo del turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

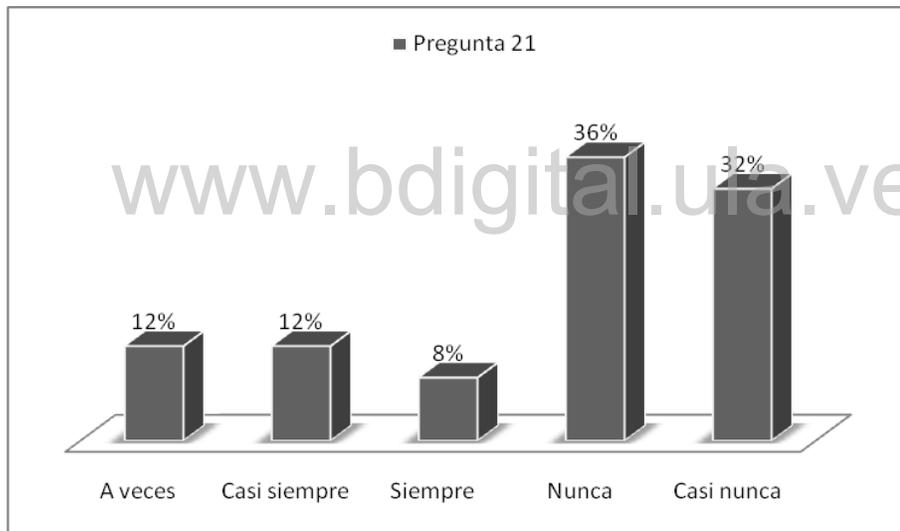
Pregunta 21: ¿Considera que en la Zona del Mocoties del Estado Mérida se realiza una promoción y uso adecuado de las Potencialidades Turísticas y Deportivas que posee?

Cuadro 19

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Potencialidades Turísticas y Deportivas de la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
21	3	12	3	12	2	8	9	36	8	32	25/100

Grafico 15



En la pregunta 21, los prestadores de servicios turísticos respondieron un 36% nunca y 32% casi nunca, considera que en la Zona del Mocoties del Estado Mérida se realiza una promoción y uso adecuado de las Potencialidades Turísticas y Deportivas que posee. Lo cual indica que la mayoría considera que se están desaprovechando las potencialidades turísticas que comprenden los atractivos turísticos de la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Cabe destacar, que según el artículo 2 del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de la Ley Orgánica de Turismo, los atractivos turísticos se definen como “Elementos físicos naturales o artificiales y socio culturales, propios de un lugar, los cuales son determinantes para motivar, por si solos o en combinación con otros, la elección del destino por parte del turista y visitante, con fines de esparcimiento, recreación, diversión y otros”.

Por ende, se considera pertinente establecer en la propuesta a generar un conjunto de actividades deportivas, turísticas y organizativas que permitan generar una mayor promoción y uso adecuado de los atractivos turísticos y deportivos de la Zona del Mocoties del Estado Mérida, en función de incrementar las visitas a los atractivos turísticos y deportivos para motivar el consumo de servicios turísticos y contribuir al desarrollo del turismo deportivo.

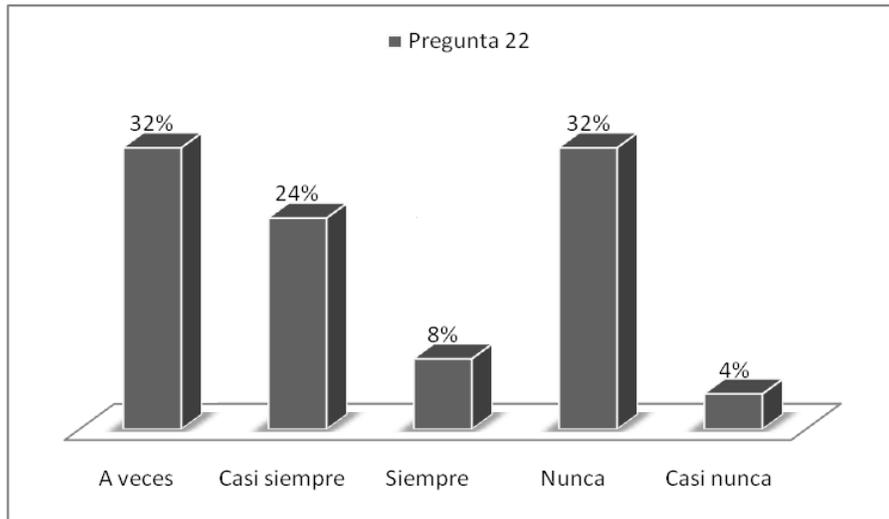
Pregunta 22: ¿Considera que los entes competentes en el área turística y deportiva garantizan el cumplimiento de lo establecido jurídica y políticamente para desempeñarse como Prestador de Servicios Turísticos?

Cuadro 20

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Legislación Turística y Deportiva Nacional y Municipal.

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
22	8	32	6	24	2	8	8	32	1	4	25/100

Grafico 16



En la pregunta 22, los prestadores de servicios turísticos respondieron un 32% a veces, 32% nunca y 24% casi siempre, considera que los entes competentes en el área turística y deportiva garantizan el cumplimiento de lo establecido jurídica y políticamente para desempeñarse como Prestador de Servicios Turísticos. Estos resultados permiten deducir que la mayoría de los prestadores de servicios consideran que nunca se garantiza por parte de los entes competentes lo establecido jurídica y políticamente para que ellos puedan desempeñarse como prestadores de servicios y en otro porcentaje considerable están indecisos al respecto.

En este sentido, considerando la responsabilidad de los entes del estado para hacer cumplir las políticas establecidas en la Constitución (1999). República Bolivariana de Venezuela, la Ley Orgánica de Deporte, Actividad Física y Educación Física y la Ley Orgánica de Turismo, entre otras, resulta pertinente establecer dentro de la propuesta acciones o actividades que permitan vincular a los directores de turismo y deporte, así como las autoridades competentes que sea posible, en el plan estratégico que se pretende generar.

Todo ello, en función de impulsar las articulaciones pertinentes para la gestión de las condiciones y recursos que se requieren para el desarrollo de los servicios turísticos deportivos a impulsar en conjunto con los prestadores de servicios turísticos de la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Cuestionario 2

Directores Municipales de Turismo y Deporte

Administradores de Atractivos Turísticos y Deportivos

Variable Independiente: Plan

Dimensión: Estrategias

Pregunta 1: ¿Diagnostica el entorno de la Zona del Mocoties del Estado Mérida para impulsar el desarrollo del Turismo Deportivo?

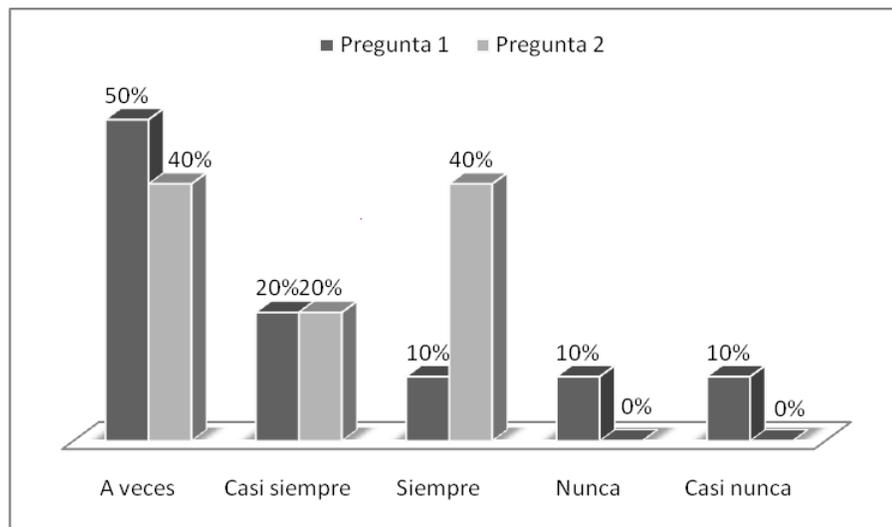
Pregunta 2: ¿Considera los cambios organizativos en el entorno interno y externo de la institución que dirige para generar planes, programas y/o proyectos?

Cuadro 21

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Diagnostico

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
1	5	50	2	20	1	10	1	10	1	10	25/100
2	4	40	2	20	4	40	0	0	0	0	25/100

Grafico 17



En la pregunta 1, los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos, respondieron un 50% a veces, 20% casi siempre y un 10% siempre, diagnostica el entorno de la Zona del Mocoties del Estado Mérida para impulsar el desarrollo del Turismo Deportivo. En la pregunta 2, el 40% a veces, 40% siempre y el 20% casi siempre, Considera los cambios organizativos en el entorno interno y externo de la institución que dirige para generar planes, programas y/o proyectos.

Estos resultados permiten inferir que la mayoría de los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos, no manejan un diagnostico actualizado del entorno de la Zona del Mocoties del Estado Mérida ya que solo a veces lo hacen, esto implica que no manejan la información apropiada para generar planes, programas o proyectos que se ajusten a las necesidades y requerimientos de la Zona del Mocoties del Estado Mérida para impulsar el desarrollo del turismo deportivo.

Sin embargo, en su mayoría realizan un análisis del entorno interno y externo de la institución que dirigen para generar planes, programas y/o proyectos, lo cual es favorable para iniciar un proceso de planificación estratégica en el que requiere del desarrollo de una fase de diagnostico y análisis

De acuerdo con París (2005) el diagnostico y análisis del entorno permite: “identificar nuestros problemas, limitaciones y posibilidades y por consiguiente, comenzar a identificar medidas –objetivos, estrategias, programas –para el futuro” (pág.62). En este sentido, a partir del conocimiento que poseen los directivos de las instituciones de turismo y deporte, es necesario identificar, a través, de un proceso diagnostico los problemas, limitaciones y posibilidades de estas instituciones y sus directivos para vincularlos en una propuesta que se oriente a impulsar el desarrollo del turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida, de acuerdo a las condiciones del entorno.

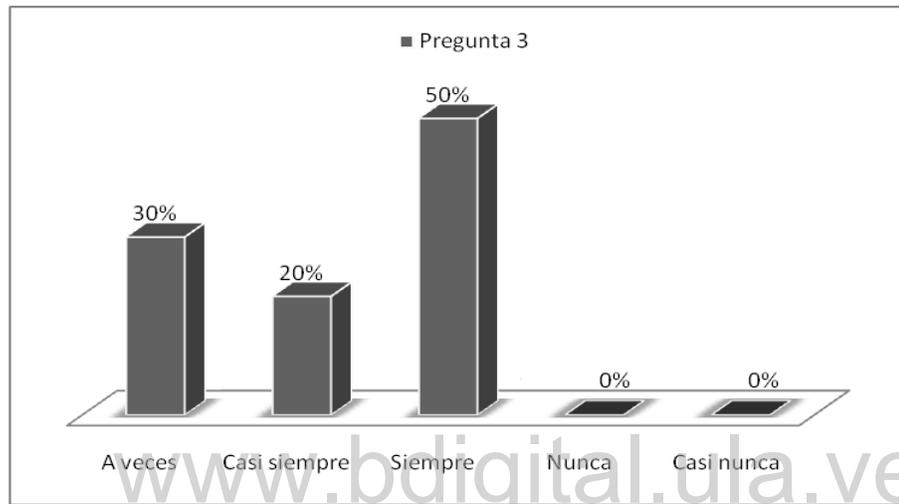
Pregunta 3: ¿De acuerdo a la visión de su institución, revisa sus objetivos establecidos para alcanzar sus metas?

Cuadro 22

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Objetivos

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
3	3	30	2	20	5	50	0	0	0	0	25/100

Grafico 18



En la pregunta 3, los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos, respondieron el 50% siempre y el 20% casi siempre, de acuerdo a la visión de su organización, revisan sus objetivos establecidos para alcanzar sus metas, lo que implica que la mayor parte de ellos tienen establecida una visión y objetivos, a los cuales realizan un proceso de revisión que les permite, tener claridad de lo que quieren alcanzar y tener en cuenta que otras metas se pueden lograr con el planteamiento de nuevos objetivos.

De acuerdo con París (2005) los objetivos pueden definirse como “las situaciones a las que esperamos llegar, o los resultados que esperamos lograr con la implantación de determinadas acciones que son propias del proceso de gestión”. En este sentido, cabe destacar que los objetivos deben surgir del diagnóstico y análisis del entorno, para establecer las acciones pertinentes a ellos, en función de optimizar y aprovechar los recursos disponibles en las organizaciones.

Por ello se considera importante la revisión que realizan los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos, ya que al tener claridad de lo que quieren alcanzar y que otras metas se pueden lograr con el planteamiento de nuevos objetivos, pueden surgir y establecerse en una propuesta nuevos objetivos, hacia la integración de esfuerzos para orientarse a la satisfacción de las necesidades e intereses de los turistas deportivos e impulsar el desarrollo del turismo deportivo en la Zona del Mocoties de Estado Mérida.

Pregunta 4: Establece estrategias para alcanzar los objetivos de la institución que dirige.

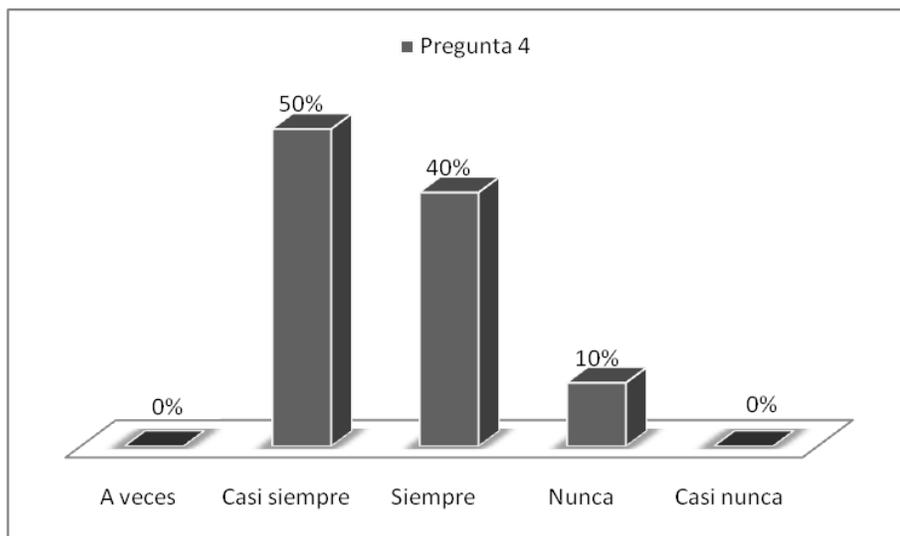
Cuadro 23

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Estrategias

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
4	0	0	5	50	4	40	1	10	0	0	25/100

www.bdigital.ula.ve

Gráfico 19



En la pregunta 4, los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos, respondieron el 50% casi

siempre y el 40% siempre, establecen estrategias para alcanzar los objetivos de su organización, lo cual permite inferir que la mayoría establece estrategias que pueden considerarse para identificar la diferentes alternativas posibles que pueden contribuir con el logro de los objetivos planteados por cada uno de ellos.

En este sentido cabe destacar que según Koontz (citado por Ronda, 2002) “ Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada”.

Por lo que se considera pertinente analizar los objetivos y estrategias que tienen planteadas los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos.

Todo ello, en función de considerar y proponer estrategias que los mismos puedan seleccionar o aportar, para emprender las estrategias que sean pertinentes con el entorno de la Zona del Mocoties del Estado Mérida y puedan contribuir en el logro de los objetivos de los involucrados en las estrategias de manera directa e indirecta, así como en el desarrollo del turismo deportivo en esta zona.

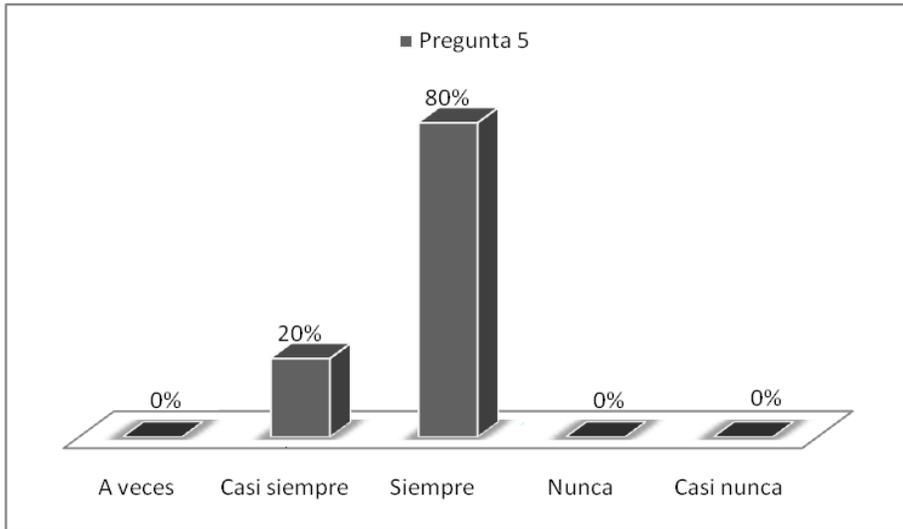
Pregunta 5: ¿Considera que la oferta de Actividades Deportivas y/o Recreativas como servicio turístico puede ser una estrategia para contribuir en el incremento de la demanda turística y/o deportiva en la Zona del Mocoties del Estado Mérida?

Cuadro 24

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Oferta de Actividades Recreativas y Deportivas

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
5	0	0	2	20	8	80	0	0	0	0	25/100

Grafico 20



En la pregunta 5, los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos, respondieron el 80% siempre, el 20% casi siempre, considera que la oferta de Actividades Deportivas y/o Recreativas como servicio turístico puede ser una estrategia para contribuir en el incremento de la demanda turística y/o deportiva en la Zona del Mocoties del Estado Mérida, esto implica que la mayoría considera la oferta de actividades Deportivas y/o Recreativas como estrategia para contribuir en el incremento de la demanda turística y/o deportiva, por lo cual podrían integrarse y contribuir al incremento del consumo de servicios turísticos e impulso del turismo y el deporte, a través de estrategias de marketing deportivo, que permitan orientarse al logro de los objetivos que se planteen y la satisfacción de las necesidades e intereses de los turistas deportivos que podrían ser atraídos a la Zona del Mocoties del Estado Mérida, por medio de actividades deportivas y recreativas que les motiven a la participación activa o pasiva en las mismas.

Pregunta 6: ¿Utiliza estrategias de marketing para la promoción de actividades deportivas, recreativas y/o turísticas?

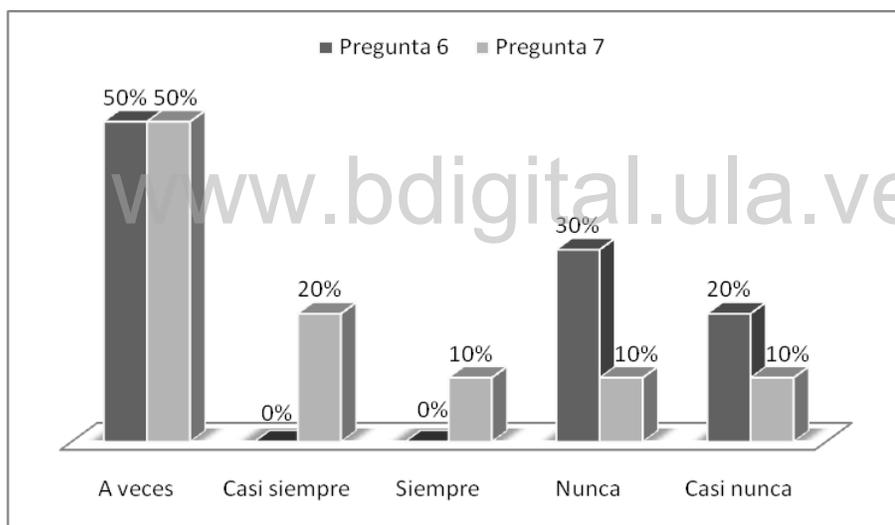
Pregunta 7: ¿Emplea la gestión de patrocinio deportivo como estrategia para dar a conocer la imagen de la institución que dirige y la Zona del Mocoties como destino turístico?

Cuadro 25

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Marketing

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
6	5	50	0	0	0	0	3	30	2	20	25/100
7	5	50	2	20	1	10	1	10	1	10	25/100

Grafico 21



En la pregunta 6, los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos, respondieron un 50% a veces, 30% nunca y 20% casi nunca, utiliza estrategias de marketing para la promoción de actividades deportivas, recreativas y/o turísticas. En la pregunta 7, el 50% a veces y el 20% casi siempre, Emplea la gestión de patrocinio deportivo como estrategia para dar a conocer la imagen de la institución que dirige y la Zona del Mocoties del Estado Mérida como destino turístico.

A partir de estos resultados, se considera que los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos, en su mayoría solo a veces utiliza estrategias de marketing para la promoción de actividades deportivas, recreativas y/o turísticas y otro porcentaje considerable nunca lo hace, lo cual genera la necesidad de establecer las acciones que sean necesarias para dar a conocer y fortalecer el uso de los principios del marketing deportivo, así como las estrategias que pueden surgir en su implementación y los aportes o beneficios que estas pueden brindar para el logro de los objetivos y posicionamiento de la imagen de la Zona del Mocoties del Estado Mérida como destino turístico y las actividades deportivas o recreativas que allí se pueden realizar, de igual manera el impulso que pueden dar a la promoción y comercialización de los servicios turísticos que se ofertan.

En este sentido cabe destacar que según Mullin (citado por Gutiérrez, 2008):

“El marketing deportivo consiste en todas aquellas actividades diseñadas para hacer frente a las necesidades y carencias de los consumidores deportivos participantes primarios, secundarios y terciarios y de los consumidores deportivos espectadores primarios, secundarios y terciarios a través d procesos de intercambio. El marketing deportivo a desarrollado dos importantes avances: el primero la comercialización de productos y servicios deportivos a los consumidores del deporte y la segunda la comercialización utilizando el deporte como un vehículo promocional para los productos de consumo, industriales y los servicios” (pág. 112).

Lo mencionado anteriormente, forma parte de los aspectos teóricos a dar a conocer y considerar para establecer estrategias de marketing deportivo que permitan, a través del deporte y las actividades o eventos que se pueden generar, integrar a los entes competentes y prestadores de servicios en la satisfacción de las necesidades de los turistas deportivos, así como en la promoción y comercialización de servicios turísticos deportivos.

De igual manera, los resultados obtenidos permiten deducir que a pesar de que los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos, en su mayoría solo a veces utiliza estrategias de marketing

para la promoción de actividades deportivas, recreativas y/o turísticas y otro porcentaje considerable nunca lo hace, si poseen interés en establecerlas o integrarse ya que la mayoría a empleado el patrocinio deportivo.

En cuanto al patrocinio deportivo Campos (citado por Nogales, 2006) señala es el “Marketing para promover la venta a las empresas de los valores comunicativos que el deporte puede transmitir” (pág.39), por lo tanto, es una estrategia que puede contribuir para dar a conocer la Zona del Mocoties del Estado Mérida como destino turístico y las actividades deportivas o recreativas que allí se pueden realizar, en tal sentido es necesario establecer una propuesta de actividades deportivas y recreativas pertinente para aprovechar la experiencia, interés y patrocinio deportivo que puedan brindar los entes competentes junto con los prestadores de servicios para el desarrollo de la misma.

Pregunta 8: ¿Usted considera que las políticas turísticas-deportivas aplicadas por la institución que dirige orientan la toma de decisiones?

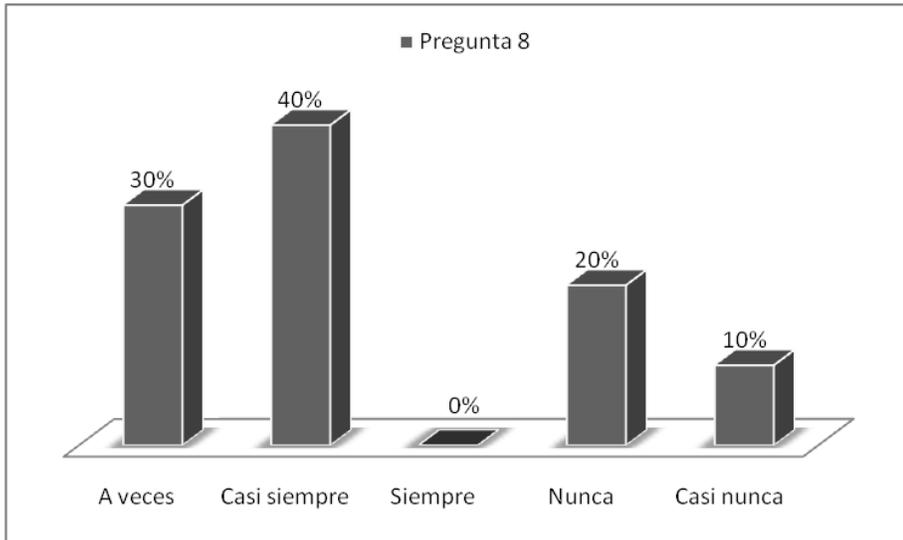
www.bdigital.ula.ve

Cuadro 26

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Políticas Organizacionales

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
8	3	30	4	40	0	0	2	20	1	10	25/100

Grafico 22



En la pregunta 8, los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos, respondieron un 40% casi siempre, 30% a veces y 20% nunca, considera que las políticas turísticas-deportivas aplicadas por la institución que dirige orientan la toma de decisiones. Estos resultados permiten considerar que existen debilidades en la aplicación de las políticas turísticas y deportivas, ya que para ser los directivos en materia turística y deportiva siempre deberían considerarlas en la toma de decisiones, en función de cumplir con el deber ser de su responsabilidad en el área turística o deportiva que les corresponda.

En relación a las políticas Medina (2012) señala “son guías para orientar la acción, son lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre algún problema que se repite una y otra vez dentro de una organización. En este sentido, las políticas son criterios generales de acción de ejecución que complementan el logro de los objetivos y facilitan la implementación de las estrategias. Las políticas deben ser dictadas desde el nivel jerárquico más alto de la empresa”. En tal sentido, permiten establecer y guiar la manera en que se regirá y realizara el proceso de oferta de servicios turísticos deportivos, en función de la satisfacción de los turistas.

Así mismo, cabe destacar que es preciso analizar las políticas establecidas actualmente, para ajustarse y apegarse a las políticas que sean necesarias para orientarse al desarrollo del turismo y el deporte, así como a la satisfacción de las

necesidades e intereses de los turistas deportivos, que ameritan ciertas atenciones específicas y condiciones óptimas de los espacios turísticos y deportivos para el desarrollo de la práctica deportiva, con fines competitivos o recreativos, de manera amena y segura, en función de que la experiencia sea lo suficientemente buena y de calidad para alcanzar sus objetivos planteados y que les motive repetir y recomendar la experiencia disfrutada por medio de los servicios turísticos deportivos que le sean ofrecidos y garantizado.

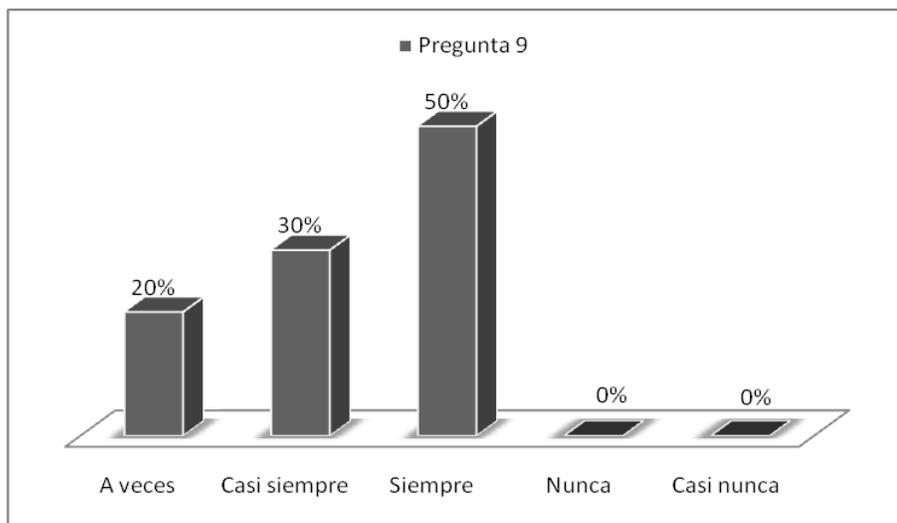
Pregunta 9: ¿Ha establecido valores para guiar la toma de decisiones y conducta en la institución que dirige?

Cuadro 27

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Valores Compartidos

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
9	2	20	3	30	5	50	0	0	0	0	25/100

Gráfico 23



En la pregunta 9, los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos respondieron un 50% siempre y 30% casi siempre, ha establecido valores para guiar la toma de decisiones en la

institución que dirige, por consiguiente se puede deducir que la mayoría de los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos, guían la toma de decisiones, conducta y comportamiento en la institución que dirigen de acuerdo a los valores establecidos.

En tal sentido, cabe mencionar que en cuanto a los valores compartidos de una organización, Olivera (2007) señala “Es el conjunto de preceptos, normas, patrones políticos, morales y sociales, que caracterizan la cultura organizacional y que condicionan o guían las conductas de los individuos y que son compartidos, consciente o inconscientemente por todos en la organización de que se trate. Están estrechamente relacionados con la Misión y Visión” (Pág. 8). Por lo cual es preciso establecer y considerar un conjunto de valores que sean compartidos entre los servidores públicos de los entes del turismo y el deporte de la Zona del Mocoties del Estado Mérida, en función de que las conductas y comportamientos sean apropiados en los individuos involucrados en la atención de los turistas deportivos y les permitan sentirse a gusto y motivados a realizar las actividades deportivas o recreativas que les incentiven a consumir los servicios turísticos deportivos que les sean ofertados.

Pregunta 10: ¿Desarrolla proyectos y programas orientados al desarrollo del Turismo Deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida?

Pregunta 11: ¿Los proyectos y/o programas emprendidos por la institución que dirige vinculan a los prestadores de servicios turísticos de la Zona del Mocoties del Estado Mérida?

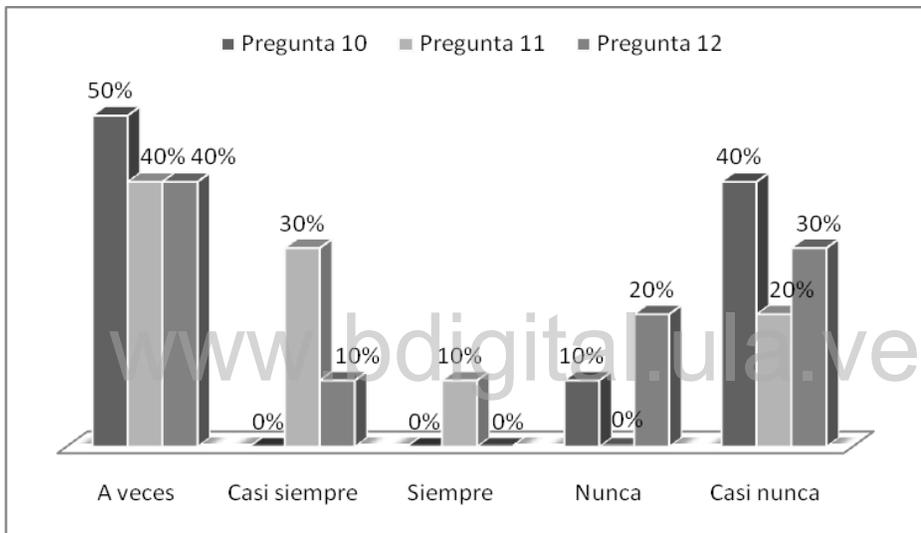
Pregunta 12: ¿Ha gestionado y recibido aportes por parte de prestadores de servicios turísticos para el emprendimiento y desarrollo de proyectos y/o programas de la institución que dirige?

Cuadro 28

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Proyectos y Programas

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
10	5	50	0	0	0	0	1	10	4	40	25/100
11	4	40	3	30	1	10	0	0	2	20	25/100
12	4	40	1	10	0	0	2	20	3	30	25/100

Grafico 24



En la pregunta 10, los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos respondieron un 50% a veces, 40% casi nunca y 10% nunca, desarrolla proyectos y programas orientados al desarrollo del Turismo Deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida. En el ítem 11, en un 40% a veces y 30 % casi siempre, los proyectos y/o programas emprendidos por la institución que dirige vinculan a los prestadores de servicios turísticos de la Zona del Mocoties del Estado Mérida. En el ítem 12, el 40% a veces, 30% casi nunca y 20% nunca, ha gestionado y recibido aportes por parte de prestadores de servicios turísticos para el emprendimiento y desarrollo de proyectos y/o programas de la institución que dirige.

Estos resultados indican que la mayoría de los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos, pocas veces desarrollan proyectos y programas orientados al desarrollo del turismo deportivo en la Zona del Mocoties del estado Mérida y que un considerable porcentaje ni siquiera los desarrolla, lo cual que genera una carencia de proyectos y programas para el desarrollo del turismo deportivo en esta zona y desaprovechamiento de la vinculación que existe entre los directivos de los entes del estado y los prestadores de servicios turísticos, que al no estar involucrados en ningún proyecto o programa institucional escasamente pueden brindar aporte para el desarrollo de los mismos.

Cabe destacar que los proyectos comprenden el conjunto de acciones, programas y actividades que implican y orientan la puesta en la organización y son el punto de unión entre lo estratégico y lo operativo, es decir, son los elementos de unión entre el plan estratégico y el plan operativo anual, de acuerdo con Paris (2005). En este sentido es necesario establecer proyectos que se orienten al desarrollo del turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida para garantizar y mejorar la calidad de los servicios turísticos. Así mismo, es preciso establecer articulaciones entre los entes del estado y prestadores de servicios turísticos para gestionar y garantizar los recursos necesarios, para brindar las condiciones e incentivos pertinentes a las personas u organizaciones que se involucren en los proyectos orientados al desarrollo del turismo deportivo.

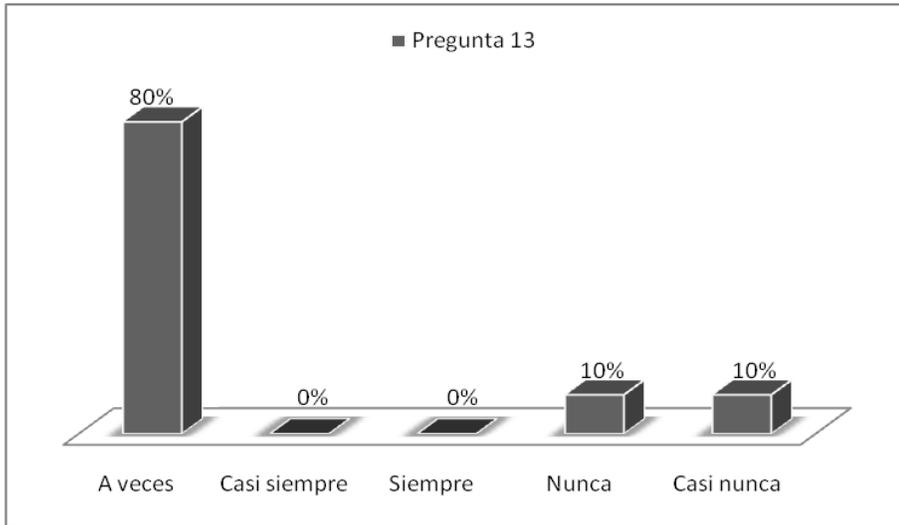
Pregunta 13: ¿Ha recibido cursos para la elaboración de proyectos y programas turísticos y/o deportivos?

Cuadro 29

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Capacitación

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
13	8	80	0	0	0	0	1	10	1	10	25/100

Grafico 25



En la pregunta 13, los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos respondieron el 80% a veces, ha recibido cursos para la elaboración de proyectos y programas turísticos y/o deportivos, lo cual se considera una debilidad ya que la mayoría afirmó en el ítem 10, que solo a veces y otros nunca desarrollan proyectos para el desarrollo del turismo deportivo, por lo cual, es necesario plantear el desarrollo de cursos para la elaboración de proyectos en el área turística y/o deportiva, que permitan la actualización de conocimientos para mejorar y generar nuevos proyectos.

En relación a la capacitación cabe destacar que según según Olivera (2007) se refiere al “Proceso educativo sistemático, organizado, efectivo y dinámico, dirigido a la transmisión de conocimientos y al desarrollo de actitudes, hábitos, habilidades y destrezas” (Pág. 9). En este sentido, se considera de igual manera necesario y apropiado proponer dentro de las jornadas o cursos de capacitación los contenidos pertinentes para brindar herramientas para la elaboración de proyectos y programas que contribuyan a identificar y satisfacer las necesidades e intereses de los turistas deportivos, así como a superar las debilidades del área turística y deportiva e impulsar el aprovechamiento de los recursos y potencialidades turísticas y deportivas de la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Pregunta 14: ¿Ha recibido talleres para la elaboración de un Plan Operativo Anual?

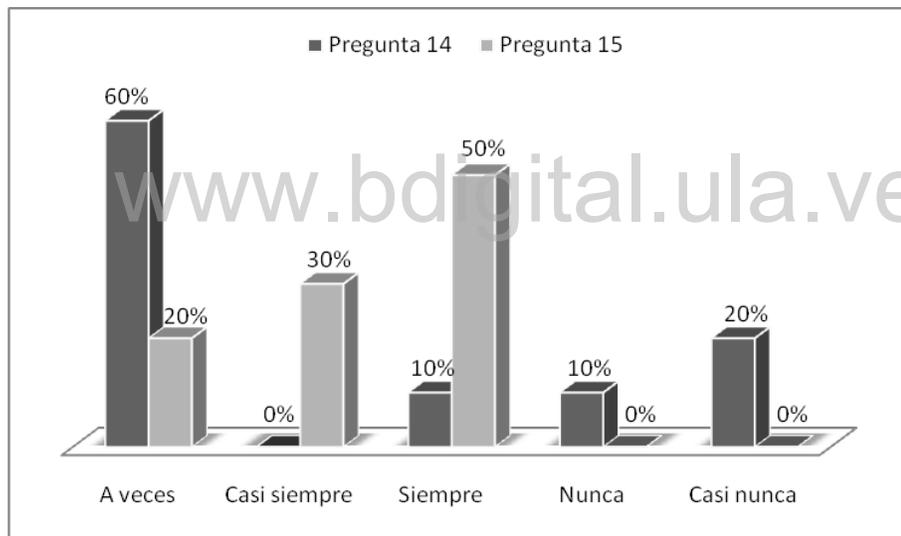
Pregunta 15: ¿Ha establecido un Plan Operativo Anual para guiar el desempeño de la institución que dirige?

Cuadro 30

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Plan Operativo Anual

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
14	6	60	0	0	1	10	1	10	2	20	25/100
15	2	20	3	30	5	50	0	0	0	0	25/100

Gráfico 26



En la pregunta 14, los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos respondieron un 60% a veces y 20% nunca, ha recibido talleres para la elaboración de un Plan Operativo Anual. En la pregunta 15, el 50% siempre y 30% casi siempre, ha establecido un Plan Operativo Anual para guiar el desempeño de la institución que dirige. Lo cual permite deducir que en escasas ocasiones la mayoría de los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos, han recibido talleres para la elaboración de un plan operativo anual, sin embargo la mayoría lo han

establecido, lo que implica que tienen una planificación de los proyectos a desarrollar en las instituciones en el corto plazo, que solo a veces considera proyectos orientados al turismo deportivo, cual representa una debilidad para el desarrollo de esta modalidad de turismo.

En cuanto al plan operativo anual, París (2005) destaca que: “Pretende conseguir nuestros deseos, a través de la acción diaria. Significa conducir el “día a día” de nuestra organización de acuerdo a los objetivos y estrategias elegidos.” (p. 117). Por consiguiente se considera es necesario proponer proyectos en base a los objetivos y estrategias, que se orienten al desarrollo del turismo deportivo en la propuesta de un plan estratégico, ya que de acuerdo con los resultados de la pregunta 10 son escasos los proyectos en esta área, los que se realizan por parte de los directivos municipales de turismo y deporte, por lo que sería estratégico para ellos, integrar a su plan operativo anual los proyectos de turismo deportivo que se generen, para orientarse al logro de los objetivos de las instituciones que dirigen y dar cumplimiento de las estrategias que seleccionen.

www.bdigital.ula.ve

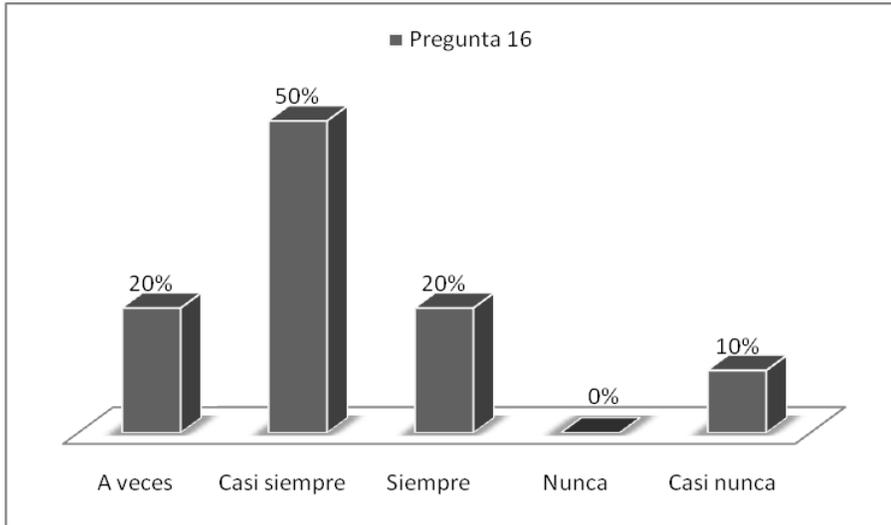
Pregunta 16: ¿Realiza un proceso de evaluación y seguimiento de los planes, proyectos y programas de la institución que dirige?

Cuadro 31

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Evaluación y Seguimiento

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
16	2	20	5	50	2	20	0	0	1	10	25/100

Grafico 27



En la pregunta 16, los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos respondieron el 50% siempre y 20% casi siempre, realizan un proceso de evaluación y seguimiento de los planes, proyectos y programas de la institución que dirige. Estos resultados se consideran positivos, ya que la mayoría de acuerdo a estos resultados, realiza una fase de evaluación y seguimiento, que implica el desarrollo de un proceso de análisis de los objetivos, estrategias y proyectos para evaluar y dar continuidad a los mismos. Es decir, que si se establecen proyectos en articulación con directivos de entes del estado en materia de turismo y deporte, estos podrían apoyar la evaluación y seguimiento de los mismos.

En este sentido cabe señalar que según Paris (2005), El seguimiento y evaluación que corresponde a la fase que estudia y analiza el nivel de cumplimiento del Plan Operativo Anual y evalúa el plan estratégico para dar pautas y orientaciones para su actualización, lo cual incluye a los proyectos de las organizaciones y requiere una programación que le permita generarlo como un proceso pertinente y oportuno, para realizar la actualización y determinación de las orientaciones que sean necesarias.

Variable Dependiente: Desarrollar

Dimensión: Turismo Deportivo

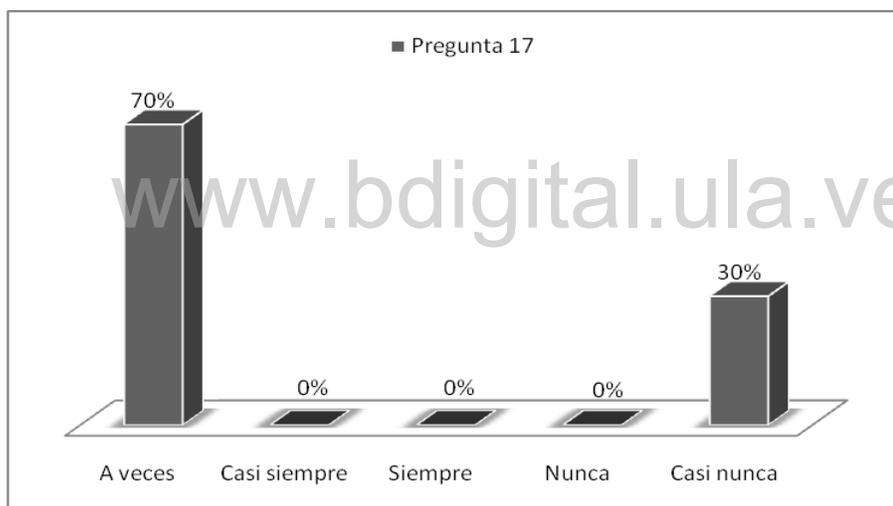
Pregunta 17: ¿Considera que los bienes y servicios que se ofrecen en la Zona del Mocoties satisfacen las necesidades e intereses de los turistas deportivos que visitan la Zona?

Cuadro 32

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Servicios Turísticos

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
17	7	70	0	0	0	0	0	0	3	30	25/100

Gráfico 28



En la pregunta 17, los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos respondieron el 70% a veces y 30% casi nunca, considera que los bienes y servicios que se ofrecen en la Zona del Mocoties satisfagan las necesidades e intereses de los turistas deportivos que visitan la Zona. Estos resultados permiten inferir que la mayoría de los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos considera deficientes servicios turísticos que se ofertan en la Zona, por lo tanto es necesario identificar cuáles son las deficiencias que consideran y los aportes

que pueden realizar al respecto, para establecer la acciones que sean necesarias y pertinentes, en función de satisfacer las necesidades e intereses de los turistas.

En relación a los servicios turísticos, según el artículo 2 del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de la Ley Orgánica de Turismo pueden definirse como: “Conjunto de actividades que tienen por objeto responder a las exigencias y satisfacer las necesidades demandados por los turistas o visitantes”. En este sentido se considera pertinente para el aprovechamiento de los servicios turísticos ya ofertados, superar las deficiencias que consideran los directivos de los entes del estado y garantizar la satisfacción de las necesidades e intereses de los turistas, establecer estrategias de marketing deportivo que permitan fortalecer la promoción y comercialización de los servicios turísticos y generar la oferta de actividades deportivas o recreativas como actividad o servicio complementario que contribuya al objetivo de responder a las exigencias y necesidades de los turistas que visitan la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Indicador: Servicio Turístico Deportivo

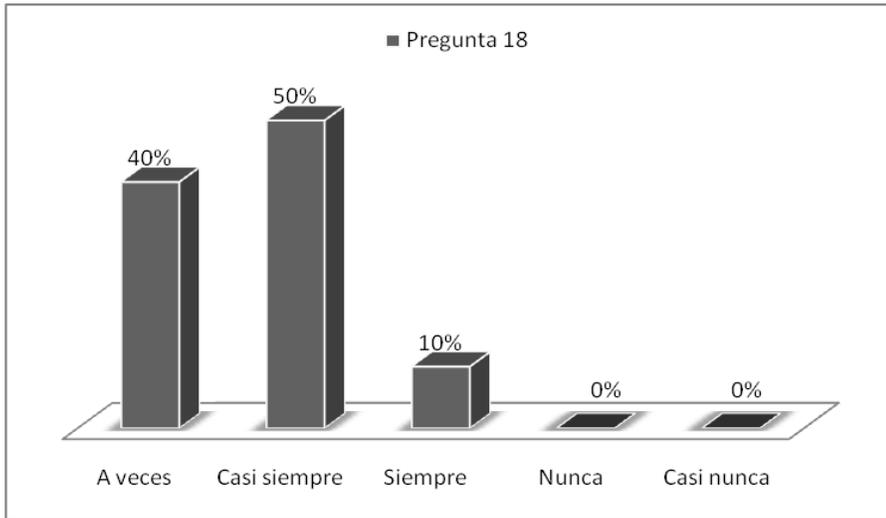
Pregunta 18: ¿Cómo institución considera que contribuye al desarrollo de Actividades Deportivas y/o Recreativas en la Zona del Mocoties del Estado Mérida?

Cuadro 33

Distribución de Frecuencias Absolutas

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
18	4	40	5	50	1	10	0	0	0	0	25/100

Grafico 29



En la pregunta 18, los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos respondieron el 50% casi siempre y 40% a veces, cómo institución considera que contribuye al desarrollo de Actividades Deportivas y/o Recreativas en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Estos resultados permiten deducir que la mayoría de los directivos del turismo y el deporte a nivel municipal contribuyen al desarrollo de Actividades Deportivas y/o Recreativas en la Zona del Mocoties del Estado Mérida, por ende, podrían contribuir en el desarrollo de las que se propongan en el plan estratégico que es necesario generar para impulsar de manera frecuente este tipo de actividades, que permita a los turistas participar de manera activa o pasiva en las misma, ofreciéndoles la posibilidad de satisfacer sus exigencias y necesidades en área deportiva o recreativa, contribuyendo mejorar la experiencia en la visita a la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

En relación a la definición de producto turístico deportivo, Expósito (2009) señala “será aquel cuya principal motivación será la de acudir algún evento deportivo como espectador o bien, la práctica de algún deporte al realizar un viaje”. En este sentido y considerando los resultados obtenidos es pertinente el diseño de una propuesta de actividades o eventos deportivos que se oriente al aprovechamiento de la plataforma de servicios turísticos de la Zona de Mocoties del Estado Mérida y el compromiso

que expresaron tener la mayoría de los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos al respecto, así como la experiencia que deben poseer con el desarrollo de las actividades deportivas y/o recreativas ejecutadas con sus equipos de trabajo.

Pregunta 19: ¿Posee articulaciones con los Prestadores de Servicios Turísticos/Cooperativas para garantizar el desarrollo de Actividades Deportivas y/o Turísticas?

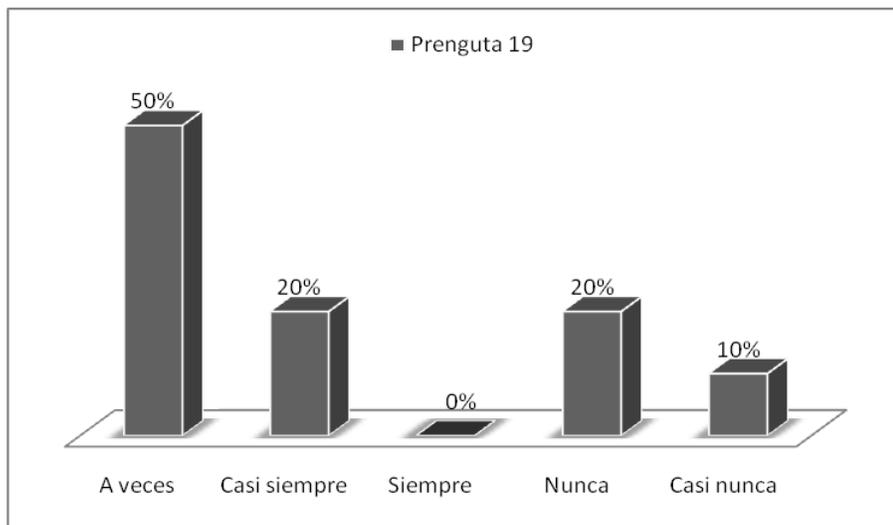
Cuadro 34

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Prestadores de Servicios Turísticos

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
19	5	50	2	20	0	0	2	20	1	10	25/100

www.bdigital.ula.ve

Grafico 30



En la pregunta 19, los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos respondieron el 50% a veces y 20% casi siempre, posee articulaciones con los Prestadores de Servicios

Turísticos/Cooperativas para garantizar el desarrollo de Actividades Deportivas y/o Turísticas. Estos resultados permiten deducir que no existen articulaciones permanentes con prestadores de servicios para garantizar el desarrollo de Actividades Deportivas y/o Turísticas, sin embargo, si logran integrarlos algunas veces, por lo cual es necesario establecer estrategias que garanticen articulaciones permanentes entre los prestadores de servicios y directivos municipales de turismo y deporte, en función de establecer un trabajo en equipo para lograr los objetivos comunes que se orientan al desarrollo de la actividad turística y deportiva en la Zona del Mocoties del Mérida.

Cabe destacar que de acuerdo al artículo 2 del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de la Ley Orgánica de Turismo se entiende como “Prestador de Servicios Turísticos: Toda persona natural, jurídica, de derecho público o privado, que realice actividades de prestación de servicios turísticos dentro del territorio nacional”. Por lo tanto para los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos, se tomar en cuenta todas las personas naturales o jurídicas que ofrecen servicios turísticos en la Zona del Mocoties, en función de sumar esfuerzos para garantizar la satisfacción de las necesidades e intereses de los turista e impulsar el desarrollo del turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Pregunta 20: ¿Considera que en la Zona del Mocoties del Estado Mérida se realiza una promoción y uso adecuado de las Potencialidades Turísticas y Deportivas que posee?

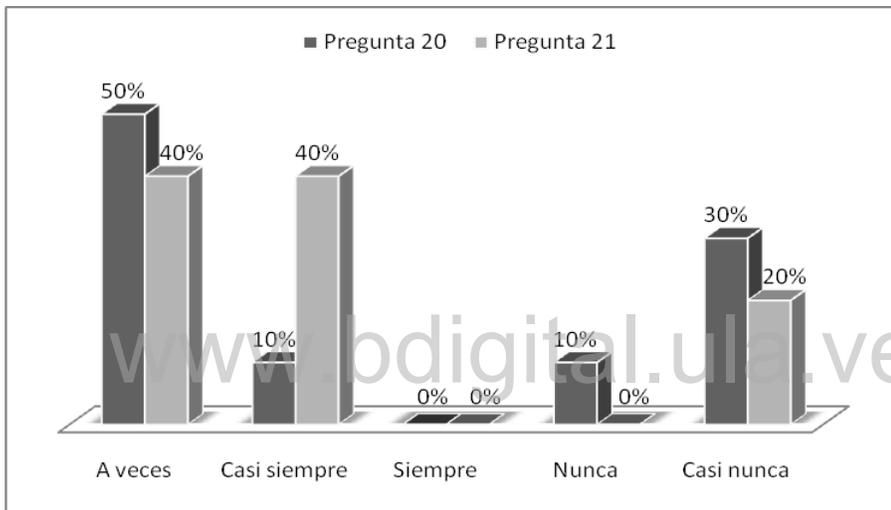
Pregunta 21: ¿Desarrolla proyectos y programas para el aprovechamiento de las potencialidades Turísticas y Deportivas que posee la Zona del Mocoties del Estado Mérida?

Cuadro 35

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Potencialidades Turísticas y Deportivas de la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
20	5	50	1	10	0	0	1	10	3	30	25/100
21	4	40	4	40	0	0	0	0	2	20	25/100

Grafico 31



En la pregunta 20, los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos respondieron un 50% a veces y 30% casi nunca, considera que en la Zona del Mocoties del Estado Mérida se realiza una promoción y uso adecuado de las Potencialidades Turísticas y Deportivas que posee. En la pregunta 21, el 40% a veces y 30% casi siempre. Estos resultados indican que la mayoría considera que se están desaprovechando las potencialidades turísticas de la Zona del Mocoties, ya que señalan que solo a veces y otros que casi nunca se realiza una promoción y uso adecuado de las misma.

En relación a las potencialidades turísticas, cabe destacar que comprenden los atractivos turísticos que según el artículo 2 del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de la Ley Orgánica de Turismo se definen como “Elementos físicos naturales o

artificiales y socio culturales, propios de un lugar, los cuales son determinantes para motivar, por si solos o en combinación con otros, la elección del destino por parte del turista y visitante, con fines de esparcimiento, recreación, diversión y otros”.

Por ende, se considera resulta necesario establecer en la propuesta a generar un conjunto de actividades deportivas, turísticas y organizativas que permitan generar una mayor promoción y uso adecuado de los atractivos turísticos y deportivos de la Zona del Mocoties del Estado Mérida, en función de incrementar las visitas a los atractivos turísticos y deportivos para motivar el consumo de servicios turísticos y contribuir al desarrollo del turismo deportivo.

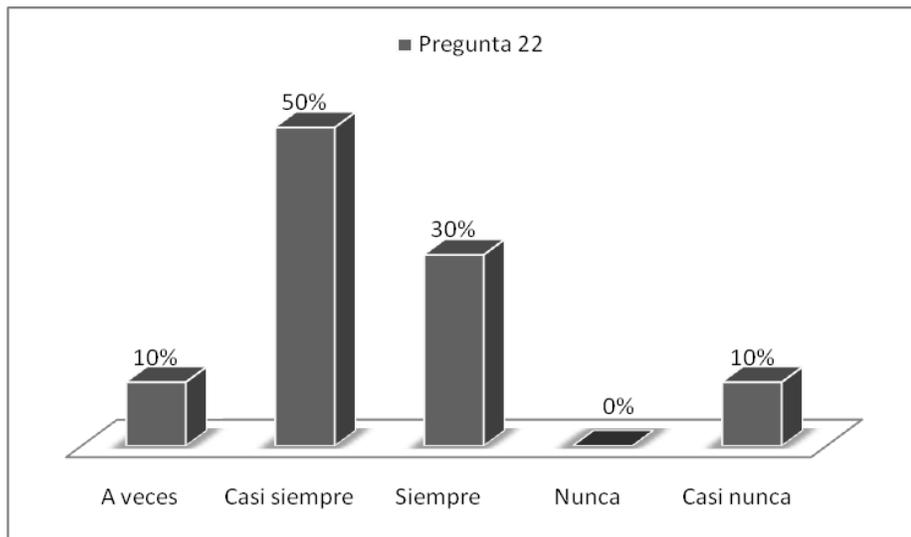
Pregunta 22: ¿Considera que la institución que dirige garantiza el cumplimiento de lo establecido jurídica y políticamente en el área turística y deportiva?

Cuadro 36

Distribución de Frecuencias Absolutas. Indicador: Legislación Turística y Deportiva Nacional y Municipal.

Pregunta	AV	%	CS	%	S	%	N	%	CN	%	Total/ 100%
22	1	10	5	50	3	30	0	0	1	10	25/100

Grafico 31



En la pregunta 22, los directores municipales de turismo y deporte y los administradores de atractivos turísticos y deportivos respondieron un 50% casi siempre y 30% siempre, considera que la institución que dirige garantiza el cumplimiento de lo establecido jurídica y políticamente en el área turística y deportiva. Estos resultados permiten deducir que la mayoría consideran que garantiza lo establecido jurídica y políticamente en el área turística y deportiva.

En este sentido, considerando la responsabilidad de los entes del estado para hacer cumplir las políticas establecidas en la Constitución (1999). República Bolivariana de Venezuela, la Ley Orgánica de Deporte, Actividad Física y Educación Física y la Ley Orgánica de Turismo, entre otras, resulta pertinente establecer dentro de la propuesta acciones o actividades que permitan vincular a los directores de turismo y deporte, así como las autoridades competentes que sea posible, en el plan estratégico que se pretende generar, para fortalecer el cumplimiento del rol que les corresponde.

Todo ello, en función de impulsar las articulaciones y acciones pertinentes para la gestión de las condiciones y recursos que se requieren para el desarrollo de los servicios turísticos deportivos a impulsar en conjunto con los prestadores de servicios turísticos de la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO

Cuestionario	Objetivos		
		Diagnosticar la situación actual del turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.	Determinar los servicios turístico-deportivos que podrían ofertarse en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.
Nº 1 Prestadores de Servicios Turísticos	Existe una plataforma de servicios turísticos, que en su mayoría son ofrecidos por prestadores de servicios turísticos que se proyectan en el corto plazo y manejan escasos planes o proyectos que les permitan visualizarse a largo plazo hacia mejorar la imagen, promoción y calidad de los servicios turísticos.	Se halla interés en la mayoría de contribuir con el desarrollo de actividades o eventos deportivos /recreativos como producto turístico deportivo, que debe complementarse con los servicios turísticos (hospedaje, gastronomía, entre otros) ofertados en la Zona, para establecer estrategias de marketing deportivo.	El diagnostico realizado del entorno de las organizaciones y los servicios que ofrecen, permite establecer objetivos, estrategias y proyectos que contribuyan al logro de los objetivos y metas que planteen, por medio de un plan operativo anual, que les permita evaluar y dar seguimiento, a lo que se establezca en la propuesta, desde el punto de vista operativo y estratégico.

<p>Nº 2</p> <p>Directores Municipales de Turismo y Deporte y Administradores de Atractivos Turísticos y Deportivos</p>	<p>Los entes del estado se concentran en desarrollar políticas turísticas netamente, en este sentido existe una carencia de planes o proyectos orientados a los aprovechamientos de los atractivos turísticos y deportivos para el desarrollo del turismo deportivo.</p>	<p>Promueven actividades deportivas y turísticas específicas a su área, que solo a veces se vinculan y orientan a contribuir al desarrollo del turismo, sin embargo, tienen la disposición de contribuir con el desarrollo de actividades o eventos deportivos /recreativos como producto turístico deportivo, así como interés en apoyar estrategias de marketing deportivo orientadas a este fin.</p>	<p>Existe la carencia en de un diagnóstico actualizado entorno al turismo deportivo, sin embargo manejan un plan operativo anual que debe ser flexible y sujeto a cambios, por lo cual es pertinente establecer una propuesta de objetivos, estrategias, y proyectos orientados al desarrollo del turismo deportivo y fortalecer su vinculación con los prestadores de servicios turísticos para alcanzar metas en común a establecer en la propuesta.</p>
<p>Conclusión</p>	<p>El turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida necesita de la vinculación y articulación entre los prestadores de servicios y los entes del estado para impulsar su desarrollo.</p>	<p>Existen diversos atractivos turísticos y deportivos que pueden permitir el desarrollo de actividades o eventos deportivos como producto turístico deportivo para el aprovechamiento y uso adecuado de recursos.</p>	<p>Es preciso establecer objetivos, estrategias y proyectos que puedan ser compartidos entre los actores que se involucren, en función de establecer en un Plan Operativo Anual que se oriente al desarrollo del turismo deportivo.</p>

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

Título de la Propuesta

PLAN ESTRATÉGICO GERENCIAL PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DEPORTIVO EN LA ZONA DEL MOCOTIES DEL ESTADO MÉRIDA

Presentación de la Propuesta

En este capítulo se propone un plan estratégico para el desarrollo del turismo deportivo en la Zona del Mocoties de Estado Mérida, como resultado de la aplicación de la planificación estratégica para el análisis del entorno y establecer una guía de trabajo a seguir para lograr los objetivos propuestos por la organización que se genere y marcar el rumbo de la misma durante su puesta en marcha y desempeño. Estableciendo, a través de dicho plan los objetivos, estrategias, programas, recursos, presupuestos y métodos de control y seguimiento a emplear para alcanzar su misión y visión a largo plazo.

Por consiguiente cabe señalar que dicho plan se fundamenta en los resultados obtenidos con la investigación de campo y la aplicación de los instrumentos realizados y analizados, así como del análisis de las investigaciones antes citadas en el trabajo, la revisión bibliográfica de los aspectos teóricos y prácticos a tener en cuenta para el desarrollo de servicios turístico deportivos de calidad, lo cual permitió obtener la información necesaria para el desarrollo y cumplimiento de las fases que componen el proceso de planificación estratégica que se describen más adelante en la estructura de la propuesta.

Justificación

La planificación estratégica en el ámbito organizacional es un proceso que representa una herramienta fundamental para alcanzar fines, por los cuales ha sido creada cualquier organización, es por ello que cada vez es aplicada con más frecuencia dentro de los procesos de gestión que desarrollan los directivos, ya que a través de esta se establece el rumbo a seguir para alcanzar los resultados deseados, utilizando como guía el resultado tangible de este proceso que es el plan estratégico.

En relación a lo anteriormente mencionado, se considera relevante la propuesta del Plan Estratégico Gerencial para el Desarrollo del Turismo Deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida, en el sentido de que brinda una guía de trabajo clara y específica a los directivos de las organizaciones públicas y privadas del sector turismo y deporte, ya que propone los objetivos, estrategias, valores, políticas y proyectos a desarrollar en el corto, mediano y largo plazo, de manera detallada y programada en función de que una vez establecidas las vinculaciones y articulaciones entre los prestadores de servicios turísticos y los entes del estado, se consideren los recursos requeridos y que estos pongan a disposición para iniciar la oferta de servicios turístico deportivos estos sean empleados de manera eficiente y eficaz en la satisfacción de la demanda potencial.

De igual manera, se considera que la aplicación del mencionado plan estratégico, promueve el aprovechamiento del potencial turístico que posee la Zona del Mocoties del Estado Mérida, a través del desarrollo de servicios turístico deportivos, orientados a generar incremento en la demanda turística y deportiva, que traiga consigo autogestión para impulsar el desarrollo de actividades deportivas y/o recreativas, así como beneficios económicos para los prestadores de servicios turísticos de la zona involucrados de manera directa e indirecta en el mismo, lo que contribuiría a mejorar la calidad de vida de un porcentaje de la población.

Por otra parte la oferta de los servicios turísticos deportivos propuestos, traería como beneficio para los turistas deportivos que visitan la Zona del Mocoties una oportunidad para el disfrute de los atractivos turísticos de la zona, así como la

posibilidad de participar de manera activa o pasiva en actividades deportivas y recreativas que cumplan con los requerimientos materiales y técnicos para realizarlas de manera segura y adecuada, satisfaciendo sus necesidades y expectativas del destino turístico.

En tal sentido, la satisfacción de los turistas deportivos, se considera es otro de los aspectos que puede generar una contribución, en cuanto a la expansión y posicionamiento de la imagen del destino turístico en el mercado turístico regional, nacional e internacional, en la medida en que los servicios turístico deportivos logren introducirse y posicionarse en estos mercados competitivos con la aplicación y seguimiento necesario del presente plan estratégico, realizándole los ajustes pertinentes con respecto a los cambios del entorno global del mercado turístico y ámbito deportivo para orientarse a la mejora continua de los servicios turísticos deportivos.

PLAN ESTRATÉGICO GERENCIAL PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DEPORTIVO EN LA ZONA DEL MOCOTIES DEL ESTADO MÉRIDA

Visión

Consolidar y posicionar la imagen de la Zona del Mocoties del Estado Mérida como destino turístico, por medio del aprovechamiento de sus atractivos turísticos y deportivos en la prestación de servicios turístico deportivos de calidad y excelencia.

Misión

Proporcionar y ofrecer a los turistas deportivos, servicios de calidad, seguridad, confiabilidad, economía y confort que le permitan participar activa o pasivamente en actividades deportivas y recreativas disfrutando de los atractivos turísticos de la Zona del Mocoties del Estado Mérida, satisfaciendo sus necesidades y expectativas.

Valores Compartidos

- Enfocar todos los esfuerzos en los servicios de atención al cliente.
- Proyectar a los prestadores de servicios y entes que se involucren como unas instituciones amigas en la que sus clientes y usuarios puedan confiar la calidad de sus actividades.
- Categorizarse como instituciones serias y responsables en sus funciones profesionales.
- Estar siempre a la vanguardia de los servicios sin distinción de grupos sociales.
- Contar con un personal altamente calificado en las relaciones humanas.
- Ser instituciones con criterios claros y precisos en la toma de decisiones.
- Crear el sentido de pertinencia en los empleados y promotores.
- Mantener siempre una imagen de calidad.

Políticas Organizacionales

- Brindar un trato humanitario servicial y social a los clientes y empleados.
- Los clientes más frecuentes son los usuarios activos, los cuales son valorados en una base de datos que garantiza descuentos, oportunidades de pago, premios, entre otras ofertas.
- Considerar el ajuste de las cuotas de servicio para garantizar a los clientes seguridad y fidelidad.
- Los servicios con los clientes y usuarios son de carácter profesional.
- Reservar y respetar estrictamente los derechos de privacidad de los clientes y usuarios.
- Establecer convenios con otras instituciones que cumplan otros fines y servicios para garantizar la calidad de los servicios.
- Garantizar el cuidado, cumplimiento y el respeto de las políticas sociales y medioambientales existentes en la actualidad.

Objetivo General de la Propuesta

Diseñar un Plan Estratégico Gerencial para el desarrollo del Turismo Deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Objetivos Estratégicos

Objetivo I

Promover la oferta de servicios turísticos deportivos que integren planes y programas de actividades turísticas y deportivas.

Estrategias

- Gestión de recursos humanos y materiales para iniciar la oferta de los servicios turístico deportivos.
- Actualización y capacitación permanente de los recursos humanos que se integren.
- Establecer procesos para la mejora continua de los planes y proyectos para la prestación de servicios turísticos deportivos.
- Estudiar constantemente las tendencias del entorno deportivo y mercado turístico.

Objetivo II

- Promover el aprovechamiento del potencial turístico y deportivo de la Zona del Mocoties del Estado Mérida, a través de convenios y la promoción de servicios.

Estrategias

- Establecer los convenios y contratos necesarios entre los prestadores de servicios para la formación de un clúster comercial, que permita ofrecer servicios de calidad..
- Promocionar y desarrollar los servicios turísticos deportivos en las diferentes rutas turísticas que posee la Zona del Mocoties del Estado Mérida.
- Contribuir al mejoramiento, mantenimiento y toma de conciencia de la utilización racional de los espacios naturales e infraestructuras para la práctica deportiva.

Objetivo III

Introducir y posicionar los servicios turísticos deportivos en el mercado competitivo.

Estrategias

- Desarrollar estudios del mercado turístico y deportivo de manera frecuente.
- Desarrollar estrategias de marketing deportivo que permitan incrementar la demanda turística y desarrollar la imagen de la empresa.
- Establecer convenios y contratos con las instituciones públicas y agencias de viajes encargadas de la promoción de servicios.

Objetivo IV

Impulsar la práctica deportiva y actividad turística en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Estrategias

- Planificación y organización frecuente de Eventos Deportivos.
- Planificación y organización de Actividades Medioambientales.
- Promover la integración del sector turístico y deportivo para impulsar el desarrollo de ambos.

Metas del Plan Estratégico Gerencial:

En virtud del impacto esperado en la ejecución del Plan, a continuación se presentan las siguientes metas:

- Ofrecer a los turistas que visitan la Zona del Mocoties, una variedad de servicios turísticos que integren proyectos y planes de actividades turísticas y deportivas, a costos accesibles.
- Incrementar la demanda turística en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.
- Generar empleos directos e indirectos con la puesta en marcha del proyecto.
- Realizar varios eventos deportivos al año con el patrocinio de proveedores de servicios de la zona.

**PROGRAMA DE ACTIVIDADES PARA IMPULSAR EL DESARROLLO
DEL TURISMO DEPORTIVO EN LA ZONA DEL MOCOTIES DEL
ESTADO MERIDA**

Proyecto I

Generar un equipo de recursos humanos y materiales para iniciar la oferta de los servicios turístico deportivos.

Objetivo: Promover la oferta de servicios turísticos deportivos que integren planes y programas de actividades turísticas y deportivas.													
Estrategia: Gestión de recursos humanos y materiales para iniciar la oferta de los servicios turístico deportivos.													
Programa de Actividades Proyecto I	Enero				Febrero				Marzo				Producto
	Semanas				Semanas				Semanas				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	Capacitación de Prestadores de Servicios Turísticos y entes que se involucren.
Desarrollo de Talleres sobre la planificación estratégica y el Plan Operativo Anual como resultado de la misma.													
Elaboración y aprobación de Proyectos para el Desarrollo Turismo Deportivo.													Documento de Proyectos para el Desarrollo Turismo Deportivo.
Presentación del Proyectos a las posibles fuentes de financiamiento y patrocinio deportivo.													Disponibilidad de Recursos Económicos.
Conformación de equipo de trabajo con Profesionales del área turística y deportiva.													Equipo de Trabajo Calificado
Inventario de Recursos Disponibles para la prestación de Servicios Turísticos Deportivos													Base de datos de los Recursos Disponibles para el Equipo de Trabajo.
Recursos Humanos: Equipo promotor del Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida	Recursos Materiales: Pizarra, marcadores, tiza, papel bond, lápices, hojas blancas.								Evaluación: Cuestionario, Lista de Cotejo.				

Proyecto II

Formación de un Clúster comercial entre los prestadores de servicios locales y regionales para la oferta de servicios turísticos deportivos.

Objetivo: Impulsar el aprovechamiento del potencial turístico y deportivo de la Zona del Mocoties del Estado Mérida, a través de convenios y la promoción de servicios.													
Estrategia: Establecer los convenios y contratos necesarios entre los prestadores de servicios para la formación de un clúster comercial, que permita ofrecer servicios de calidad.													
Programa de Actividades Proyecto II	Abril				Mayo				Junio				Producto
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Visita y selección de los prestadores de servicios turísticos y entes a involucrar en el clúster comercial.													Promoción de Clúster Comercial.
Discusión y aprobación de las Propuestas Comerciales a desarrollar entre los prestadores de servicios turísticos y entes que se involucren.													Establecimiento de acuerdos y convenios para Clúster Comercial.
Iniciar la oferta de planes y programas de servicios turísticos deportivos en las rutas turísticas y espacios deportivos de la Zona del Mocoties del Estado Mérida.													Clúster Comercial con variedad de servicios.
Impulsar el desarrollo de jornadas de mantenimiento y mejoramiento de los atractivos turísticos y deportivos de la Zona del Mocoties del Estado Mérida.													Jornadas de mantenimiento y mejoramiento de los atractivos turísticos y deportivos
Recursos Humanos: -Equipo promotor del Plan Estratégico. -Prestadores de Servicios Turísticos, Entes Involucrados y Voluntariado.	Recursos Materiales: Pizarra, marcadores, tiza, papel bond, lápices, hojas blancas, materiales e implementos de limpieza de infraestructura y espacios naturales.								Evaluación: Cuestionario, Lista de Cotejo.				

Proyecto III

Desarrollo de estrategias y acuerdos comerciales entre organizaciones públicas y privadas del Sector Turístico y Deportivo.

Objetivo: Introducir y posicionar los servicios turísticos deportivos en el mercado turístico y deportivo.									
Estrategia: Establecer convenios y contratos entre las organizaciones públicas y privadas encargadas de la promoción y desarrollo del turismo y deporte.									
Programa de Actividades Proyecto III	M	J	J	A	S	O	N	D	Producto
Realizar un estudio de mercado de los servicios turístico deportivos a ofertar.									Documento de Estudio de Mercado actualizado.
Diseñar programas y planes de servicios turísticos y deportivos para ofertarlos.									Servicios Turísticos Deportivos.
Gestionar Patrocinio Deportivo para desarrollo de actividades y eventos deportivos o recreativos.									
Realizar una campaña de publicitaria de los servicios turísticos deportivos a ofertar.									Promoción de los Servicios Turístico Deportivos.
Establecer acuerdos con las agencia de viaje para la oferta de los servicios a través de ellas.									Promoción de los Servicios Turístico Deportivos.
Visitar organizaciones deportivas y otras para ofrecerles directamente los servicios turísticos deportivos.									Promoción de los Servicios Turístico Deportivos.
Recursos Humanos: Equipo promotor del Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida	Recursos Materiales: Pizarra, marcadores, tiza, papel bond, lápices, hojas blancas, computadora, impresora.							Evaluación: Cuestionario, Lista de Cotejo.	

Proyecto IV

Planificación y Organización de Eventos Deportivos.

Objetivo: Impulsar la práctica deportiva y actividad turística en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.													
Estrategia: Planificación y organización frecuente de Eventos Deportivos.													
Descripción de Actividades Proyecto IV	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Producto
Rutas de Cicloturismo Valle del Mocoties													Evento Deportivo
Clásicos Ciclístico de Montaña Valle del Mocoties													Evento Deportivo
Caminatas Valle del Mocoties													Evento Deportivo
Maratón Valle del Mocoties													
Ultra Maratón Valle del Mocoties													
Recursos Humanos: -Equipo promotor del Plan Estratégico. -Prestadores de Servicios Turísticos, Entes Involucrados y Voluntariado.	Recursos Materiales: Pizarra, marcadores, tiza, papel bond, lápices, hojas blancas, computadora, impresora, materiales e implementos de limpieza de infraestructura y espacios naturales, trofeos, medallas, certificados, hidratación y refrigerios.									Evaluación: Cuestionario, Lista de Cotejo.			

PLAN ANUAL DE MARKETING

Objetivos Generales

- Promover la oferta de servicios turísticos deportivos que integren planes y programas de actividades turísticas y deportivas.
- Impulsar el aprovechamiento del potencial turístico y deportivo de la Zona del Mocoties del Estado Mérida, a través de convenios y la promoción de servicios.
- Introducir y posicionar los servicios turísticos deportivos en el mercado turístico y deportivo.

-Impulsar la práctica deportiva y actividad turística en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Estrategias

- Gestión de recursos humanos y materiales para iniciar la oferta de los servicios turístico deportivos.
- Establecer los convenios y contratos necesarios entre los prestadores de servicios para la formación de un clúster comercial, que permita ofrecer servicios de calidad.
- Establecer convenios y contratos entre las organizaciones públicas y privadas encargadas de la promoción y desarrollo del turismo y deporte.
- Planificación y organización frecuente de Eventos Deportivos.

Cronograma del Plan Anual de Marketing

Formación de un Clúster comercial entre los prestadores de servicios locales y regionales para la oferta de servicios turísticos deportivos.

www.bdigital.ula.ve

Programa de Proyectos	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Producto
I. Generar un equipo de recursos humanos y materiales para iniciar la oferta de los servicios turístico deportivos.													Activos Fijos
II. Formación de un Clúster comercial entre los prestadores de servicios locales y regionales para la oferta de servicios turísticos deportivos.													Servicios Turístico Deportivos de Calidad
III. Desarrollo de estrategias y acuerdos comerciales entre organizaciones públicas y privadas del Sector Turístico y Deportivo.													Imagen Comercial
IV. Planificación y Organización de Eventos Deportivos.													Eventos Deportivos

PROPUESTA DE SERVICIOS TURÍSTICO DEPORTIVOS POTENCIALES EN LA ZONA DEL MOCOTIES DEL ESTADO MÉRIDA

Estudio de Mercado

Características del Servicio Turístico Deportivo

Se pretende ofrecer un servicio turístico deportivo compuesto por la combinación de los servicios de transporte, alquiler de implementos y aditamentos deportivos, asesoría técnica especializada, guía turístico y recreador para garantizar a los turistas deportivos el disfrute y exploración de los atractivos turísticos que posee la Zona del Mocoties del Estado Mérida, participando activa o pasivamente en actividades deportivas y recreativas programadas previamente en un itinerario de viaje.

Por consiguiente en función de atender las diversas necesidades y características especiales de los turistas deportivos se ofrecen tres niveles de dificultad en las actividades físico-deportivas y recreativas, de manera que puedan elegir las que conformaran su itinerario de acuerdo a sus gustos y capacidades físicas.

Niveles de dificultades

Dificultad Baja: Viaje con poca exigencia física, adecuado para todas las edades, acondicionados para el mayor disfrute y comodidad de grupos familiares, personas mayores o con algún impedimento físico, hospedaje en posadas u hoteles.

Dificultad Media: Viaje de moderada exigencia física, caminatas de 4 ó 5 horas de recorrido en alturas no mayor a los 3000 m.s.n.m; paseos a caballo, caminos poco accidentados, pernocta en carpas de montaña. En bicicleta de montaña rutas con poco desnivel y descensos no muy técnicos.

Orientadas a personas con actividad física cotidiana.

Dificultad Alta: Viaje con exigente condición física, caminatas de alta montaña con alturas que rondan desde los 2000 hasta los 5000 m.s.n.m., escaladas en roca, caminatas diarias de 7 a 8 horas de duración, recorridos largos diarios, en bicicleta descensos técnicos y altos desniveles. Orientadas a personas con actividad física constante y buena salud mental.

De igual manera pretende ofrecer los servicios de reservación y contratación de los servicios complementarios como son: hospedaje, gastronomía, información turística y otros, para garantizar la amena y satisfactoria estadía de los usuarios en este destino turístico disfrutando de todos los atractivos que desee visitar.

Área de Influencia del Proyecto

Los servicios turísticos deportivos a ofrecer pretenden abarcar todo el territorio del Estado Mérida y en consecuencia a los turistas deportivos que lo visitan con el principal interés de explorar y conocer los atractivos turísticos y a su vez participar activa o pasiva en actividades deportivas o recreativas.

Análisis de la Demanda

Se refiere a todos los aspectos relacionados con la existencia de demanda de un bien o servicio que se busca producir, además este análisis tiene por objeto demostrar y cuantificar el número de demandantes que estarán dispuestos a comprar o adquirir un servicio. En el caso de la presente propuesta, la demanda será de manera descriptiva debido a que no se cuenta con cifras confiables para su respectivo análisis. Para este caso la demanda será por parte de los turistas que visitan el Estado Mérida y requieran los servicios de los prestadores de servicios turísticos y entes públicos como privados, en las diferentes temporadas del año, por lo cual se analizó las estadísticas realizadas y publicadas por CORMETUR y el Instituto Nacional de Estadísticas que se describen a continuación.

En relación al motivo de visita manifestado por la mayoría de turistas tanto nacionales como extranjeros, desde el año 2000 hasta el carnaval del 2006, destacan las vacaciones, seguido de una leve porción que visitó a familiares y amigos. Una

reducida porción mencionó asuntos laborales, negocios, estudios o salud (CORMETUR, 2006). Entre los principales atractivos indicados por los visitantes y recabados por CORMETUR (2005) se destacan, en turistas extranjeros y nacionales, en primer lugar, el clima y los recursos naturales, seguido de la economía del destino turístico, y de la existencia de cultura y pueblos típicos. En el caso de los turistas extranjeros y parte de turistas nacionales prevalece en cuarto lugar la práctica de turismo de aventura y deportes de montaña. Dentro de los cuales están los mencionados en el cuadro siguiente:

Deportes de aventura practicados por los turistas nacionales y extranjeros

Deportes	2004	Carnaval 2005	Vac. Escolares 2005	Carnaval 2006
Ciclismo de Montaña	8	11,25	10,25	3,66
Vuelo de Parapente	7	2,15	1,13	5,18
Rafting	0	1,93	1,51	3,96
Montañismo	23	9,22	14,2	6,4
Escalada	17	5,8	5,03	4,88
Rappel	2	0	0,83	1,52
Otros	0	0	16,08	3,05
Ninguno	0	0	40,58	67,07
No Contesta	0	0	10,3	4,27

Fuente: Datos estimados por CORMETUR (2006).

Tomando en cuenta las estadísticas mencionadas y publicadas por los entes señalados se considera que el principal motivo de visita de los turistas es disfrutar de los atractivos turísticos y a su vez participar activa o pasivamente en actividades deportivas y recreativas que generalmente se encuentran y son ofrecidas por los proveedores de servicios establecidos en la zona metropolitana, por lo que en consecuencia la demanda se concentra en dicha zona.

Análisis de la Demanda Potencial.

La demanda futura de servicios turísticos deportivos por parte de los turistas deportivos que visitan el Estado Mérida, pone en evidencia la oportunidad que se le presenta a los prestadores de servicios y entes públicos o privados para establecer sus servicios ya que la demanda turística es creciente a nivel general del Estado Mérida.

Por consiguiente la propuesta pretende crear su propia demanda en virtud de ser innovadora en el sentido de que pretende ofrecer un servicio turístico deportivo de excelente calidad a los demandantes del mismo, en la Zona del Mocoties del Estado Mérida. A partir de la revisión documental de los servicios que ofertan las diferentes organizaciones que prestan este tipo de servicio en el Estado Mérida.

En tal sentido considerando los diferentes gustos y motivos de práctica de la demanda potencial en particular los turistas deportivos, será segmentada en cuatro grupos con la finalidad de atender y satisfacer las necesidades y exigencias especiales de cada uno de ellos, los cuales son:

Deportistas Extremos: comprende todos los atletas profesionales o con experiencia y óptimas condiciones físicas para desarrollar actividades deportivas de riesgo controlado y alto riesgo como rafting , escalada en roca, descenso de cascadas, alpinismo, ciclismo de montaña modalidad descenso extremo, rutas de ciclismo de gran dificultad entre otras.

Practicantes Aficionados: son las deportistas que practican actividades físicas y deportivas de manera regular como hobby por lo que poseen cierta condición física para desarrollar actividades deportivas con cierto grado de exigencia y dificultan acordes a sus condiciones y gustos.

Grupos de Atletas de Alto Rendimiento: son los equipos o grupos de atletas de disciplinas deportivas específicas que viajan a un lugar que cumpla con ciertas características que le permitan desarrollar sus planes de entrenamiento en condiciones

especiales como la altitud, con el objetivo de concentrarse y lograr la preparación física necesaria para obtener los resultados deportivos deseados.

Grupos Familiares: se refiere a las familias que viajan con la mayoría de sus miembros a un lugar con la finalidad de disfrutar de su tiempo libre en las diferentes temporadas del año de manera activa, por lo que las actividades a ofrecerles deben adecuarse a sus edades y condición física.

Análisis de la Oferta

El propósito que se persigue en el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio; la oferta al igual que la demanda, está determinada en función de una serie de factores, como son: los precios en el mercado del producto o servicio, los apoyos gubernamentales a la producción, los gustos y preferencias de los consumidores, los ingresos, entre otros.

En cuanto a los servicios turístico deportivos en el Estado Mérida, cabe señalar que los proveedores de este tipo de servicios se encuentran establecidos en su mayoría en la Zona Metropolitana operando y desarrollando sus servicios generalmente en las rutas turísticas que se encuentran en el perímetro de esta zona, desde hace aproximadamente una década por lo que se considera poseen cierto grado de experiencia y recursos para desarrollar sus fines, sin embargo se concentran todos en una misma zona turística y ofrecen son pocos los que ofrecen variedad de servicios para la participación activa o pasiva en actividades deportivas o recreativas, ya que se concentran en la oferta de servicios de transporte, reservación de hospedaje e información gastronómica y turística, como servicio de guía turística para la visita de los sitios temáticos y de interés turístico que se encuentran en el perímetro de la Zona Metropolitana.

Análisis de los Niveles de Precios

El precio, es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o un servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio en el estudio de mercado, se analizan los precios de los bienes y servicios que se esperan producir con el propósito de caracterizar de qué forma se determinan y el impacto de una alteración de los precios en la oferta y demanda del producto.

En tal sentido, tomando en cuenta que los niveles de precios establecidos por los proveedores de servicios en el mercado del turismo deportivo del Estado Mérida, se establecen los niveles de precios que se presentan a continuación, con miras a tener una fuerza de competencia que permita ofrecer productos accesibles para la demanda potencial del mercado, concentrados en el aprovechamiento de las principales rutas turísticas de la Zona del Mocoties y sus principales atractivos turísticos.

www.bdigital.ula.ve

Cuadro 2

Niveles de Precios

RUTAS ZONA DEL MOCOTIES	SITIOS DE INTERES TURISTICO	PAQUETE DE SERVICIOS TURISTICO DEPORTIVOS	1 Pax Bs.f	2 – 4 Pax Bs.f	5 –7 Pax Bs.f	8 – 10 Pax Bs.f	11-14 Pax Bs.f
Ruta del Café (Municipio Antonio Pinto Salinas)	-Hacienda “La Victoria”, albergue del Museo del Café y El Inmigrante.	-Traslado a los lugares de interés turístico. -Excursión por los monumentos naturales.	Sujeto a Cambios de Costos	Sujeto a Cambios de Costos	Sujeto a Cambios de Costos	Sujeto a Cambios de Costos	Sujeto a Cambios de Costos
	-Ruta del Café Parroquia Mesa de las Palmas. -Cascada del Guayabal.	-Escalada en Roca y Descenso de Cascadas. -Ruta de ciclismo de montaña.	Sujeto a Cambios de Costos	Sujeto a Cambios de Costos	Sujeto a Cambios de Costos	Sujeto a Cambios de Costos	Sujeto a Cambios de Costos
	-Balneario “Las Vegas”. -Iglesia Santa Cruz de Mora.	-Préstamo de equipamiento deportivo. -Recreador. -Guía Turístico.					

Ruta Sultana del Mocoties (Municipio Tovar)	-Monumento Natural la Galera.	-Traslado a los lugares de interés turístico.	Sujeto a Cambios de Costos				
	Mirador Turístico Colorama.	-Excursión por los monumentos naturales.	TOURS 1/2 DIA				
	-Balneario Cucuchica.	-Ruta de ciclismo de montaña.					
	-Ruta del Arte.	-Préstamo de equipamiento deportivo.					
	-Coliseo de Tovar.	-Recreador.	Sujeto a Cambios de Costos				
	-Iglesia de Tovar.	-Guía Turístico.	TOURS 1/2 DIA				

Ruta Bailadores (Municipio Rivas Dávila)	-Cascada India Carú. -El Valle de la Tapias. -El Molino de Trigo. -Laguna de los Lirios, Las Palmas y la Negra. -Aguas Termales de la Virgen del Duri. -La Casa del Libertador. -Museo Dr. Humberto Barrillas. -Iglesia Nuestra Señora de la Candelaria.	-Traslado a los lugares de interés turístico. -Excursión por los monumentos naturales. -Escalada en Roca y Descenso de Cascadas. -Ruta de ciclismo de montaña. -Préstamo de equipamiento deportivo de Ciclismo. -Recreador. -Guía Turístico.	Sujeto a Cambios de Costos					
	TOURS 1/2 DIA					Sujeto a Cambios de Costos	Sujeto a Cambios de Costos	Sujeto a Cambios de Costos
TOURS 1/2 DIA					Sujeto a Cambios de Costos			

Ruta Pueblos del Sur (Municipio Guaraque)	-Parajes con vistas panorámicas de la ciudad de Tovar. -Paramo con parajes y vista de abundante y variada vegetación. -Rio las Lajas. -Cultivos de Café y Hortalizas. -Iglesia de Guaraque.	-Traslado a los lugares de interés turístico. -Excursión por los monumentos naturales. -Ruta de ciclismo de montaña. -Préstamo de equipamiento deportivo. -Recreador. -Guía Turístico.	Sujeto a Cambios de Costos				
<div style="border: 1px dashed black; padding: 10px; display: inline-block;"> TOURS 1/2 DIA </div>							

Fuente: Cálculos Propios.

OBSERVACIONES:

1. Tarifas por Persona en Bs.F
 2. Tarifas Sujetas a Cambio.
 3. 01 Niño entre 0 - 4 años de edad gratis (No incluye Comidas). 01 Niño entre 5-10 años de edad –50% de descuento.
- ✓ Para Turistas extranjeros que no hablen el idioma español se cobrará un cargo adicional por concepto de los servicios de un Guía Bilingüe. (Consultar Tarifas)
 - ✓ Para Grupos Mayores de 15 Pax Consultar Tarifas.

Promoción y Comercialización

Para la promoción y comercialización de los servicios turístico deportivos se tiene previsto realizar campañas publicitarias a través de sitios web, medios radiales a nivel local y regional, así como también estarán repartiendo de folletos publicitarios a los clientes potenciales en función de dar a conocer y ofertar los servicios.

De igual manera se pretende emplear como estrategia de marketing convenios con las agencias de viaje para promocionar los servicios a través de sus medios y oferta directa a su cartelera de clientes.

En cuanto al canal de comercialización que comprende la ruta que toma un producto o servicio para pasar a los consumidores y usuarios finales, en el caso de productos se detienen en diferentes puntos donde toman mayor precio debido a los procesos que sufren durante la ruta y en el caso de los servicios es más directo, en el caso de los servicios turístico deportivos a ofertar por los prestadores de servicios turísticos y entes públicos o privados de la Zona del Mocoties del Estado Mérida se utilizara el canal de comercialización más directo. Que es el siguiente:

PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS → DEMANDANTE → MERCADO LOCAL O NACIONAL

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DEPORTIVO EN LA ZONA DEL MOCOTIES DEL ESTADO MÉRIDA

Con el objeto de evaluar las políticas y estrategias previstas en el plan y su adecuación a los cambios que se generan en el entorno, se contempla la implantación de un sistema de seguimiento y evaluación, que medirá el alcance de las metas y flexibilidad en la planificación; así como, prever posibles desviaciones e introducir los correctivos necesarios durante su implementación. De esta manera, para implantar el sistema de seguimiento y evaluación, se emprenderán las siguientes acciones:

-Constitución de un comité de seguimiento y evaluación conformado por los distintos actores a involucrar en el proceso productivo de los servicios turístico deportivos, que permita el monitoreo y medición de los alcances y resultados del proceso.

-Encuentros trimestrales entre los miembros del comité para la evaluación de los alcances e intercambio de resultados.

-Implementar el uso de sitios web para interactuar con los actores directos e indirectos a involucrar o beneficiar a través del plan, en función de estimar los avances logrados y la percepción de los mismos respecto al proceso productivo.

Este sistema, de acuerdo a las mediciones periódicas y a los resultados arrojados, permitirá analizar los siguientes aspectos:

-Participación de los actores involucrados en el proceso de producción de los servicios turístico deportivos.

-Flujo de turistas atendidos.

-Evolución del gasto turístico de los visitantes.

-Empleos directos e indirectos generados por la actividad turística deportiva.

www.bdigital.ula.ve

Capítulo VI

CONCLUSIONES Y REFLEXIONES

Conclusiones

La Zona del Mocoties del Estado Mérida, cuenta con un potencial turístico que se caracteriza por diversos atractivos turísticos y deportivos entre los cuales se encuentran: espacios y patrimonios naturales, culturales, históricos y de infraestructuras ideales para el desarrollo del turismo deportivo, por lo cual los servicios turístico deportivos que se adaptan a las potencialidades identificadas son: el ciclismo de montaña, senderismo, montanismo, escalada, el descenso de cascadas y actividades medio ambientales, los cuales representan una alternativa para impulsar el aprovechamiento del potencial turístico y practica de actividades físico deportivas y recreativas, a través de la promoción de las rutas turísticas caracterizadas con sus sitios de interés y mapas de rutas para su visita en la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

En este sentido, deben establecerse las vinculaciones y articulaciones necesarias entre los prestadores de servicios y entes del estado, para impulsar la ejecución del plan estratégico propuesto, en función de orientar el trabajo en equipo hacia el logro de los objetivos planteados y desarrollo de las estrategias seleccionadas, en función de iniciar la oferta de servicios turísticos deportivos que permitan aprovechar el potencial turístico y deportivo de la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

Así mismo, se identifica que a pesar de que existe una carencia de planes o programas específicos para el desarrollo del turismo deportivo, si existe interés en los prestadores de servicios y entes del estado en contribuir con el desarrollo del turismo deportivo, ya que coinciden que de esta manera se puede impulsar el desarrollo económico, social, cultural y deportivo de la población a beneficiar de manera directa

e indirecta. En tal sentido el plan estratégico elaborado es una alternativa viable que contiene una guía de trabajo para orientar el proceso de introducir y posicionar en el mercado turístico deportivo un servicio innovador en esta zona del Estado Mérida, que satisfaga las necesidades y expectativas de los turistas deportivos que la visitan y desean atraer.

Reflexiones

Es preciso realizar un estudio de mercado profundo al momento de ejecutar el plan estratégico, en función de conocer con exactitud la situación actual del mercado turístico deportivo y su demanda en ese momento, ya que el entorno se encuentra en constante cambio y deben realizarse los ajustes necesarios para alcanzar los objetivos establecidos.

De igual manera que el capital humano responsable e involucrado en la ejecución del plan estratégico participe en el proceso de capacitación propuesto, en función de que tenga conocimiento del mismo y se desempeñe en función de los objetivos, estrategias, valores y políticas establecidas durante todo el proceso, en función de lograr la visión y misión.

En correspondencia con los objetivos y estrategias deben desarrollarse los proyectos planteados y los que se consideren pertinentes por parte de las organizaciones u entes que se involucren en la propuesta, en función de establecer las actividades y acciones necesarias para impulsar el aprovechamiento y mejora continua de las potencialidades turísticas y deportivas de la Zona del Mocoties del Estado Mérida.

En relación a los proyectos planteados deben realizarse gestiones y aportes necesarios por parte de los entes públicos y privados, en función de que puedan realizarse las actividades formativas y de elaboración de proyectos complementarios que permitan a cada uno de ellos involucrarse y manejar una visión compartida de las acciones que deben emprenderse para el desarrollo del turismo deportivo en la zona y consolidarla como destino turístico de interés para los turistas y deportistas que visitan el estado Mérida en las diferentes temporadas del año.

Así mismo darle un seguimiento y continuidad a largo plazo al plan estratégico propuesto, para que se logren los objetivos planteados y desarrollen las estrategias establecidas por medio de los proyectos que sean necesarios emprender.

www.bdigital.ula.ve

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, J. El Deporte como Producto Turístico Venezolano, Colegio Universitario de Caracas, Venezuela, (2008).
- Alcántara, M y Longa, O (2004). La Competitividad de la Industria Turística Venezolana bajo Una Perspectiva Internacional. Universidad Simón Bolívar, Caracas.
- Arias, F. El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. 5ta Edición. Caracas, Venezuela: Episteme.
- Belandria, R (2007). Deportes de Aventura y Riesgo Controlado Una Propuesta para el Desarrollo en el Municipio Rangel del Estado Mérida. Universidad de los Andes, Mérida, Venezuela.
- Bravo, V. (2005). El Desempeño del Docente como Promotor de Cambios. Caracas: Romor.
- Bizquera, R. (2006). La Ciencia, su método y su filosofía. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veinte.
- Cabrera, P. (2009). Normas para la Elaboración, Presentación y Evaluación de Trabajos de Pregrado, Trabajos Especiales, Especialización, Maestría y Tesis Doctorales.
- Camacho, R. (2007). Comercialización para el Desarrollo del Turismo Rural. Universidad Nacional Experimental del Yaracuy. Venezuela.
- Constitución (1999). República Bolivariana de Venezuela, Gaceta Oficial (Extraordinaria) N. 5.453. Marzo 23, 2000.
- De la Mora, M. (2008), Metodología de la Investigación (Desarrollo de la ciencia), 5ta. Edición, México D.F.
- Expósito, M (2009). El deporte como producto turístico. Revista Digital - Buenos Aires - Año 14 - N° 137. Disponible: <http://www.efdeportes.com/> [Consulta: 2015, Mayo 2]
- Fernández, S (2013). Turismo Deportivo de Competición en Asturias como motor de desarrollo turístico. Análisis, repercusiones e impactos en el destino. Universidad de Oviedo, Asturias, España.

- Gómez, A (2008). El Senderismo. Actividad Física Organizada en el Medio Natural. Revista Digital- WANCEULEN E.F. Número 4 - Mayo 2008. [Consulta: 2015, Mayo 2]
- Gutiérrez, J. (2003). Fundamentos de Administración Deportiva. Primera Edición. Colombia: Kinesis.
- Gutiérrez, N. (2008). Marketing Deportivo. Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia.
- Hernández, P. (2006). Tendencias Web Aplicadas a la Educación. España: Universidad de Laguna.
- Hernández, R.(2006). Metodología de la Investigación. México: Mc. Graw-Hill.
- Hernández S, Fernández C, y Baptista P. (2006). Metodología de la Investigación. 4ta Edición. México: McGriaw Hill.
- Ley Especial de Asociaciones Cooperativas, Gaceta Oficial N° 37.285 de fecha 18 de septiembre de 2001, Decreto N° 1.440. Agosto 30, 2001.
- Ley Orgánica de Deporte, Actividad Física y Educación Física, Gaceta Oficial N° 39.741 del 23 de agosto de 2011.
- Ley Orgánica de Turismo, Gaceta Oficial N° 6.152 de fecha 18 de noviembre de 2014.
- López, D. (2010). Modelo Teórico de Comportamiento en el Marketing del Operador Turístico del Municipio Heres. Estado Bolívar. Universidad Nacional Experimental de Guayana, Ciudad Guayana Venezuela.
- Medina, M (2012). Política organizacional. Concepto y esquema en la empresa. Disponible: <http://www.gestiopolis.com/politica-organizacional-concepto-y-esquema-en-la-empresa/>.
- Munch, L. (2005). La Planeación Estratégica: el rumbo hacia el éxito. Editorial Trillas. México.
- Nogales, J. (2006). Uso y Gestión del Patrocinio Deportivo: El Patrocinio del Balonmano. Universidad de Extremadura. Extremadura, España.

- Ruiz, C (2005). Instrumentos de Investigación Educativa. Procedimientos para su Diseño y Validación. Ediciones CIDEG. Barquisimeto, Venezuela.
- Ronda, P (2002). Un concepto de estrategia. Disponible: <http://www.gestiopolis.com/planificacion-estrategica> [Consulta 2016, Febrero 8].
- Ruíz, L (2006). Gerencia en el Aula. Venezuela: FEDUPEL.
- Organización Mundial del Turismo y Comité Olímpico Internacional (2001), “Actividades deportivas de los alemanes, holandeses franceses en el extranjero”, en I Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo.
- Olivera, C (2007). Ejercicio Estratégico: Guía para el Facilitador. Matanzas, Cuba.
- París, F. (2005). La planificación estratégica en las organizaciones deportivas. Editorial Paidotribo. Barcelona-España.
- Paniza, J y Latiesa, M (2006). Turistas Deportivos. Una perspectiva de análisis. Revista Internacional de Sociología (RIS). VOL. LXIV, N° 44, Universidad de Granada.
- Servicios de Turismo Activo y Ecoturismo. Disponible: www.turismocastillalamancha.com [Consulta 2015, Junio 8].
- Sierra, R. (2006). Ciencias Sociales Análisis estadístico y modelos matemáticos. Leona y Ejercicio. Madrid, España: Paraninfo.
- Turismo Deportivo y de Salud. Disponible: <http://www.slideshare.net/jedamayo/turismo-deportivo-y-de-salud> [Consulta 2015, Junio 9].

ANEXOS
www.bdigital.ula.ve

**CROQUIS DE LA ZONA DEL MOCOTÍES DEL ESTADO MÉRIDA Y
MAPAS DE RUTAS**

www.bdigital.ula.ve

CROQUIS DE LA ZONA DEL MOCOTÍES DEL ESTADO MÉRIDA

LEYENDA

INFORMACIÓN GENERAL

Población: 102.519 hab.
Precipitación: Media Anual 1.800 mm.
Temperatura: Media Anual 17 a 22 °C
Superficie o Extensión: 714 Km²
Municipios: Antonio Pinto Salinas, Tovar, Zea, Rivas Dávila y Guaraque.

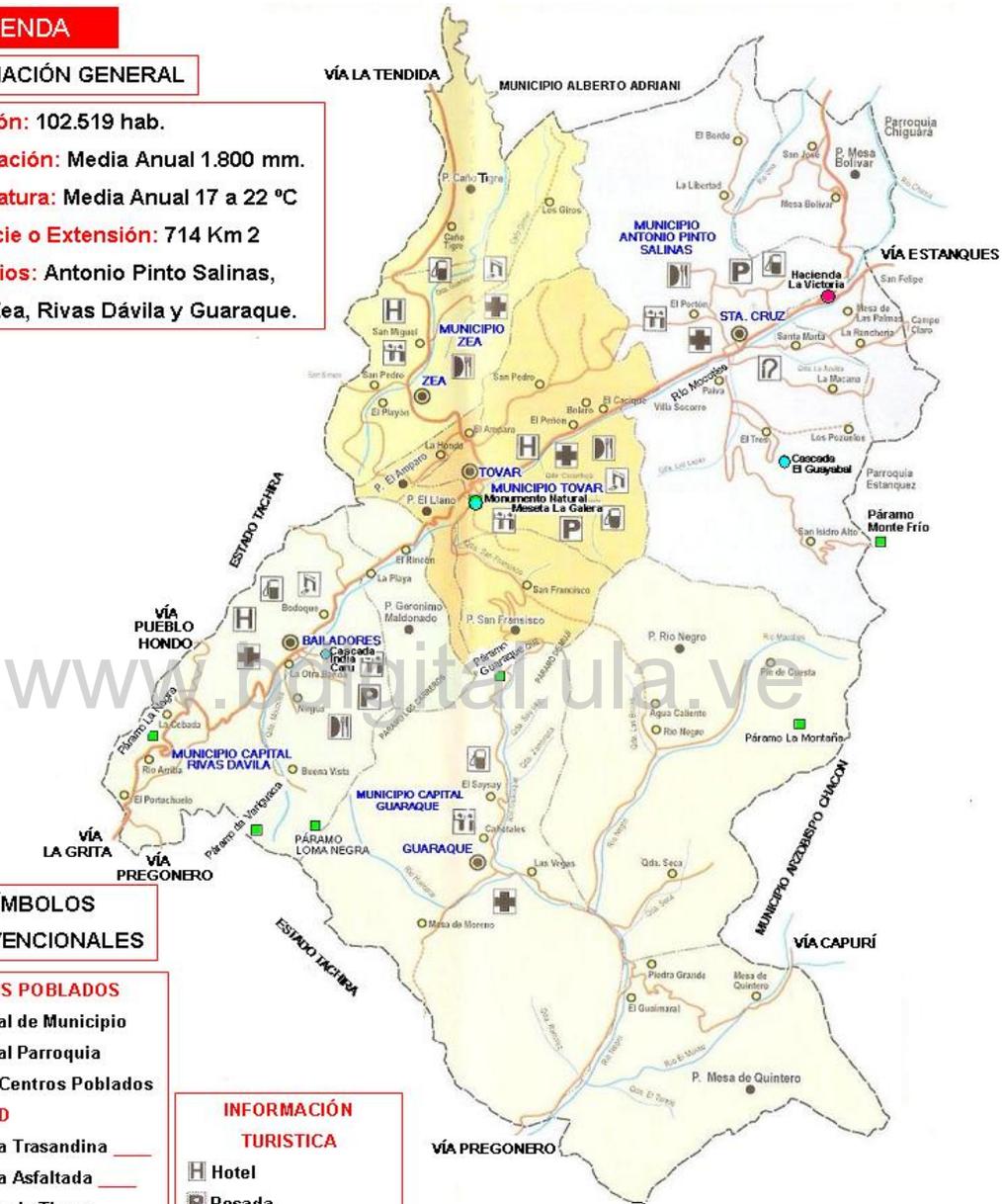
SÍMBOLOS CONVENCIONALES

- CENTROS POBLADOS**
- Capital de Municipio
 - Capital Parroquia
 - Otros Centros Poblados

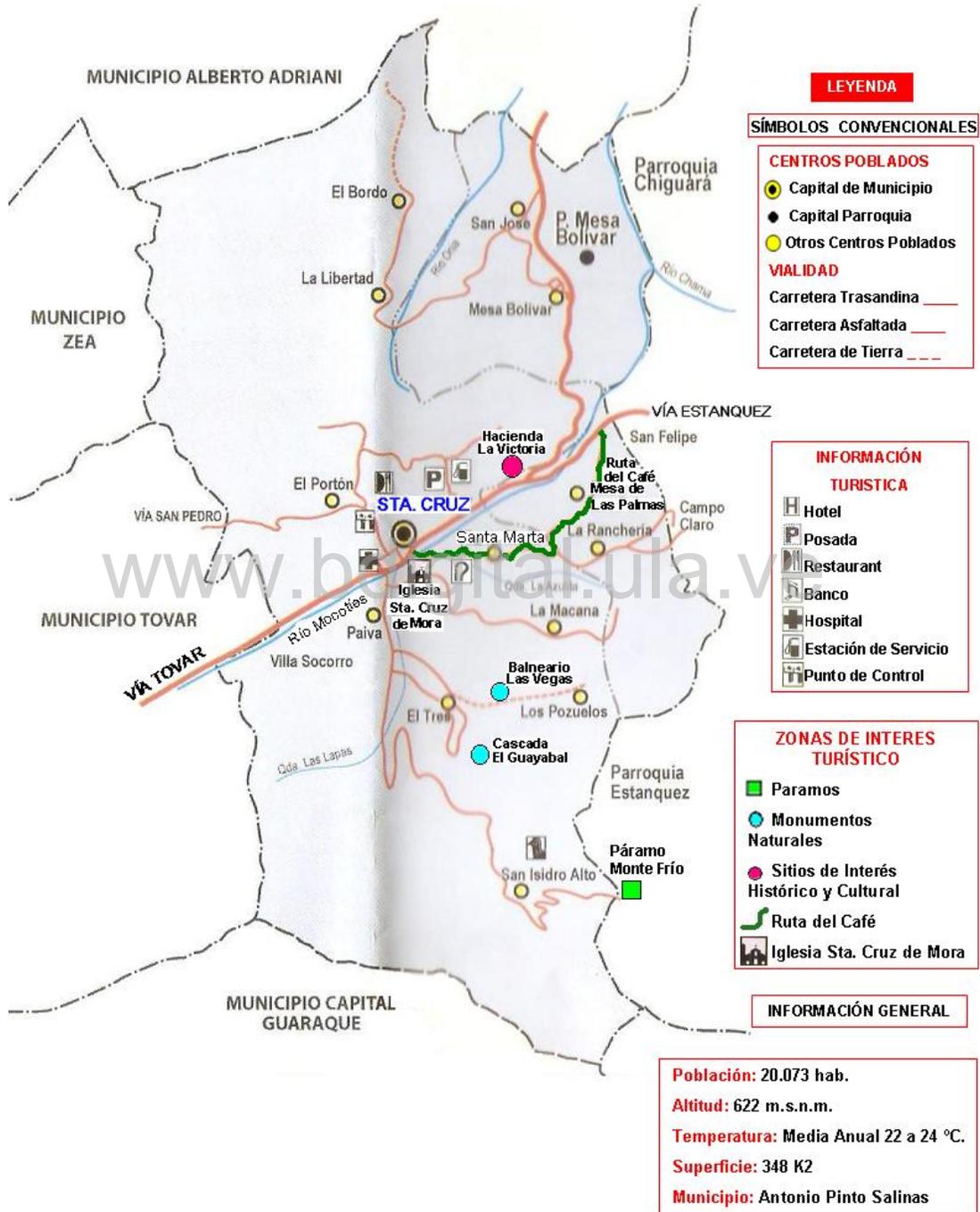
- VIALIDAD**
- Carretera Trasandina _____
 - Carretera Asfaltada _____
 - Carretera de Tierra - - - - -

- ZONAS DE INTERES TURÍSTICO**
- Paramos
 - Monumentos Naturales
 - Sitios de Interés Histórico y Cultural

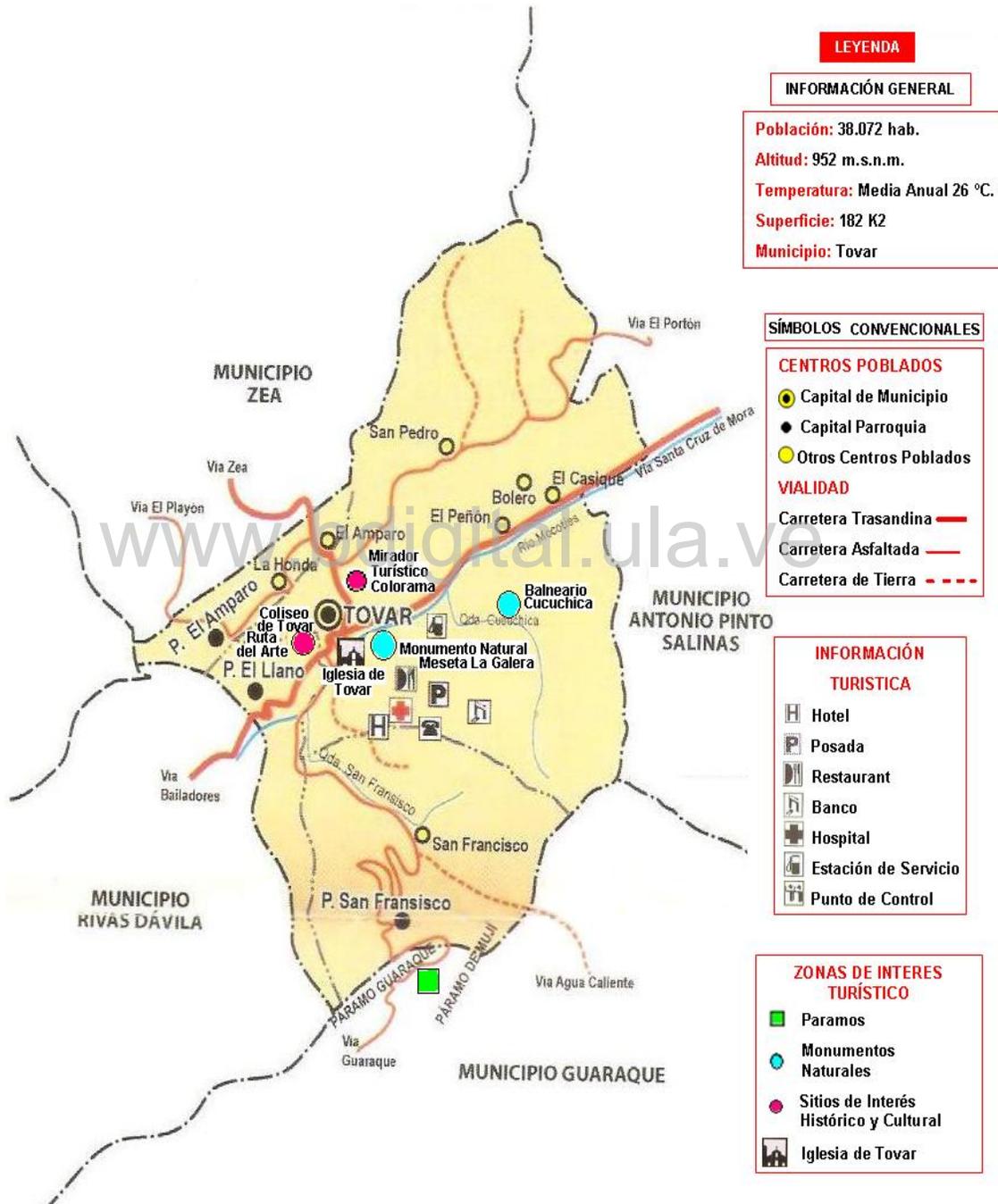
- INFORMACIÓN TURÍSTICA**
- H Hotel
 - P Posada
 - R Restaurant
 - B Banco
 - H Hospital
 - Estación de Servicio
 - P Punto de Control



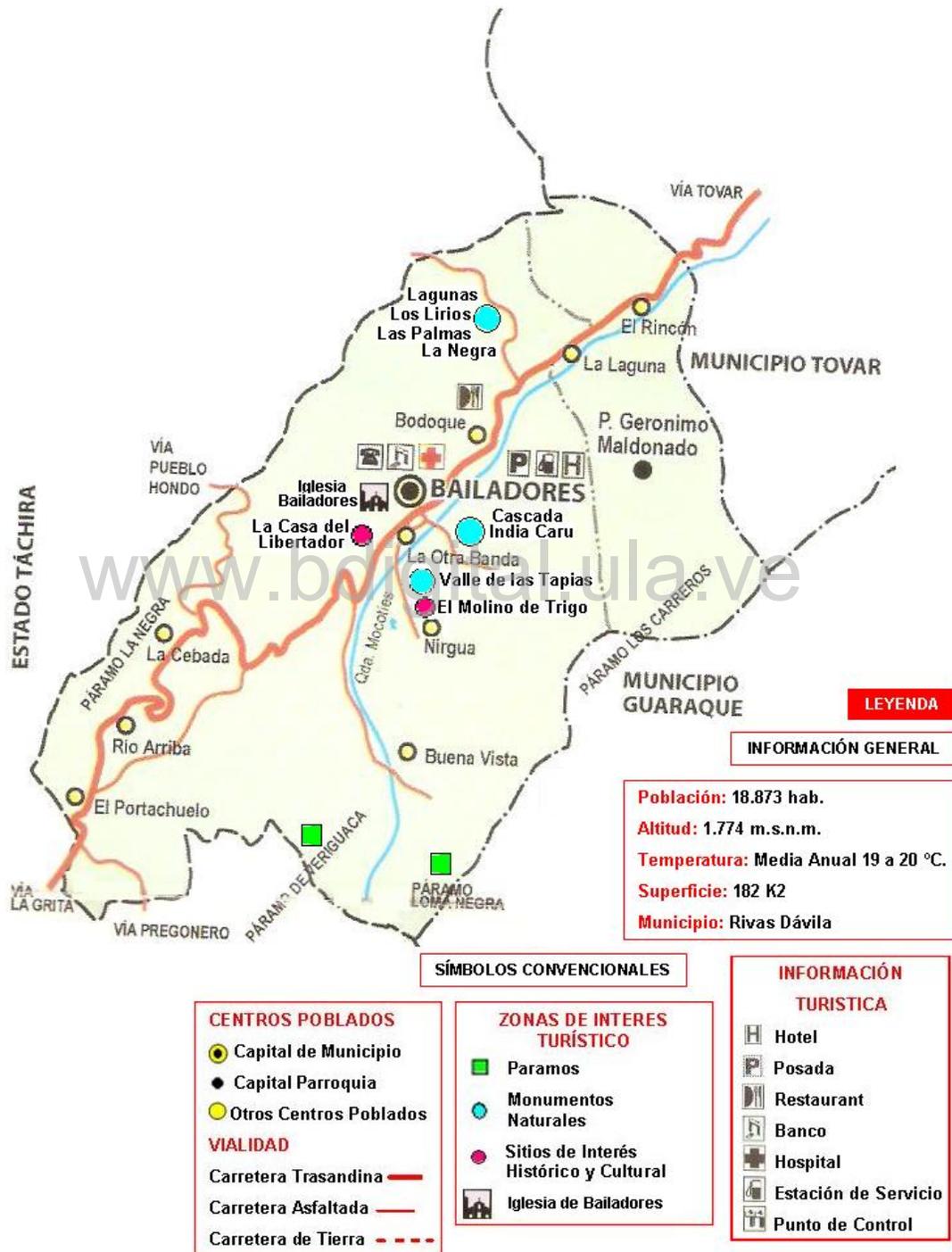
RUTA DEL CAFÉ MUNICIPIO ANTONIO PINTO SALINAS



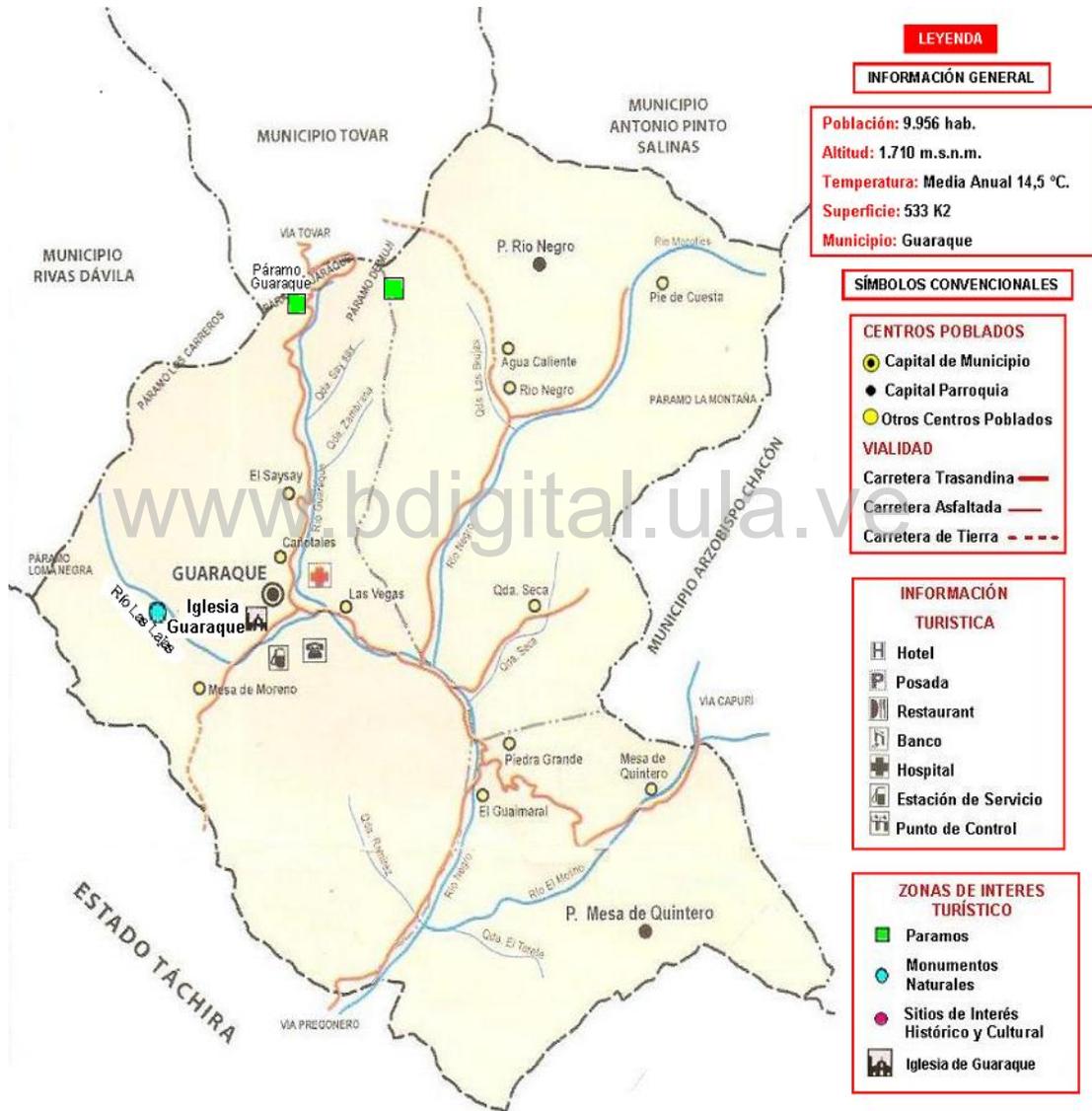
RUTA SULTANA DEL MOCOTÍES MUNICIPIO TOVAR



RUTA BILADORES MUNICIPIO RIVAS DÁVILA



RUTA PUEBLOS DEL SUR MUNICIPIO GUARAQUE



Cuestionario para Prestadores de Servicios Turísticos

INSTRUCCIONES

Estimado señor(a), se le agradece leer con detenimiento los planteamientos que se presentan a continuación e indique una sola alternativa de respuesta. Su apreciación quedara reflejada en el presente instrumento, elaborado con la finalidad de obtener datos valiosos para el diseño de un Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida, por lo tanto, se agradece responder el instrumento de la manera más objetiva posible, el cual es estrictamente confidencial y anónimo.

Gracias por su colaboración.

	A veces	Casi siempre	Siempre	Nunca	Casi nunca
Pregunta 1: ¿Cómo prestador de servicios turísticos en la Zona del Mocoties del Estado Mérida, diagnóstica las ventajas y desventajas del servicio?					
Pregunta 2: ¿Considera los cambios organizativos en el entorno interno y externo de su organización para la prestación de servicios?					
Pregunta 3: De acuerdo a la visión de su organización, revisa sus objetivos establecidos para alcanzar sus metas?					
Pregunta 4: Establece estrategias para alcanzar los objetivos de su organización.					
Pregunta 5: ¿Considera que la oferta de Actividades Deportivas y/o Recreativas como servicio turístico contribuye al incremento de la demanda turística en la Zona del Mocoties del Estado Mérida?					
Pregunta 6: ¿Utiliza estrategias marketing deportivo para la promoción y comercialización de los servicios turísticos que produce?					
Pregunta 7: ¿Considera el patrocinio deportivo como estrategia para dar a conocer la imagen de su organización y los servicios turísticos que produce?					

	A veces	Casi siempre	Siempre	Nunca	Casi nunca
Pregunta 8: ¿En la organización que usted dirige tiene establecidas políticas de organización para la prestación de servicios turísticos?					
Pregunta 9: ¿Considera las políticas de su organización para guiar la toma de decisiones?					
Pregunta 10: ¿Considera los valores de su organización, como el respeto y el orden, recursos importantes de las personas para la prestación de servicios turísticos?					
Pregunta 11: ¿Realiza proyectos y programas para garantizar y mejorar la calidad de los servicios turísticos que oferta?					
Pregunta 12: ¿Ha gestionado y recibido financiamiento por parte de entes del estado para el emprendimiento de proyectos y/o programas de la organización que dirige?					
Pregunta 13: ¿Ha recibido cursos para la elaboración de proyectos y programas turísticos y/o deportivos?					
Pregunta 14: ¿Ha recibido talleres para la elaboración de un Plan Operativo Anual?					
Pregunta 15: ¿Ha establecido un Plan Operativo Anual para guiar el desempeño de su organización?					

	A veces	Casi siempre	Siempre	Nunca	Casi nunca
Pregunta 16: ¿Realiza un proceso de evaluación y seguimiento de los proyectos, programas y planes de la organización que dirige?					
Pregunta 17: ¿Considera que los bienes y servicios que produce y ofrece satisfacen las necesidades e intereses de la demanda potencial?					
Pregunta 18: ¿Usted como prestador de servicios contribuiría al desarrollo de Actividades Deportivas y/o Recreativas en la Zona del Mocoties del Estado Mérida?					
Pregunta 19: ¿Usted se ha integrado en el desarrollo y/o patrocinio deportivo de Actividades Deportivas y/o Recreativas en la Zona del Mocoties del Estado Mérida?					
Pregunta 20: ¿Le interesaría participar en la conformación de un Clúster comercial (conglomerado de servicios) con otros Prestadores de Servicios Turísticos para garantizar servicios complementarios a sus clientes en función de la satisfacción de los mismos?					
Pregunta 21: ¿Considera que en la Zona del Mocoties del Estado Mérida se realiza una promoción y uso adecuado de las Potencialidades Turísticas y Deportivas que posee?					
Pregunta 22: ¿Considera que los entes competentes en el área turística y deportiva garantizan el cumplimiento de lo establecido jurídica y políticamente para desempeñarse como Prestador de Servicios Turísticos?					

**Cuestionario para Administradores de Atractivos Turísticos y Deportivos,
Directores Municipales de Turismo y Deporte**

INSTRUCCIONES

Estimado señor(a), se le agradece leer con detenimiento los ítems que se presentan a continuación, con la finalidad de obtener su apreciación en relación al turismo deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida y otros aspectos relevantes para el diseño de un Plan Estratégico. Su apreciación quedara reflejada en el presente instrumento.

	A veces	Casi siempre	Siempre	Nunca	Casi nunca
Pregunta 1: ¿Diagnostica el entorno de la Zona del Mocoties del Estado Mérida para impulsar el desarrollo del Turismo Deportivo?					
Pregunta 2: ¿Considera los cambios organizativos en el entorno interno y externo de la institución que dirige para generar planes, programas y/o proyectos?					
Pregunta 3: ¿De acuerdo a la visión de su institución, revisa sus objetivos establecidos para alcanzar sus metas?					
Pregunta 4: Establece estrategias para alcanzar los objetivos de la institución que dirige.					
Pregunta 5: ¿Considera que la oferta de Actividades Deportivas y/o Recreativas como servicio turístico puede ser una estrategia para contribuir en el incremento de la demanda turística y/o deportiva en la Zona del Mocoties del Estado Mérida?					
Pregunta 6: ¿Utiliza estrategias de marketing para la promoción de actividades deportivas, recreativas y/o turísticas?					

	A veces	Casi siempre	Siempre	Nunca	Casi nunca
Pregunta 7: ¿Emplea la gestión de patrocinio deportivo como estrategia para dar a conocer la imagen de la institución que dirige y la Zona del Mocoties como destino turístico?					
Pregunta 8: ¿Usted considera que las políticas turísticas-deportivas aplicadas por la institución que dirige orientan la toma de decisiones?					
Pregunta 9: ¿Ha establecido valores para guiar la toma de decisiones en la institución que dirige?					
Pregunta 10: ¿Desarrolla proyectos y programas orientados al desarrollo del Turismo Deportivo en la Zona del Mocoties del Estado Mérida?					
Pregunta 11: ¿Los proyectos y/o programas emprendidos por la institución que dirige vinculan a los prestadores de servicios turísticos de la Zona del Mocoties del Estado Mérida?					
Pregunta 12: ¿Ha gestionado y recibido aportes por parte de prestadores de servicios turísticos para el emprendimiento y desarrollo de proyectos y/o programas de la institución que dirige?					
Pregunta 13: ¿Ha recibido cursos para la elaboración de proyectos y programas turísticos y/o deportivos?					
Pregunta 14: ¿Ha recibido talleres para la elaboración de un Plan Operativo Anual?					

	A veces	Casi siempre	Siempre	Nunca	Casi nunca
Pregunta 15: ¿Ha establecido un Plan Operativo Anual para guiar el desempeño de la institución que dirige?					
Pregunta 16: ¿Realiza un proceso de evaluación y seguimiento de los planes, proyectos y programas de la institución que dirige?					
Pregunta 17: ¿Considera que los bienes y servicios que se ofrecen en la Zona del Mocoties satisfacen las necesidades e intereses de los turistas deportivos que visitan la Zona?					
Pregunta 18: ¿Cómo institución considera que contribuye al desarrollo de Actividades Deportivas y/o Recreativas en la Zona del Mocoties del Estado Mérida?					
Pregunta 19: ¿Posee articulaciones con los Prestadores de Servicios Turísticos/Cooperativas para garantizar el desarrollo de Actividades Deportivas y/o Turísticas?					
Pregunta 20: ¿Considera que en la Zona del Mocoties del Estado Mérida se realiza una promoción y uso adecuado de las Potencialidades Turísticas y Deportivas que posee?					
Pregunta 21: ¿Desarrolla proyectos y programas para el aprovechamiento de las potencialidades Turísticas y Deportivas que posee la Zona del Mocoties del Estado Mérida?					
Pregunta 22: ¿Considera que la institución que dirige garantiza el cumplimiento de lo establecido jurídica y políticamente en el área deportiva?					

Mérida, 17 de Marzo de 2016

Ciudadano (a)

Rodolfo Ruíz

Presente

Me dirijo a usted muy respetuosamente en la oportunidad de solicitar su valiosa colaboración en el sentido de Validar la encuesta que se anexa a la presente en relación al trabajo de investigación el cual se titula: PLAN ESTRATEGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DEPORTIVO EN LA ZONA DEL MOCOTIES DEL ESTADO MÉRIDA, que será presentado como requisito parcial para optar al título de Especialista en Gerencia del Deporte de la Universidad de los Andes.

A tal efecto se anexa información acerca de la Operacionalización de la variable y un formato en el cual se solicita su apreciación y observaciones respecto a cada uno de los elementos contemplados en la encuesta, para que sea usted, quien luego de analizar cada aspecto emita su punto de vista.

Agradezco su opinión con respecto a los elementos que se someten a consideración, con la seguridad de que sus observaciones, se tomarán en cuenta para mejorar la encuesta y por ende el trabajo de investigación propiamente dicho.

Atentamente:



Estudiante de la Universidad de los Andes

Freddy Guillen

C.I 19048491

**INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO
PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

Criterios	Apreciación Cualitativa		
	Excelente	Bueno	Deficiente
Presentación del Instrumento.		L	
Claridad en la Relación de los Ítems.	X		
Pertinencia de las Variables con los Indicadores.		X	
Relevancia del Contenido.	X		
Factibilidad de Aplicación.	X		

Apreciación Cualitativa: Instrumento Consultivo, acerca
los aspectos fundamentales del tema.
... muy Buena Estructura - facilidad de
aplicación

Observaciones: Afinar la presentación con
finés Académico

Validada por: Rodolfo Ruiz

Profesión: Abogado MSc. Turismo

Cargo que desempeña: Abogado Jefe - Unidad Proyectos

Firma: [Firma manuscrita]

C.I.: 18728745



**INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO
ADMINISTRADORES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y DEPORTIVOS,
DIRECTORES MUNICIPALES DE TURISMO Y DEPORTE**

Criterios	Apreciación Cualitativa		
	Excelente	Bueno	Deficiente
Presentación del Instrumento.		x	
Claridad en la Relación de los Ítems.	x		
Pertinencia de las Variables con los Indicadores.		x	
Relevancia del Contenido.	x		
Factibilidad de Aplicación.	x		

Apreciación Cualitativa: Instrumento Consultivo, Resalta.

Los Aspectos Fundamentales del Tema.
Muy Buena Estructura - Facilidad de
Aplicación

Observaciones: Alinear la presentación con
líneas Académicas

Validada por: Rodolfo Ruiz

Profesión: Abº MSc. Turismo

Cargo que desempeña: Abº Jefe I - Unidad Proyectos

Firma: [Firma manuscrita]

C.I: 18728745



**INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO
PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

Criterios	Apreciación Cualitativa		
	Excelente	Bueno	Deficiente
Presentación del Instrumento.	X		
Claridad en la Relación de los Ítems.		X	
Pertinencia de las Variables con los Indicadores.		X	
Relevancia del Contenido.	X		
Factibilidad de Aplicación.	X		

Apreciación Cualitativa: EXCELENTE RELACIÓN CONTENIDO - REDACCIÓN. EL TEMA ES ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL ESTADO MENIDA Y TODO EL PAÍS. VER ARTÍCULO 310 DE NUESTRA CONSTITUCIÓN

Observaciones: SOLO DEBE TENER CUARDO CON LA CLARIDAD O ESPECIFICIDAD EN LA REDACCIÓN DEL INDICADOR = POLÍTICA. ES DECIR, EN LA FORMULACIÓN DE LAS PREGUNTAS.

Validada por: WILFREDO TORRES BALAZZI

Profesión: COMUNICADOR SOCIAL / ASISTENTE EN GERENCIA EMPRESARIAL

Cargo que desempeña: COORDINADOR DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA IDENNA. MINISTERIO DEL DESPACHO DE LA PRESIDENCIA Y SEGUIMIENTO DE LA GESTIÓN DE GOBIERNO

Firma: [Firma manuscrita]

C.I: 7710946

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO
ADMINISTRADORES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y DEPORTIVOS,
DIRECTORES MUNICIPALES DE TURISMO Y DEPORTE

Criterios	Apreciación Cualitativa		
	Excelente	Bueno	Deficiente
Presentación del Instrumento.	X		
Claridad en la Relación de los Items.		X	
Pertinencia de las Variables con los Indicadores.		X	
Relevancia del Contenido.	X		
Factibilidad de Aplicación.	X		

Apreciación Cualitativa: EXCELENTE RELACION CONTENIDO - REDACCION. EL TEMA ES ESTRATEGICO PARA EL DESARROLLO ECONOMICO DEL ESTADO MENIDA Y TODO EL PAIS. VER ARTICULO 310 DE NUESTRA CONSTITUCION

Observaciones: SOLO DEBE TENER CUIDADO CON LA CLARIDAD O ESPECIFICIDAD EN LA REDACCION DEL INDICADOR = POLITICA. ES DECIR, EN LA FORMULACION DE LAS PREGUNTAS.

Validada por: WILFREDO TORRES BALAZE

Profesión: COMUNICACION SOCIAL / ASISTENTE EN GERENCIA EMPRESARIAL

Cargo que desempeña: COORDINADOR DE COMUNICACION ESTRATEGICA IDENNA. MINISTERIO DEL DESPACHO DE LA PRESIDENCIA Y SEGUIMIENTO DE LA GESTION DE GOBIERNO

Firma: _____

C.I: 7710946

**INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO
PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

Criterios	Apreciación Cualitativa		
	Excelente	Bueno	Deficiente
Presentación del Instrumento.		✓	
Claridad en la Relación de los Ítems.			✓
Pertinencia de las Variables con los Indicadores.		/	
Relevancia del Contenido.		/	
Factibilidad de Aplicación.		/	

Apreciación Cualitativa: Se deben incorporar los
Suplementos a lo largo del cuestionario

Observaciones: _____

www.bdigital.ula.ve

Validada por: José R. Prado P

Profesión: Licenciado en Educación

Cargo que desempeña: Profesor

Firma: [Firma manuscrita]

C.I.: 7.509.500

**INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO
ADMINISTRADORES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y DEPORTIVOS,
DIRECTORES MUNICIPALES DE TURISMO Y DEPORTE**

Criterios	Apreciación Cualitativa		
	Excelente	Bueno	Deficiente
Presentación del Instrumento.		✓	
Claridad en la Relación de los Ítems.			✓
Pertinencia de las Variables con los Indicadores.		/	
Relevancia del Contenido.		/	
Factibilidad de Aplicación.		/	

Apreciación Cualitativa: Se deben incorporar los
Suplementos a lo largo del cuestionario

Observaciones: _____

www.bdigital.ula.ve

Validada por: José R. Prado P

Profesión: Licenciado en Educación

Cargo que desempeña: Profesor

Firma: [Firma manuscrita]

C.I: 7.599.500

FORMATO PARA VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO
PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Ítems	Escala			Observaciones
	Aceptar	Eliminar	Modificar	
1			✓	
2			✓	
3	✓			
4	✓			
5	✓			
6	✓			
7	✓			
8	✓			
9	✓			
10			✓	
11			✓	
12	✓			
13	✓			
14	✓			
15			✓	
16	✓			
17	✓			
18			✓	

19	✓			
20	✓			
22			✓	
23			✓	

www.bdigital.ula.ve

FORMATO PARA VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO
ADMINISTRADORES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y DEPORTIVOS,
DIRECTORES MUNICIPALES DE TURISMO Y DEPORTE

Ítems	Escala			Observaciones
	Aceptar	Eliminar	Modificar	
1	✓			
2	✓			
3			✓	
4			✓	
5	✓			
6	✓			
7	✓			
8			✓	
9	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			
13			✓	
14	✓			
15	✓			
16			✓	
17	✓			
18	✓			

www.bdigital.ula.ve

19	✓			
20	✓			
22			✓	
23	✓			
24	✓			
25	✓			

www.bdigital.ula.ve