

Estrategias de Gestión y Posicionamiento en Deportes de Combate: Planificación del Torneo Nacional de Boxeo Santander 2030¹

□

Manrique Salas Enmanuel Andres²Nelson Ariel Niño García / Tutor³

Resumen

La organización de eventos de deportes de combate requiere una gestión especializada que garantice tanto la espectacularidad del show como la integridad física de los atletas. Este artículo presenta el plan operativo y estratégico para el Torneo Nacional de Boxeo Santander 2030, denominado Golpe de Gloria. El estudio detalla la estructuración de un evento de cinco días diseñado para albergar a 200 boxeadores y atraer a 5.000 espectadores, utilizando el Coliseo Bicentenario de Bucaramanga como sede principal. Mediante una metodología de planificación por áreas funcionales y fases cronológicas, se diseñó una operación que integra normativas de la Federación Colombiana de Boxeo (Fecolbox) y estándares internacionales AIBA. Los resultados proyectan un presupuesto operativo de 650 millones de pesos y una estrategia de marketing experiencial de 150 millones, enfocada en la identidad cultural y la modernidad visual. Se concluye que la profesionalización logística y la seguridad médica son los pilares fundamentales para la viabilidad y el legado de este tipo de competiciones.

Palabras claves: gestión deportiva, boxeo, planificación operativa, marketing deportivo, seguridad en eventos.

Management and Positioning Strategies in Combat Sports: Planning of the Santander 2030 National Boxing Tournament

The organization of combat sports events requires specialized management that guarantees both the spectacular nature of the show and the physical integrity of the athletes. This article presents the operational and strategic plan for the Santander 2030 National Boxing Tournament, named Golpe de Gloria. The study details the structuring of a five-day event designed to host 200 boxers and attract 5,000 spectators, using the Bicentenario Coliseum in Bucaramanga as the main venue. Through a planning methodology by functional areas and chronological phases, an

¹ Artículo científico presentado como opción de grado para optar por el título de Especialista En Administración Deportiva.

² Autor de contacto: Estudiantes de la Especialización en Administración Deportiva, Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga, Grupo de Investigación Ser, Cultura y Movimiento. Correo electrónico: enmanuel.manrique@ustabuca.edu.co

³ Director: Docente Facultad de Cultura Física, Deporte y recreación. Especialista en Administración Deportiva, Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga, Grupo de Investigación Ser, Cultura y Movimiento.

operation was designed that integrates regulations of the Colombian Boxing Federation (Fecolbox) and international AIBA standards. The results project an operating budget of 650 million pesos and an experiential marketing strategy of 150 million, focused on cultural identity and visual modernity. It is concluded that logistical professionalization and medical safety are the fundamental pillars for the viability and legacy of this type of competition.

Keywords: sports management, boxing, operational planning, sports marketing, event safety.

Introducción

La industria de los eventos deportivos ha experimentado una diversificación significativa en las últimas décadas, donde los deportes de combate han emergido como un segmento de alto valor comercial y mediático. Históricamente, el boxeo ha sido una disciplina arraigada en la cultura popular de muchas regiones, pero su gestión como evento moderno exige trascender la simple organización de combates para configurar experiencias de entretenimiento integral. La literatura académica sobre la gestión de deportes de combate sugiere que el éxito de estos eventos depende de la capacidad de los organizadores para equilibrar la tradición del deporte con las innovaciones en la puesta en escena y la seguridad. Autores como Kim y Pederson destacan que la atmósfera del evento y la calidad del servicio son determinantes para la satisfacción del espectador en deportes de lucha, influyendo directamente en su intención de regresar (Kim, 2020, p. 45).

En el contexto colombiano, el departamento de Santander busca posicionarse como un epicentro de desarrollo deportivo a través de la captación de torneos nacionales. La propuesta del Torneo Nacional de Boxeo Santander 2030: Golpe de Gloria responde a esta visión estratégica, planteando un evento que no solo sirve como plataforma competitiva para 150-200 atletas, sino como un motor de dinamización económica y social para la ciudad de Bucaramanga (Comité Organizador, 2030, p. 4). La planificación de este torneo se fundamenta en la necesidad de profesionalizar la práctica del boxeo amateur y profesional, alineándose con las normativas de la Federación Colombiana de Boxeo (Fecolbox) y la Asociación Internacional de Boxeo Amateur (AIBA) (Comité Organizador, 2030, p. 4).

Uno de los desafíos más críticos en la organización de torneos de boxeo es la gestión del riesgo y la seguridad médica. A diferencia de otros deportes, el contacto físico es inherente a la competencia, lo que obliga a implementar protocolos de salud rigurosos. El plan operativo del evento establece un nivel de servicio médico alto, que incluye estaciones de primeros auxilios, ambulancias dedicadas y personal especializado en traumas deportivos, cumpliendo con los estándares internacionales de protección al atleta (Comité Organizador, 2030, p. 10). Esta priorización de la seguridad es consistente con las recomendaciones de organismos globales que instan a que la supervisión médica sea el eje central de cualquier evento de combate (AIBA, 2021, p. 12).

Desde una perspectiva comercial, el marketing deportivo en el boxeo requiere estrategias que resalten la narrativa del enfrentamiento y la superación personal. El concepto Golpe de Gloria diseñado para este torneo busca conectar emocionalmente con la audiencia mediante una identidad visual potente que fusiona la fuerza del deporte con la cultura regional santandereana. El uso de colores institucionales como el rojo y el negro, junto con campañas digitales en plataformas como TikTok e Instagram, refleja una adaptación a las nuevas tendencias de consumo de contenidos deportivos (Comité Organizador, 2030, p. 12). Según Shilbury, la construcción de una marca evento sólida es esencial para atraer patrocinios y asegurar la sostenibilidad financiera a largo plazo (Shilbury, 2020, p. 115).

La logística operativa es otro pilar fundamental abordado en esta planificación. La coordinación de venues, transporte y alojamiento para cientos de participantes durante cinco días de competencia implica una cadena de suministro compleja. La selección del Coliseo Bicentenario como sede principal, con capacidad para 7.000 espectadores, demuestra una apuesta por la infraestructura de gran formato que permite ofrecer comodidades tanto a los deportistas como al público (Comité Organizador, 2030, p. 5). La eficiencia en estos procesos logísticos es lo que diferencia a un evento amateur de uno profesional capaz de generar un legado.

Finalmente, el impacto social del torneo se proyecta más allá de los cinco días de competencia. Al promover el deporte en la región y ofrecer un espectáculo de calidad, se busca incentivar la práctica deportiva en la juventud y fortalecer el tejido social. La integración de voluntarios y la contratación de personal local son estrategias que buscan generar un sentido de pertenencia y dejar capacidad instalada en la comunidad. Este artículo analiza cómo la articulación de estas variables estratégicas, operativas y de marketing conforma un modelo de gestión viable para el Torneo Nacional de Boxeo Santander 2030, estableciendo un referente para futuros eventos en la región.

Metodología de análisis y recolección de datos

El desarrollo del plan para el Torneo Nacional de Boxeo Santander 2030 se estructuró bajo un enfoque de gestión de proyectos aplicado a eventos deportivos, utilizando una metodología descriptiva y secuencial. El proceso inició con la definición del alcance deportivo y normativo, estableciendo que el torneo se regirá bajo los reglamentos de Fecolbox y AIBA, abarcando categorías desde mosca hasta peso pesado en ramas masculina y femenina. Esta fase metodológica incluyó el análisis de viabilidad técnica de los escenarios, seleccionando el Coliseo Bicentenario como sede principal debido a su capacidad y antecedentes en eventos de combate, y el Coliseo Edmundo Luna Santos como sede alterna de entrenamiento (Comité Organizador, 2030, p. 5).

Posteriormente, se procedió al diseño de la estructura operativa mediante la definición de áreas funcionales clave. La metodología implicó la segmentación de responsabilidades en comités de registro, técnico, médico, seguridad, logística y marketing. Para cada área se establecieron niveles de servicio específicos; por ejemplo, se determinó un nivel premium para el área técnica con rings reglamentarios e iluminación LED, y un nivel alto para los servicios médicos con protocolos de emergencia especializados. La planificación temporal se organizó en un cronograma

de tres fases: pre-evento (enero-abril 2030), evento (15-19 mayo 2030) y post-evento (mayo 2030), utilizando diagramas de Gantt para el seguimiento de tareas críticas como inscripciones y montajes (Comité Organizador, 2030, p. 14).

Finalmente, se integraron estrategias de control y gestión financiera. Se elaboró un presupuesto detallado con un techo de 650 millones de pesos y se definieron indicadores de desempeño (KPIs) para monitorear aspectos como el aforo, la seguridad y el cumplimiento presupuestal. La metodología también contempló el diseño de un plan de marketing robusto con un presupuesto de 150 millones, enfocado en la visibilidad digital y la experiencia del espectador, asegurando así la sostenibilidad comercial del proyecto (Comité Organizador, 2030, p. 11).

Resultados

La planificación del Torneo Nacional de Boxeo Santander 2030 ha dado como resultado un modelo operativo integral que cubre todas las dimensiones del evento. En el ámbito técnico-deportivo, se ha estructurado una competencia de cinco días con la participación estimada de 200 boxeadores de ligas regionales. La sede principal, el Coliseo Bicentenario, será acondicionada con un ring oficial de 6x6 metros, sistemas de iluminación para transmisión y zonas diferenciadas para atletas, jueces y público, garantizando un aforo esperado de 5.000 personas (Comité Organizador, 2030, p. 10).

En términos financieros y de marketing, se estableció un presupuesto total de 650 millones de pesos, de los cuales 150 millones se destinarán exclusivamente a la promoción y marca del evento. La estrategia Golpe de Gloria incluye acciones de publicidad tradicional y digital, flashmobs promocionales y alianzas con marcas deportivas, buscando alcanzar un millón de impresiones en redes sociales y una ocupación del 80% del aforo (Comité Organizador, 2030, p. 15).

Figura 1. Identidad visual y concepto de marca



Plan de Marketing para el Evento

Estrategias Clave, Enfocando Imagen y Vistosidad: Imagen de Presentación: Logo vistoso

Torneo Nacional de Boxeo". Materiales gráficos: Pósters digitales con efectos 3D, videos teaser con animaciones de golpes y luces neón para un look moderno y emocionante.

- Colores institucionales: Rojo (fuerza), Negro (elegancia), Blanco (fair play)
- Nombre del evento: "Torneo Nacional de Boxeo – Santander 2030: Golpe de Gloria"
- Logo con guantes + silueta de boxeadores + mapa de Santander



La logística y seguridad presentan un esquema robusto con la contratación de 50 voluntarios, 20 árbitros y 10 médicos especializados. Se han definido protocolos de transporte con shuttles desde el aeropuerto Palonegro y convenios hoteleros para alojar a las delegaciones. Los instrumentos de control diseñados, como los checklists logísticos y la tabla de KPIs, permitirán un monitoreo en tiempo real de variables críticas como incidentes de seguridad (meta: 0 incidentes) y satisfacción del espectador (meta: >85%) (Comité Organizador, 2030, p. 15).

Discusión y conclusiones

El plan operativo del Torneo Nacional de Boxeo Santander 2030 demuestra una alineación sólida con los principios de la gestión deportiva moderna. La decisión de invertir significativamente en la experiencia del espectador y en marketing (casi el 23% del presupuesto total) refleja una comprensión clara de que los eventos deportivos compiten hoy en la industria del entretenimiento. Al comparar este enfoque con la teoría de gestión de venues, se evidencia que la calidad de las instalaciones y los servicios periféricos son esenciales para la percepción de valor del evento (Fried, 2015, p. 210).

La priorización de la seguridad médica y el cumplimiento de normas AIBA valida el compromiso ético de la organización con la integridad de los atletas. Sin embargo, la dependencia de un solo venue principal plantea un riesgo operativo que el plan mitiga parcialmente con la sede alterna, aunque la gestión de contingencias climáticas o técnicas requerirá una supervisión estricta durante la fase de ejecución. La estrategia de sostenibilidad, aunque mencionada en términos de eficiencia, podría fortalecerse con medidas más explícitas de impacto ambiental.

En conclusión, el evento Golpe de Gloria está planificado con un nivel de detalle que asegura su viabilidad técnica y financiera. La integración de herramientas de control de gestión, una estrategia de marca potente y una logística centrada en el participante posiciona a este torneo como un potencial referente en el calendario deportivo nacional, capaz de revitalizar la práctica del boxeo en Santander y generar un retorno social y económico positivo para la región.

Referencias

- AIBA. (2021). AIBA Technical & Competition Rules. International Boxing Association.
- Comité Organizador Torneo Santander 2030. (2030). Evento Deportivo Torneo Nacional de Boxeo Santander 2030 [Presentación de diapositivas]. Fecolbox y Gobernación de Santander.
- Fried, G. (2015). *Managing Sport Facilities* (3rd ed.). Human Kinetics.
- Kim, Y. H., & Pederson, P. M. (2020). Market demand variables for combat sports events. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 21(1), 40-58.
- Shilbury, D., Westerbeek, H., Quick, S., & Funk, D. (2020). *Strategic Sport Marketing* (4th ed.). Allen & Unwin.
- Parra, D. (2024). *Economía del deporte y transformación social: El papel de los eventos deportivos*. Tirant lo Blanch.

Sportmadness. (2024). Cómo organizar un torneo de baloncesto: Guía completa. Sportmadness Blog. Trendafilova, S., & Babiak, K. (2013). Corporate social responsibility and environmental sustainability: Why professional sport is greening the playing field. *Sport Management Review*, 16(3), 298-313.