

Pasantía en Golf-Fit Colombia

Sebastian Alfonso Ortiz

Trabajo de grado para optar el título de Especialista en Administración Deportiva

Tutor

Nelson Ariel Niño García

Especialista en Administración Deportiva

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División Ciencias de la Salud

Especialización en Administración Deportiva

2026

Contenido

Introducción	9
1.Contexto de la organización.....	10
2.Propósito de la pasantía	11
3. Descripción de las actividades desarrolladas	12
4. Aprendizajes	16
5. Recomendaciones	17
6. Acerca de las referencias (de su trabajo)	18
7. Acerca de los apéndices	18
Referencias.....	20
Apéndices.....	21

Lista de figuras

Figura 1. <i>Métricas Golf-Fit</i>	14
Figura 2. <i>Banner Publicitario Clases virtuales</i>	14
Figura 3. <i>Banner Publicitario Dia de las Madrest</i>	15
Figura 4. <i>Maquina Senso-Pro</i>	15

Lista de apéndices

Apéndice A. <i>Parrila De Contenidos</i>	21
---	----

Resumen

Este trabajo de grado presenta el diseño y la implementación de innovaciones en los procesos de marketing digital para el centro de entrenamiento especializado Golf-Fit Colombia.

Este proyecto surge debido a una necesidad identificada principalmente en el área digital. Aunque la organización cuenta con una metodología internacional de Golf-Fit Performance, ubicada en Suiza, en Colombia se evidenciaba una gestión de comunicación empírica y poco medible. Por esta razón, el objetivo central fue estructurar procedimientos de mercadeo que permitieran mejorar la planificación, ejecución y evaluación de los procesos de promoción mediante el uso de herramientas digitales y la segmentación de audiencias, tales como niños, jugadores aficionados y profesionales.

Los aprendizajes más significativos se centraron en la importancia de transformar una captación tradicional e informal en un sistema digital sostenible a largo plazo, así como en la necesidad de generar contenido educativo con valor diferencial que represente la marca en el mercado. Como resultado, la innovación no solo resolvió esta falencia digital, sino que también permitió establecer las bases de una gestión administrativa organizada, fortaleciendo el posicionamiento competitivo de la empresa en el sector del alto rendimiento deportivo en el golf.

Palabras clave: marketing deportivo, Golf-Fit, innovación en procesos, administración deportiva, posicionamiento de marca

Abstract

This thesis helps us organize the design and implementation of innovations in digital marketing processes for the specialized training center Golf-Fit Colombia.

This project arose because there is a need, primarily in the digital sphere, where—despite the existence of an international methodology from Golf-Fit Performance, based in Switzerland—in Colombia, communication management was empirical and difficult to measure. Consequently, the central objective was to structure marketing procedures that would improve the planning, execution, and evaluation of all promotional processes through the use of digital tools, thereby segmenting audience strategies such as amateur and professional players.

The most significant lessons learned focused primarily on the importance of integrating traditional and informal outreach into a sustainable long-term digital system and on the need to generate educational content with unique value that represents the brand in the market. As a result, the innovation not only addressed this digital shortfall but also laid the groundwork for organized administrative management, this secured the company's competitive positioning in the high-performance sports sector within golf.

Keywords: sports marketing, Golf-Fit, process innovation, sports administration, brand positioning

Glosario

Administración Deportiva: Proceso de planificación, organización, dirección y control de los recursos humanos, técnicos y financieros dentro de organizaciones deportivas para alcanzar objetivos estratégicos y operativos. (Bernal, 2006)

Marketing Digital: Conjunto de estrategias y herramientas digitales utilizadas para promocionar productos o servicios, generar interacción con los usuarios y fortalecer el posicionamiento de una marca en medios digitales. (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019)

Segmentación de Audiencias: Proceso mediante el cual se divide un mercado en grupos con características y necesidades similares para desarrollar estrategias de comunicación más efectivas. (Kotler & Keller, 2016)

Posicionamiento de Marca: Lugar que ocupa una marca en la mente de los consumidores en relación con sus competidores, construido a través de experiencias, comunicación y propuesta de valor. (Kotler & Keller, 2016)

Plan de Contenidos: Herramienta de planificación que organiza las publicaciones digitales de acuerdo con objetivos, audiencias, formatos y fechas establecidas. (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019)

Redes Sociales: Plataformas digitales que permiten la interacción entre usuarios y organizaciones, facilitando la comunicación, promoción y construcción de comunidades en línea. (Ryan, 2017)

Engagement: Nivel de interacción y compromiso que los usuarios generan con una marca a través de acciones como comentarios, compartidos, reacciones o visualizaciones de contenido.

(Ryan, 2017)

Estrategia Digital: Conjunto de acciones planificadas que utilizan medios y herramientas digitales para alcanzar objetivos de marketing, comunicación y posicionamiento organizacional.

(Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019)

Introducción

En el presente trabajo de grado se desarrolló la pasantía en el centro de alto rendimiento Golf-Fit, con el propósito de analizar y fortalecer los procesos de marketing digital dentro de la organización.

En la actualidad, el marketing digital ha evolucionado como una herramienta fundamental para el posicionamiento y crecimiento de las marcas y organizaciones, especialmente en sectores como el deporte. De acuerdo con diversos autores, la implementación de estrategias digitales permite mejorar la comunicación con los clientes, optimizar los procesos de promoción y aumentar la visibilidad de los servicios ofrecidos.

En este contexto, Golf-Fit, como centro especializado en la preparación física para golfistas, cuenta con una metodología internacional desarrollada en Suiza y enfocada en el rendimiento deportivo. Sin embargo, se evidenció que los procesos de marketing digital se desarrollaban de manera empírica, sin una planificación estructurada ni herramientas que permitieran medir el impacto de las acciones realizadas. Esta situación limitaba el alcance de la organización y su posicionamiento en el entorno digital.

A partir de esta problemática, la pasantía se orientó hacia el diseño e implementación de estrategias de marketing digital que permitieran organizar y optimizar los procesos de comunicación y promoción de la marca. Para ello, se tuvieron en cuenta conceptos relacionados con la gestión de contenido, la segmentación de audiencias y el uso de herramientas digitales que sustentaron las actividades desarrolladas durante la pasantía.

El alcance de este trabajo se centró principalmente en la mejora de los procesos digitales, especialmente en la planificación, ejecución y evaluación de estrategias de marketing, sin intervenir en procesos internos previamente estructurados dentro de la organización. De esta manera, se buscó generar un impacto directo en la visibilidad, captación de clientes y posicionamiento de la marca en el mercado.

En este sentido, el objetivo fue diseñar e implementar estrategias de marketing digital que contribuyeran al fortalecimiento de la presencia digital de Golf-Fit. Como objetivos específicos, se planteó identificar las principales falencias en los procesos digitales, estructurar un plan de contenido orientado a diferentes segmentos de audiencia y aplicar herramientas que permitieran medir y evaluar el impacto de las estrategias.

Como último punto es importante recalcar que los objetivos que se plantearon son claros y concretos, evitando ambigüedades y permitiendo orientar de una manera más adecuada el desarrollo del presente trabajo en concordancia con lo planteado por carrillo García (2019).

1. Contexto de la organización

Golf-Fit es un centro de entrenamiento que se enfoca en la preparación física específica para golfistas, orientado a la mejora del rendimiento en el campo de golf, a través de programas que son principalmente estructurados en base a un test llamado TPI punto la base principal se caracteriza por implementar una metodología ya estudiada y confirmada que se llama golf fitness

performance (Suiza), adaptado principalmente al contexto colombiano lo que ofrece un servicio innovador dentro de un sector deportivo tan exclusivo y segmentado para las personas.

El centro De alto rendimiento está ubicado en la ciudad de Bogotá, Colombia, específicamente en el C.A.R (Centro de Alto Rendimiento), en dónde atiende a una gran cantidad de personas las cuales incluyen niños coma jóvenes, adultos, jugadores aficionados y deportistas de alto rendimiento. los servicios que están son combinados como lo son campo de práctica de golf de pitch and put, entrenamientos en gimnasio, qué están enfocadas al desarrollo de capacidades específicas para el golf como la fuerza la movilidad la estabilidad y la coordinación.

En cuanto a su entorno organizacional, Golf-Fit, se encuentra en un proceso de crecimiento y se está consolidando cada vez más en el mercado lo que ha generado la necesidad de fortalecer su presencia digital es por eso que se identificó que cuenta con una organización de valor en el ámbito deportivo sus procesos de marketing digital no estaban bien estructurados lo que presentaba debilidades en la planificación de contenido segmentación de audiencia y medición de resultados.

Es por eso que en este contexto la pasantía se desarrolló en un entorno en donde nos permitió analizar y comprender las dinámicas internas de esta organización, así como proponer estrategias que estén orientadas a mejorar su posicionamiento y visibilidad en los medios digitales.

2. Propósito de la pasantía

El propósito de esta pasantía fue diseñar e implementar estrategias de marketing digital que estuvieran orientadas a un fortalecimiento en la presencia online de golf con el objetivo de mejorar la comunicación con los clientes objetivos y asimismo tener unos procesos más óptimos de captación de clientes.

Gracias a eso y de una manera más específica, se buscó estructurar un sistema organizado de gestión digital que nos ayudara con la inclusión de contenido la segmentación de la audiencia y el uso de herramientas digitales para la medición de resultados esto nos ayudó a transformar procesos empíricos en estrategias más eficientes medibles y que estuvieran alineados con los objetivos de la organización.

Asimismo, esta pasantía tuvo como finalidad aplicar los procesos adquiridos durante la formación académica y ponerlos a prueba en un contexto real dando soluciones reales e innovadoras que contribuyan a un crecimiento sostenible dejando un legado en la empresa y su posicionamiento dentro del sector deportivo.

3. Descripción de las actividades desarrolladas

Durante el desarrollo de la pasantía en Golf-Fit, se llevaron a cabo diversas actividades enfocadas en los procesos de marketing digital, con el objetivo de mejorar la visibilidad, el posicionamiento y la captación de clientes dentro del centro de alto rendimiento.

Como primera medida, se realizó un diagnóstico inicial donde se estableció el estado de las redes sociales en ese momento y canales digitales de la organización, identificando debilidades en la planificación del contenido como la frecuencia de cada publicación y qué estrategias se definirían para la segmentación de cada audiencia.

Es por eso que, a partir de este análisis, se diseña un plan de contenidos, con objetivos específicos para orientarlo a diferentes tipos de público incluyendo niños, jugadores aficionados y deportistas de alto rendimiento. Este plan incluyó la creación de publicaciones educativas,

publicaciones de venta y de comedia, todo esto con el fin de fortalecer la identidad de la marca y generar mayor interacción con los usuarios.

Asimismo, se tuvo en cuenta que la creación y gestión de contenido digital fuera desarrollado con piezas para redes sociales como imágenes, videos y publicaciones informativas que tuvieran relación con la preparación física para golfistas. Estas actividades nos permitieron mejorar la comunicación con los usuarios y aumentar el alcance de las publicaciones.

De igual manera, se implementaron estrategias de marketing digital, tales como la organización del calendario en las publicaciones, la definición de objetivos para cada contenido, y el uso de herramientas digitales para el seguimiento del rendimiento de cada publicación.

Otra de las actividades desarrolladas importantes fue el uso en la promoción de los servicios que se estaban ofertando en Golf Fit, mediante la difusión en los canales digitales, contribuyendo así al incremento el interés potencial de los clientes.

Como conclusión, Se realizó un seguimiento general de las acciones que estaban implementadas Esto permitiéndonos evaluar su impacto y proponer Mejoras continuas, dejando un legado en los procesos digitales dentro de la organización.

Como muestra del trabajo realizado se incluyen piezas gráficas, publicaciones en redes sociales y material audiovisual desarrollado durante la pasantía. además de eso se realizó una parrilla en dónde todos los contenidos realizados durante la pasantía que se evidenciarán en el apéndice A

Figura 1. Métricas Golf-Fit

Métricas Golf-Fit							
Fecha	Red	Seguidores iniciales	Fecha	Red	Seguidores finales	Cantidad de seguidores nuevos	Imagen
24-3-2026	Linkedin	176	9-6-2026	Linkedin	220	44	
24-3-2026	Facebook	57	9-6-2026	Facebook	64	7	
24-3-2026	Instagram	610	9-6-2026	Instagram	653	43	
24-3-2026	TikTok	132	9-6-2026	TikTok	262	130	

Figura 2. Banner Publicitario Clases Virtuales



Entrena desde donde quieras y mejora tu rendimiento en el golf

GOLF-FIT VIRTUAL

Aumenta tu potencia, mejora tu movilidad de cadera y evita lesiones

CON LOS
MISMOS
HORARIOS DE
GOLF-FIT



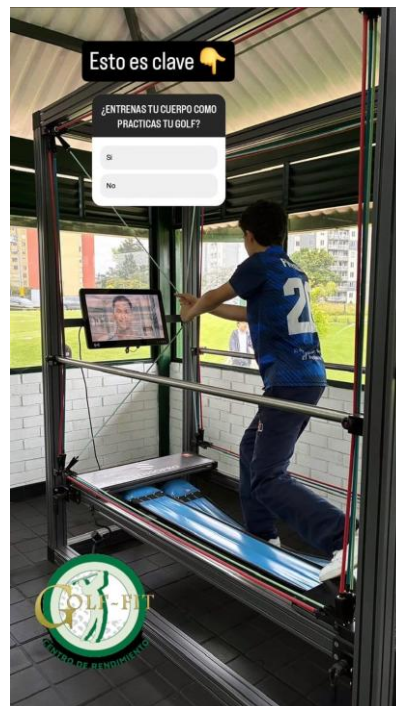
LUN/DOM

¡RESERVA TU CUPO HOY!
3151491139

Figura 3. Banner publicitario Dia de las Madres



Figura 4. Maquina Senso-Pro



4. Aprendizajes

Durante el desarrollo en las pasantías En golf Fit, Se adquirieron Diferentes aprendizajes Que estuvieron relacionados dentro del área de marketing digital Aplicados a un contexto real.

Como primer aprendizaje significativo Se comprendió la importancia de contar Con la planificación estratégica de contenido Dando cuentas de que una organización y constancia en las publicaciones son fundamentales Para mejorar la visibilidad y el alcance en redes sociales.

También, se fortalecieron conocimientos relacionados con el tema de edición de vídeos, cual es la mejor manera de presentar el vídeo al público, adaptando el mensaje a usuarios como niños, jugadores aficionados y deportistas de alto rendimiento, todo esto con el fin de generar una mayor retención de la información y conexión con el público.

De igual manera, se desarrollaron habilidades dentro de la creación del contenido digital, incluyendo elaboración de publicaciones, material audiovisual y piezas informativas, orientadas a fortalecer la identidad de la marca y ayudando a que la comunicación con los usuarios sea más cercana

Y finalmente, La pasantía permitió Ayudar A comprender la importancia del marketing digital Como una herramienta clave para el crecimiento Y posicionamiento de una marca en específico, Así también como la necesidad de transformar Esos procesos empíricos que se venían Manejando A estrategias estructuradas, medibles Y sostenibles con el tiempo.

5. Recomendaciones

Desde un inicio en las pasantías en Gol-Fit, Se identificaron diferentes aspectos De mejora Que pueden fortalecer a futuras experiencias académicas y el crecimiento de la organización dentro del ámbito del marketing digital.

Como primer p se recomienda que se continúe con la implementación de la planificación estratégica de los contenidos asegurando así la constancia en las publicaciones y teniendo una coherencia en la comunicación de la marca punto esto permitirá mantener y aumentar el alcance de las publicaciones con los usuarios dependiendo de cada canal digital.

También es importante profundizar en el uso de herramientas para su análisis digital todo esto con el fin de medir de manera más precisa todo el rendimiento de las estrategias implementadas punto esto ayudará la toma de decisiones basada en datos y no en suposiciones también tener en cuenta la optimización continua. de los accesos de marketing.

También se propone fortalecer más la segmentación de las audiencias desarrollando así contenidos más específicos para cada tipo de usuario lo que permitirá una comunicación más directa y efectiva, además teniendo una mayor atracción de potenciales clientes.

De igual manera se hace una recomendación importante en invertir en la creación de contenido audiovisual de mayor calidad ya que al estudiante o persona que quiere realizar las prácticas el medio de trabajo será su celular

Y como último para futuras pasantías se proponen integrar de manera más constructiva el área de marketing digital con las actividades operativas dentro del centro de entrenamiento permitiendo así una mayor coherencia entre el servicio ofrecido y su promoción lo cual ayudará aún más al posicionamiento y crecimiento de la marca

6. Acerca de las referencias (de su trabajo)

~~Todas las citas de su trabajo de grado deben aparecer en la lista de referencias y estas últimas deben citarse todas dentro del texto. Deben ir en orden alfabético y la primera línea de cada referencia debe ir contra el margen izquierdo, si tiene una segunda o más líneas, llevan sangría después de la primera línea.~~

7. Acerca de los apéndices

Dentro de los apéndices se presenta la parrilla de contenido digital (ver apéndice A), La cual nos ayuda a evidenciar la planificación estratégica que se tuvo En las publicaciones realizadas durante las pasantías En esta parrilla Se muestran aspectos como fechas de publicación coma tipo de publicación, el copy, El formato que se utilizó Y por último los objetivos de cada pieza digital.

Dentro de esta herramienta nos ayuda a organizar de una manera más eficiente todas las acciones de comunicación en redes sociales dando así constancia de las publicaciones y una coherencia en el mensaje de la marca. también sirvió como base para la ejecución de una estrategia orientada a diferentes tipos de audiencia contribuyendo así al fortalecimiento de la presencia digital dentro de la organización.

En dónde adicionalmente se incluye una pieza gráfica como ejemplo de publicación y material desarrollando durante la pasantía coma todo esto con el fin de evidenciar la aplicación práctica de las estrategias planeadas.

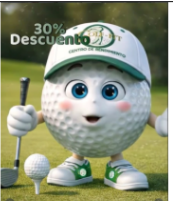
Esta inclusión de estos apéndices nos permite comprender de manera más clara cómo se realizó el proceso y así evaluar las acciones que se implementaron dentro del contexto del marketing digital.

Referencias

- Carrillo García, A. (2019). *Guía para la elaboración de trabajos de grado*. Editorial Académica.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (15ª ed.). Pearson Educación.
- Ryan, D. (2017). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (4th ed.). Kogan Page.
- Statista. (2023). *Digital marketing trends worldwide*. <https://www.statista.com>
- Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (2.ª ed.). Pearson.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (15.ª ed.). Pearson Educación.
- McLean, J. (2008). *The eight-step swing*. Wiley.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2018). *Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación* (4.ª ed.). OCDE.
- Ryan, D. (2017). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (4th ed.). Kogan Page.

Apéndices

Apéndice A. Parrilla de Contenidos

Parrilla					
Fecha	Objetivo	Copy	Red Social	Formato	Pieza
02-05-2020	Golfito - Día de la madre	Mamá merece TODO... y este mes en Golf Fit se lo damos 🍀 30% OFF durante TODO mayo para que le regales bienestar, energía y resultados reales. No lo pienses tanto... tráela, sorpréndela o empieza tú por ella. 🔥 Escribenos ahora, agenda tu clase y asegura el 30% OFF antes de que se acabe mayo. Síguenos y ven a entrenar con nosotros. #GolfFit #DíaDeLasMadres #MayoConDescuento #FitnessColombia #EntrenaHoy #BienestarReal #PromoMayo "Esto no nació para ser "otro lugar de entrenamiento". 🍀 TBT - 8 de abril de 2025 Cuando Billy Karageorgakis llegó a Colombia, la misión era clara: "Cambiar el golf desde la base". Estas imágenes no son solo un recuerdo... son el inicio de lo que hoy está transformando la forma de entrenar golf.	Todas (LinkedIn, Instagram, Facebook, TikTok y X)	MP4	
06-05-2020	¿Quiénes somos? - Billy	Hoy no es tendencia... es evolución. ¿Estás dentro o aún estás entrenando como siempre? Da el paso. Entrena diferente. Juega mejor. 📩 Escribenos por DM o a nuestro Whatsapp: +57 315 1491130, y agenda tu primera sesión hoy. #TBT #GolfFitColombia #GolfTraining #GolfFitness #GolfColombia #EntrenaDiferente #GolfCommunity #GolfLife #FitnessGolf #GolfPerformance #BillyKarageorgakis 🍀 ¿Y si el problema de tu golf no está en la técnica... sino en tu cuerpo? Muchos golfistas pasan años intentando corregir su swing, cuando en realidad el verdadero límite está en la movilidad, la estabilidad o la fuerza que el cuerpo puede generar y controlar. El golf moderno ya no se entrena únicamente en el campo. Jugadores como Tiger Woods, Rory McIlroy y Jon Rahm entendieron hace tiempo que el rendimiento también se construye en el gimnasio. Ese es justamente el tema de nuestro segundo Newsletter de Golf-Fit en LinkedIn: 🔥 Cómo el entrenamiento físico está transformando el rendimiento de los golfistas modernos.	Todas (LinkedIn, Instagram, Facebook, TikTok y X)	MP4	
08-04-2020	Newsletter - EL GOLF TAMBIÉN SE ENTRENA EN EL GIMNASIO	modernos. Hablamos de biomecánica, movilidad, fuerza, prevención de lesiones y de por qué un entrenamiento específico puede cambiar completamente tu juego. 📩 Suscríbete a nuestro Newsletter en LinkedIn y empieza a entender el golf desde otro nivel. Link: https://lnkd.in/g/807z1 Link activo en la BIO. 🍀 Queremos leerle: ¿Cuál crees que es la limitación física que más afecta a los golfistas amateurs? 📩 Guarda este post, compártelo con tu grupo de golf y síguenos para más contenido sobre rendimiento, salud y golf. #GolfFit #GolfFitColombia #GolfNewsletter #LinkedInNewsletter #GolfPerformance #GolfTraining #GolfFitness #GolfLife #GolfSwing #GolfColombia #Golfista #GolfCommunity #EntrenamientoGolf #GolfTips #Biomecánica #Movilidad #Fuerza #PrevencionDeLesiones #GolfPerformanceTraining #TrainLikeAGolfer 🍀 🍀 Detrás de cada gran deportista... hay una mamá que también lo dio TODO. La que madrugó para cada entrenamiento. La que esperó horas en silencio. La que apoyó incluso en los días difíciles. La que nunca dejó de creer. 🍀	Todas (LinkedIn, Instagram, Facebook, TikTok y X)	JPG	
		La que madrugó para cada entrenamiento. La que esperó horas en silencio. La que apoyó incluso en los días difíciles. La que nunca dejó de crear. 🍀			

