

Planificación Operativa y Estratégica de Eventos de Turismo Deportivo Juvenil: Caso International Cup Santa Marta 2026¹

□
Laura Douglas Eguis²
Nelson Ariel Niño García / Tutor³

Resumen

El turismo deportivo se ha consolidado como un motor de desarrollo económico y social, especialmente en el segmento del fútbol base. Este artículo presenta la planificación integral de la International Cup Santa Marta 2026, un torneo diseñado para convocar a 30 clubes nacionales e internacionales bajo un modelo de gestión que fusiona la competencia atlética con la experiencia turística. El estudio detalla el diseño operativo fundamentado en un clúster de servicios en El Rodadero, garantizando la eficiencia en alojamiento, alimentación y transporte para más de 1.000 participantes. La metodología abarca desde la definición de formatos de competencia (fútbol 7, 9 y 11) hasta la implementación de protocolos de sostenibilidad y seguridad médica. Los resultados proyectan un evento que no solo visibiliza el talento juvenil mediante plataformas tecnológicas y scouting, sino que dinamiza la economía local, concluyendo que la integración de servicios logísticos y deportivos es clave para el éxito de los megaeventos juveniles.

Palabras claves: turismo deportivo, fútbol base, gestión de eventos, logística deportiva, Santa Marta

Operational and Strategic Planning of Youth Sports Tourism Events: Case International Cup Santa Marta 2026

Sports tourism has established itself as a driver of economic and social development, especially in the grassroots soccer segment. This article presents the comprehensive planning of the International Cup Santa Marta 2026, a tournament designed to convene 30 national and international clubs under a management model that merges athletic competition with the tourist experience. The study details the operational design based on a service cluster in El Rodadero, ensuring efficiency in accommodation, food, and transport for more than 1,000 participants. The methodology covers everything from the definition of competition formats (7, 9, and 11-a-side

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: laura.douglas@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.

soccer) to the implementation of sustainability and medical safety protocols. The results project an event that not only makes youth talent visible through technological platforms and scouting but also boosts the local economy, concluding that the integration of logistical and sports services is key to the success of youth mega-events.

Keywords: sports tourism, grassroots soccer, event management, sports logistics, Santa Marta.

Introducción

En la última década, el turismo deportivo ha emergido como uno de los segmentos de más rápido crecimiento dentro de la industria global del turismo y el deporte. La literatura académica define este fenómeno no solo como el desplazamiento de personas para presenciar eventos, sino como la participación activa en competencias que tienen lugar fuera del entorno habitual de residencia. Autores como Gibson han categorizado esta dinámica como turismo deportivo activo, destacando su capacidad para generar impactos económicos directos e indirectos en las comunidades anfitrionas (Gibson, 1998, p. 45). En este contexto, los torneos de fútbol base o juvenil representan un nicho de mercado particularmente valioso, ya que el desplazamiento del atleta implica casi invariablemente el acompañamiento de núcleos familiares completos, lo que multiplica el consumo de servicios turísticos como hotelería, gastronomía y transporte.

La organización de eventos de esta naturaleza exige una transición desde la gestión empírica hacia modelos de administración profesional que garanticen la calidad y la seguridad. La International Cup Santa Marta 2026 se presenta como un caso de estudio relevante al proponer un modelo híbrido que busca promover el desarrollo del fútbol base e impulsar el turismo deportivo en la ciudad (Douglas, 2026, p. 3). La elección de Santa Marta no es aleatoria; su condición de distrito turístico permite aprovechar la infraestructura natural y hotelera para ofrecer una experiencia que trasciende lo deportivo. Según Getz, el éxito de un evento en un destino turístico depende de la capacidad de los organizadores para crear una oferta integrada que satisfaga tanto las necesidades competitivas como las expectativas de ocio de los asistentes (Getz, 2008, p. 405).

Uno de los desafíos críticos en la gestión de eventos juveniles es la logística de alojamiento y movilidad. La dispersión de sedes y hoteles suele ser un punto de fricción que afecta el rendimiento de los deportistas y la satisfacción de los acompañantes. Para mitigar este riesgo, el plan de la International Cup implementa el concepto de clúster hotelero, concentrando a las delegaciones en el sector de El Rodadero. Esta estrategia se alinea con las teorías de gestión de operaciones en servicios, que sugieren que la concentración geográfica de recursos reduce los tiempos de traslado y facilita el control de seguridad (Chalip, 2004, p. 228). El proyecto estima alojar a alrededor de 1.000 personas, gestionando una operación compleja que incluye acomodaciones múltiples y servicios de alimentación estandarizados (Douglas, 2026, p. 7).

La sostenibilidad es otro pilar fundamental en la planificación moderna de eventos. La creciente conciencia ambiental obliga a los gestores deportivos a incorporar prácticas responsables

desde la fase de diseño. El evento en Santa Marta propone una gestión de residuos rigurosa, incluyendo la clasificación en puntos ecológicos y la reducción de plásticos de un solo uso, así como el fomento de la economía local mediante la contratación de proveedores de la región (Douglas, 2026, p. 18). Investigaciones recientes de Trendafilova indican que las iniciativas de sostenibilidad en el deporte no solo minimizan el impacto ecológico, sino que mejoran la imagen de marca del evento y generan un mayor compromiso por parte de los patrocinadores y la comunidad (Trendafilova, 2013, p. 18).

Desde la perspectiva del marketing deportivo, la visibilidad del talento es el activo más valioso que un torneo puede ofrecer a sus participantes. En una era digitalizada, la promesa de valor debe incluir herramientas tecnológicas que permitan el seguimiento en tiempo real del desempeño de los jugadores. El plan de marketing del evento integra plataformas como Baloa para estadísticas y la presencia de scoutings profesionales, cumpliendo con el objetivo específico de dar visibilidad al talento juvenil (Douglas, 2026, p. 3). Esto resuena con lo expuesto por Shilbury, quien afirma que la tecnología es el puente esencial entre el evento físico y la audiencia global, permitiendo amplificar el alcance y el legado del torneo (Shilbury, 2020, p. 112).

Finalmente, la estructura de la competencia debe adaptarse a las etapas de desarrollo fisiológico y técnico de los participantes. El torneo contempla categorías desde la U7 hasta la U15, ajustando los formatos de juego (7vs7, 9vs9, 11vs11) y los tiempos de partido para asegurar un entorno adecuado para la práctica deportiva (Douglas, 2026, p. 12). La planificación detallada de estos aspectos técnicos, sumada a una logística robusta y una estrategia de marketing coherente, configura un modelo de gestión integral. Este artículo analiza cómo la articulación de estas variables en la International Cup Santa Marta 2026 no solo busca la excelencia operativa, sino posicionar a la ciudad como el escenario de los grandes en el circuito del fútbol juvenil sudamericano.

Metodología de análisis y recolección de datos

El diseño del plan operativo para la International Cup Santa Marta 2026 se desarrolló bajo un enfoque de gestión de proyectos aplicado al deporte, estructurado en fases cronológicas y áreas funcionales. La metodología inició con la definición del alcance del evento, estableciendo una participación meta de 30 clubes, divididos en 15 nacionales, 10 locales y 5 extranjeros, con una programación prevista del 4 al 9 de octubre de 2026. Se seleccionaron escenarios deportivos específicos como la Cancha Ciudadela 29 de julio, el Centro Recreacional Teyuna, la Cancha Polisur y otros, basándose en criterios de calidad del terreno (césped natural y sintético) y capacidad de aforo para espectadores (Douglas, 2026, p. 5).

Posteriormente, se procedió a la estructuración logística mediante el diseño de un modelo de servicios centralizado. Se estableció un clúster de alojamiento en la zona de El Rodadero, seleccionando hoteles de 3 y 4 estrellas como el Hotel Palmarena y el Hotel Portobahía para concentrar a las delegaciones, facilitando así la seguridad y el transporte. La planificación del transporte se diseñó bajo un modelo mixto, donde la organización asume los traslados aeropuerto-hotel-aeropuerto para los clubes que arriban vía aérea y dispone de rutas rotativas hacia los escenarios deportivos, mientras que los equipos locales gestionan su propia movilidad.

Finalmente, se definieron los protocolos de control y gestión del riesgo. Se elaboraron matrices de riesgo para anticipar situaciones como lesiones, condiciones climáticas adversas o fallas en la infraestructura, asignando responsables directos por sede y estableciendo canales de comunicación inmediatos. La metodología incluyó la creación de instrumentos de control operativo como checklists de apertura y cierre de sedes, así como la integración de tecnología para la gestión deportiva a través de la plataforma Baloo, asegurando la trazabilidad de los resultados y la información del torneo en tiempo real (Douglas, 2026, p. 19).

Resultados

La planificación de la International Cup Santa Marta 2026 ha generado una estructura operativa sólida que abarca las dimensiones deportiva, logística y de servicios.

Estructura Deportiva y Competitiva

Se ha definido un sistema de juego que garantiza un mínimo de 5 partidos por equipo, fomentando la participación continua. El torneo se divide en tres fases: una fase de grupos (todos contra todos), seguida de semifinales y finales, clasificando a los equipos en Copas de Oro, Plata y Bronce. Las categorías se han segmentado técnicamente, asignando la modalidad de 7 vs 7 para las categorías U7 y U9, 9 vs 9 para U10 y U11, y 11 vs 11 para las categorías superiores hasta U15, con tiempos de juego adaptados a cada edad (Douglas, 2026, p. 12).

Logística de Servicios y Niveles de Atención

El plan operativo establece niveles de servicio diferenciados para garantizar la satisfacción de todos los actores. Se ha asegurado el alojamiento para 20 clubes visitantes en el clúster del Rodadero. La alimentación incluye desayuno y almuerzo para deportistas, mientras que el personal de scouting recibe alimentación completa.

En el ámbito de la salud, se ha diseñado un modelo de cobertura rotativa con paramédicos fijos en cada sede y ambulancias compartidas en la zona sur, garantizando un tiempo de respuesta de 3 a 5 minutos. En términos de sostenibilidad, se implementarán puntos ecológicos en todas las sedes y se controlará el consumo de plástico mediante la entrega racionada de bolsas de agua y la promoción del uso de termos reutilizables (Douglas, 2026, p. 17-18)

Figura 1. *Cronograma Operativo*

DIA	ACTIVIDAD PRINCIPAL	RESPONSABLE PRINCIPAL
3 octubre	Demarcación de canchas (7 vs 7), instalación de sonido, micrófono, banners en cada sede, mobiliario para inauguración	Dirección del evento + logística
4 octubre	Llegada de los clubes, congreso técnico en hotel sede e inauguración	Dirección del evento
5,6 y 7 octubre	Fase de grupos	Coordinador de categorías + veedores
8 octubre	Semifinales ORO/PLATA	Coordinador de categorías + veedores
9 octubre	Finales ORO/PLATA/BRONCE + premiaciones	Dirección del evento + coordinadores + protocolo + comunicaciones

Discusión y conclusiones

El modelo de planificación de la International Cup Santa Marta 2026 demuestra una alineación efectiva entre la teoría del turismo deportivo y la práctica operativa. La decisión de crear un clúster hotelero en El Rodadero valida las propuestas de autores como Chalip sobre la importancia de la concentración de servicios para mejorar la experiencia del visitante y optimizar costos logísticos (Chalip, 2004, p. 230). Al garantizar cinco partidos por equipo, el evento prioriza el desarrollo deportivo sobre la eliminación directa temprana, lo cual es fundamental en el deporte formativo para mantener la motivación y el aprendizaje.

La integración de la tecnología a través de Baloa y la presencia de scoutings responde a la necesidad de profesionalizar el fútbol base, ofreciendo un valor añadido tangible a los clubes participantes. Sin embargo, el éxito del plan dependerá de la rigurosidad en la ejecución de los protocolos de gestión de riesgos, especialmente en lo referente a la atención médica inmediata y la logística de transporte en una ciudad turística.

En conclusión, este evento se perfila no solo como una competencia atlética, sino como una plataforma de desarrollo integral. La estrategia de sostenibilidad económica local y el legado de infraestructura deportiva refuerzan el compromiso social del torneo. La International Cup Santa Marta 2026 establece un estándar de calidad para eventos juveniles en la región Caribe, demostrando que la planificación profesional es el vehículo indispensable para transformar el deporte en una herramienta de impacto turístico y social.

Referencias

- Chalip, L. (2004). Beyond Impact: A General Model for Sport Event Leverage. *Journal of Sport Tourism*, 9(3), 226-252.
- Douglas, L. (2026). Plan Operativo Evento Deportivo: International Cup Santa Marta [Presentación de proyecto]. MGFutbol e INRED.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.
- Gibson, H. J. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. *Sport Management Review*, 1(1), 45-76.
- Masterman, G. (2014). *Strategic Sports Event Management*. Routledge.
- Shilbury, D., Westerbeek, H., Quick, S., & Funk, D. (2020). *Strategic Sport Marketing* (4th ed.). Allen & Unwin.
- 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.