

APLICACIÓN DE ACCIONES COMUNICACIONALES PARA LA GESTIÓN  
DEL DEPARTAMENTO DE MERCADEO Y EVENTOS DEL CLUB  
CAMPESTRE DE BUCARAMANGA S.A: PASANTÍA EMPRESARIAL

LILIANA MARCELA CEDIEL QUINTERO

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO  
BUCARAMANGA  
2015

APLICACIÓN DE ACCIONES COMUNICACIONALES PARA LA GESTIÓN  
DEL DEPARTAMENTO DE MERCADEO Y EVENTOS DEL CLUB  
CAMPESTRE DE BUCARAMANGA SA.

LILIANA MARCELA CEDIEL QUINTERO

TRABAJO DE GRADO MODALIDAD PASANTIA  
PARA OPTAR POR EL TÍTULO  
COMUNICADORA SOCIAL- PERIODISTA

SUPERVISORA DE LA PASANTÍA  
ELIANA A. CELIS GARCIA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO  
BUCARAMANGA  
2015

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

Firma del presidente del Jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

## **AGRADECIMIENTOS**

Doy gracias primero que todo a Dios, a mis padres Luis Antonio Cediél y Elvinia Quintero Correa, a mi hermano Nestor Cediél, mi primo Johan Suarez y demás familiares por su apoyo, acompañamiento y su tiempo dado para terminar mi proceso de formación.

A Eliana Celis García mi tutora por su orientación, apoyo y guía durante mi pasantía.

Al Club Campestre de Bucaramanga S.A. pero en especial a la Directora del Departamento de Mercadeo y Eventos, Doctora María Fernanda Vela, por toda la comprensión, conocimiento y experiencia dada.

A mis compañeros de trabajo por su tolerancia, formación y por el buen trabajo en equipo.

A la Universidad Pontificia Bolivariana por la contribución durante toda mi carrera de Comunicación Social - Periodismo, a su vez la enseñanza en valores éticos y morales.

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	11
1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN .....	13
1.1. UBICACIÓN Y RESEÑA HISTÓRICA DE LA ORGANIZACIÓN .....	13
1.2. MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS .....	15
1.2.1 Misión .....	15
1.2.2 Visión.....	15
1.2.3. Valores Corporativos .....	16
1.2.4. Objetivos Estratégicos .....	16
1.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	18
1.3.1. Estructura Organizacional del Club Campestre Bucaramanga S.A.....	18
2. OBJETIVOS DE LA PASANTÍA.....	19
2.1. OBJETIVO GENERAL .....	19
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	19
3. REFERENTE CONCEPTUAL .....	20
4. ACTIVIDADES REALIZADAS .....	23
4.1. APOYAR LA GESTIÓN COMERCIAL DEL CLUB CAMPESTRE DE BUCARAMANGA SA.....	25
4.1.1 Envío de información por correo de los eventos institucionales del Club Campestre: .....	25
4.1.2 Realizar telemercadeo para los eventos institucionales y especiales del Club Campestre.....	26
4.1.3 Realización de encuesta para medir la satisfacción del evento “Día de la Secretaria” .....	27
4.1.4 Se tabularon encuestas para medir la satisfacción de los eventos institucionales y especiales.....	28
4.2. FORTALECER LA RELACIÓN DE LOS PÚBLICOS EXTERNOS A TRAVÉS DE LOS DIFERENTES MEDIOS COMUNICATIVOS CON LOS QUE CUENTA LA ORGANIZACIÓN.....	33
4.2.1. Seleccionar los temas e información del Boletín informativo .....	33
4.2.2. Publicaciones en Facebook.....	34
4.2.3. Publicaciones en la aplicación móvil.....	34

4.3. APOYAR TODAS LAS ACTIVIDADES DEL DEPARTAMENTO DE MERCADERO Y EVENTOS DEL CLUB CAMPESTRE DE BUCARAMANGA S.A.....	34
4.3.1. Apoyar la logística de los eventos institucionales y especiales .....	34
4.3.2. Reporte fotográfico .....	36
4.3.3. Creación del boletín "Destino Campestre" .....	37
CONCLUSIONES.....	38
RECOMENDACIONES.....	39
BIBLIOGRAFÍA .....	40
ANEXOS .....	41

## LISTA DE ANEXOS

Anexo A: Envío de correos electrónicos .....	41
Anexo B: Boletín informativo.....	46
Anexo C: Publicación en facebook.....	49
Anexo D: Publicación la aplicación móvil.....	51
Anexo E: Logística eventos institucionales y especiales.....	52
Anexo F: Registro fotográfico.....	56
Anexo G: “Destino Campestre” .....	64

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfica N° 1: Satisfacción del evento “Día de la Secretaria.....	28
Gráfica N° 2: Atención al momento de recibir la cotización.....	29
Grafica N° 3: Calidad del servicio ofrecido durante el evento.....	30
Grafica N° 4:Recibió llamada de seguimiento.....	31
Grafica N° 5: Asesoría recibida durante la organización del evento.....	31
Grafica N° 6: Servicio/Aseo organización.....	32

## RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

**TITULO:** APLICACIÓN DE ACCIONES COMUNICACIONALES PARA LA GESTIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MERCADEO Y EVENTOS DEL CLUB CAMPESTRE DE BUCARAMANGA S.A: PASANTÍA EMPRESARIAL

**AUTOR(ES):** Liliana Marcela Cediel Quintero

**FACULTAD:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR(A):** Eliana Alexandra Celis García

### RESUMEN

Este documento es resultado del proceso del trabajo de grado, modalidad pasantía, que se desarrolló por seis meses en el Club Campestre de Bucaramanga S.A, donde el objetivo general se basó en apoyar al Departamento de Mercadeo y Eventos, por medio de acciones comunicacionales que contribuyeron al mejoramiento del proceso de comunicación que se desarrolla en el club. Las actividades que se realizaron para dar cumplimiento al objetivo estuvieron orientadas al apoyo de la gestión comercial del Club, fortaleciendo la relación del público externo a través de los diferentes medios comunicativos como: boletín informativo, aplicación móvil, red social facebook, telemercadeo, mailling y correos electrónicos; de esta forma se apoyó y se le dio mayor seguimiento a todas las actividades del Departamento de Mercadeo y Eventos del Club Campestre de Bucaramanga S.A. Así mismo se mejoró la concurrencia en eventos tradicionales en el club, a partir de la ampliación de la base de datos de potenciales usuarios, que se traducen en empresas interesadas en el uso del club y sus servicios. Conforme al trabajo realizado en todas y cada una de las actividades, se logró un impacto positivo para la empresa, generando mayor interactividad entre los socios, huéspedes y visitantes eventuales, así como mayor interés por las actividades propias del club por parte del público externo. Gracias al marketing directo y a las mejoras en la utilización de medios comunicativos, se logró materializar resultados que estadísticamente superaron expectativas y de esa manera mejoraron la imagen y prestigio empresarial de la organización, monetizando estos logros para beneficio de las finanzas del club.

### PALABRAS CLAVES:

Marketing directo, medios comunicativos, gestión comercial, público externo, comunicación.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

## GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

**TITLE:** IMPLEMENTATION OF COMMUNICATIONAL ACTIONS FOR THE BUCARAMANGA CLUB CAMPESTRE S.A MARKETING AND EVENTS DEPARTMENT MANAGEMENT BUSINESS INTERNSHIP

**AUTHOR(S):** Liliana Marcela Cediel Quintero

**FACULTY:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR:** Eliana Alexandra Celis García

### ABSTRACT

This document is the result of the process of a dissertation, in the way of an internship during six months at the Club Campestre of Bucaramanga S.A, where the general goal was to support the Marketing and Events Department with communicative actions that aided in improving the communication process developed at the club. The activities carried out to achieve the goal were directed at supporting the commercial aspect of the club, strengthening with the external public through different media such as: informative bulletins, mobile applications, social networking, telemarketing, mailing and e-mail, this way support and accompaniment all the activities of the marketing and events of the Club Campestre de Bucaramanga S.A. were provided. Likewise, assistance to traditional events at the club, parting from an increase in the potential users data base which translates into businesses interested in using the club and the services. According to the work realized in each and every activity, a positive impact for the business was achieved generating an increased interactivity between the partners, hosts and eventual guests, as well as a greater interest in the activities pertaining to the club by external public. Thanks to the external marketing and improvement in the use of social networking sites, the achieved results statistically surpassed expectations and this improved the image and business prestige of the organization, monetizing these achievements for the benefit of the club's finances'.

### KEYWORDS:

Direct marketing, social networking sites, commercial management, external public, communication.

**V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK**

## INTRODUCCIÓN

El Club Campestre de Bucaramanga S.A.; es uno de los principales clubes dentro del departamento de Santander y es reconocido gracias al alto nivel de servicios que presta a sus socios, presentados, huéspedes y deportistas.

La calidad en cada uno de sus servicios lo hace altamente competente y riguroso en la búsqueda del éxito como empresa prestadora de servicios de recreación, deporte y turismo.

Así lo anterior, uno de los objetivos principales del Club Campestre ha sido desarrollar de manera asertiva la comunicación con sus clientes mediante el ámbito digital para lograr mayor interacción, fidelización y participación.

Por tal razón es importante implementar los conceptos del marketing directo para poder lograr una mejor comunicación entre los clientes y la empresa gracias a que “El marketing directo es una disciplina que facilita el proceso de intercambio por medio de una comunicación directa e interactiva con el consumidor. Esto permite llegar con un marketing masivo a consumidores específicos, con un grado de respuesta y eficacia conocida.”<sup>1</sup>

De esta forma se conseguirá que los diferentes medios comunicativos con los que cuenta el Club Campestre de Bucaramanga S.A logren impactar de manera positiva en las diversas actividades que se realicen, creando relaciones sólidas por los diversos canales con cada uno de los clientes.

Por consiguiente, se hace indispensable que la información y el contenido en general que se produzca en los diferentes medios electrónicos, sean manejados paralela y conjuntamente con sus servicios, de esta manera se posiciona la empresa frente a los usuarios, ya que brinda mayor interacción con estos, fortaleciendo las relaciones existentes, animando la formación de

---

<sup>1</sup>MENDOZA HENRÍQUEZ, Miguel. Marketing Directo [en línea] Chile, dic. 2004, Pág. 24 Disponible en Internet:<http://www.repositorio.uchile.cl/handle/2250/127211>[citado 8 agosto,. 2015].

otras nuevas y a su vez dinamizando intercambios que logren beneficios mutuos a sus antiguos y posibles clientes.

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

### 1.1. UBICACIÓN Y RESEÑA HISTÓRICA DE LA ORGANIZACIÓN

Nombre de la Organización: Club Campestre de Bucaramanga S.A.

Ubicación: Carrera 21 #30-02, Floridablanca, Santander, Tel: (7) 6803030 ext. 500

Área de trabajo: Pasante del Departamento de Mercadeo y Eventos.

“El 11 de Junio de 1930, ante el Notario Primero del Circuito de Bucaramanga, se firmó la escritura 508 de fundación de la Sociedad Anónima Club Campestre de Bucaramanga, habiendo sido firmada por los siguientes señores: Dr. Francisco Sorzano, médico cirujano; Doctores Eduardo Rueda Rueda e Isaías Cepeda; abogados, Emilio Montoya Gaviria y Elmer A. Probst; ingenieros, Enrique Paillie, Gabriel Silva Vargas , Jacobo A. Correa, Roberto Carreño, Estanislao Olarte, Christian Clausen, José Lega, Alberto Mendoza, Ernesto Sanmiguel, Antonio Chedraui y Luis Sánchez Puyana.

Esta fue la cristalización de la idea lanzada por el gran gentleman Dr. Elmer A. Probst, recogida y puesta en práctica por aquel otro gran gentleman criollo y paisa Dr. Emilio Montoya Gaviria, fue la conjunción del empuje de la raza nórdica con la bravura y empecinamiento para toda empresa de los hijos de la montaña.

A estos dos caballeros que pusieron toda su energía al servicio del Club en sus primeros años, se unió también Roberto Carreño, Enrique Paillie, y en general todos los que suscribieron la escritura de formación de la sociedad, y últimamente de un modo especial, el Dr. Ricardo Wills Martínez, Alfonso Silva Silva y todos los miembros de la junta actual, que han puesto todo su entusiasmo para hacer de

nuestro Club, uno de los primeros del país y quienes vienen prestando su contingente desinteresado, ya que tienen que pagar cuota de administración como cualquier otro socio y no devengan emolumento alguno por su gestión.

Empezó el año de 1938 con agua, pero sin piscina, los fondos comunes no dejaban sino un pequeño remanente, para cometer la obra, la Junta elevó la cuota de administración de los socios, quienes aprobaron tal alza en bien del progreso y de las obras desarrolladas y proyectadas, se iniciaron los trabajos y se finalizaron en octubre del mismo año con la inauguración de la hermosa piscina, admirada hoy por todos los que nos visitan.

Reelegida en 1939 la Junta Directiva con unos pequeños cambios, y reelegido don Alfonso Silva Silva para Presidente, con el entusiasmo de las obras ejecutadas que dieron un desarrollo inusitado al Club, imponiéndose en nuestra sociedad las fiestas que allí se celebran todas las semanas y las extraordinarias que frecuentemente se llevan a efecto, y debidamente autorizada la Junta por la Asamblea, se financió con un préstamo entre los socios la construcción del nuevo edificio, dejándolo muy adelantado en el curso de dicho año, habiéndose inaugurado en octubre del mismo la planta alta con el primer baile de gala que se efectuaba en el Club desde su fundación. Se construyó también un kiosco estilo español en el centro de los jardines adyacentes a la piscina.

Llegó el año de 1940, la Asamblea dio un voto de aplauso a la Junta y a su presidente por las obras llevadas a cabo y reelegidos sus Miembros, con un cambio solamente de los vocales suplentes, se continuó la obra del nuevo edificio dejándolo terminado, exceptuando su decoración; se construyó un nuevo kiosco que presta el servicio de

tribuna para presenciar los eventos de natación y un edificio para cancha de bolo, con su salón para bar, montado en él, una cancha doble de bolo americano, que según los técnicos es inmejorable; se le hizo portada de entrada a los terrenos del Club; se adquirieron 44.342 metros cuadrados de terrenos con Seguros y Urbanización, logrando con este negocio aislarnos de una urbanización.

Como se ve, han sido años de intensas labores, de obras desarrolladas y ejecutadas, de progreso creciente, de actividad y de buena voluntad de parte de los dirigentes y de todos los socios por presentar un centro a la altura de los mejores del país, que sea la verdadera antesala de la ciudad<sup>2</sup>.

## **1.2. MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

**1.2.1 Misión:** “Somos un Club prestador de servicios deportivos, de esparcimiento y alojamiento, que actuando frente a sus socios y presentados, con innovación y eficiencia, garantiza la excelencia en el servicio y genera la confianza. Lo anterior, en un ambiente exclusivo, tradicional, con buen gusto y una rentabilidad para sus accionistas, promoción integral para sus empleados y cuidados de los recursos naturales.

**1.2.2 Visión:** Ser reconocidos en el 2016 a nivel nacional como un Club líder en calidad de servicio, infraestructura, variedad e innovación en la prestación de servicios deportivos, sociales, de

---

<sup>2</sup> CLUB CAMPESTRE DE BUCARAMANGA, Historia [en línea] Vida Club Campestre de Bucaramanga. Disponible en página web <http://www.campestre bucaramanga.com/club-campestre/el-club/historia/> [Consultado 8 de octubre de 2014]

alojamiento y por su modelo de responsabilidad social, ambiental y de sostenibilidad.

### **1.2.3. Valores Corporativos:**

- Compromiso Social.
- Exclusividad
- Responsabilidad
- Calidad
- Trabajo en equipo
- Innovación
- Actitud de servicio
- Honestidad

### **1.2.4. Objetivos Estratégicos:**

Perspectiva Financiera:

- Sostenibilidad.
- Productividad y Reducción de costos.
- Optimización de Recursos Físicos y Financieros.
- Fortalecimiento Patrimonial.

Innovación:

- Innovación y Tecnología.
- Estrategias de Marketing y Posicionamiento.
- Motivación al Trabajador.

- Cultura Organizacional.

#### Perspectiva del Cliente:

- Altos estándares de Calidad y Servicio al Cliente.
- Retención y Fidelización de Socios.
- Actividades sociales de gran acogida para los Socios.
- Fortalecimiento de actividades deportivas.
- Crecimiento de escuelas deportivas.
- Precios competitivos.
- Estrategias de comunicaciones y CRM.

#### Perspectiva de Procesos:

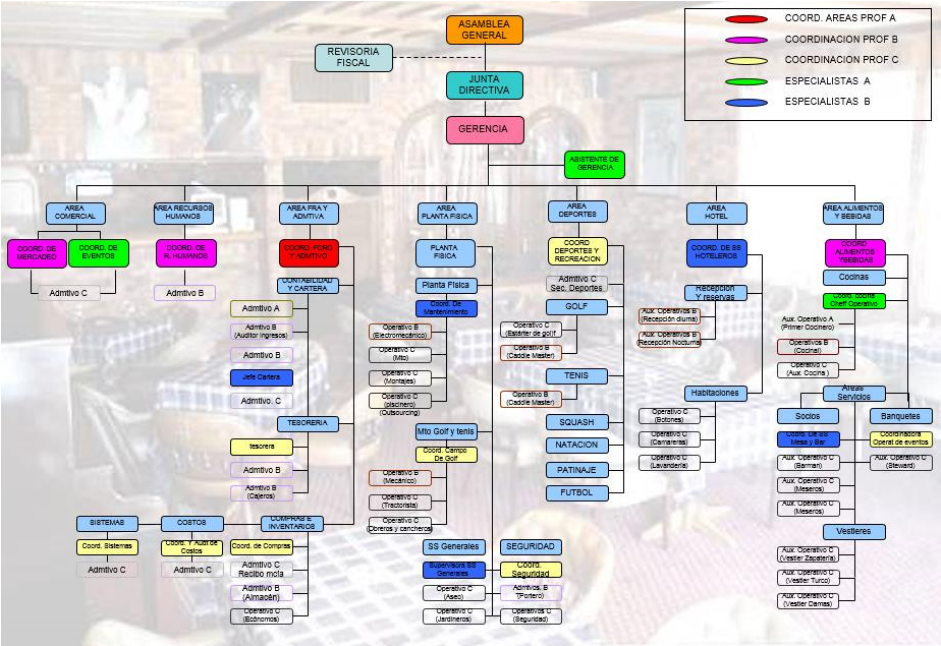
- Modernización de las instalaciones del Club.
- Implementación en Sistemas de Gestión de Calidad.
- Programas de Responsabilidad Social Empresarial.
- Cumplimiento de la Normatividad<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Club Campestre de Bucaramanga, Direccionamiento Estratégico [en línea]. Disponible en página web <http://www.campestre Bucaramanga.com/club-campestre/el-club/direccionamiento-estrategico/> [Consultado 8 de octubre de 2014]

### 1.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 1.3.1. Estructura Organizacional del Club Campestre Bucaramanga S.A.



Fuente: Club Campestre de Bucaramanga S.A, Departamento de Recurso Humano.

## **2. OBJETIVOS DE LA PASANTÍA**

### **2.1. OBJETIVO GENERAL**

Apoyar al departamento de mercadeo y eventos del Club Campestre Bucaramanga S.A., por medio de acciones comunicacionales que contribuyan a mejorar el proceso de comunicación que se desarrolla en el Club.

### **2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Apoyar la Gestión comercial del Club Campestre de Bucaramanga SA.
- Fortalecer la relación de los públicos externos a través de los diferentes medios comunicativos con los que cuenta la organización.
- Apoyar todas las actividades del Departamento de Mercadeo y Eventos del Club Campestre de Bucaramanga S.A.

### 3. REFERENTE CONCEPTUAL

A lo largo de los años muchas empresas han utilizado el marketing directo para llegar a sus clientes de manera eficaz, siendo este una de los medios más rentables y prácticos para dar a conocer sus servicios y productos. Es importante mencionar que “La esencia de la disciplina del marketing, consiste en las actividades que estimulan el intercambio para satisfacer las necesidades de las personas”<sup>4</sup> y es por esto que debemos retomar estos conceptos para poder entender su dinámica.

Según Miguel Mendoza<sup>5</sup> El marketing directo permite crear una comunicación personal con cada cliente y mantenerla de manera personalizada, gracias a esta gestión los clientes se sienten más involucrados a la información que se les brinda.

Por consiguiente el envío de información debe ser individualizada para que la información tome valor y efectividad, la cual se requiere para que los mensajes recibidos por cada persona logren su fin y creen un impacto positivo, es por esto que la información suministrada a través de correos, redes sociales y llamadas, deben estar sometidos a los intereses, necesidades y preferencias del público.

---

<sup>4</sup> MENDOZA HENRÍQUEZ, Op. Cit., p. 14.

<sup>5</sup> Ibid.

En la actualidad gracias al internet, el marketing directo aporta gran relevancia a las empresas ya que la sociedad dentro del tiempo y la tecnología han evolucionado en sus formas y canales de comunicación generando que la administración de las empresas vayan encaminadas a evolucionar a la par, de esta manera “Las principales ventajas de internet como medio para implementar campañas de marketing directo surgen de las características intrínsecas a este medio que es capaz de combinar los principales medios desarrollados hasta ahora”<sup>6</sup>

Gracias a la internet los mensajes que transmitimos a través de los medios electrónicos logran llegar de manera eficiente persuadiendo al público objetivo, como es el caso de los correos electrónicos, pero también alcanza un nivel más amplio pues “La Internet para el proceso de marketing se inserta dentro de lo que es el concepto de comercio electrónico, que involucra no solo los aspectos de marketing dentro de una empresa, sino que básicamente consiste en la aplicación de la tecnología para aumentar la eficiencia y efectividad de las transacciones”<sup>7</sup>

Con base en lo anterior, es importante para las empresas tener en cuenta que para afianzar las relaciones con sus clientes deben implementar el marketing directo, ya que este logra “Reconocimiento de marca, para desarrollar percepciones positivas hacia la imagen de una empresa o producto y para

---

<sup>6</sup> Ibid., p. 196

<sup>7</sup> Ibid., p. 195

crear una actitud de lealtad hacia esta”<sup>8</sup>, trayendo beneficios que favorecen tanto a los clientes como a la empresa.

---

<sup>8</sup> Ibid., p. 14

#### 4. ACTIVIDADES REALIZADAS

ACTIVIDADES REALIZADAS	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Se envió información por correo de los eventos institucionales del Club Campestre.																																
Se realizó telemarketing para los eventos institucionales y especiales del Club Campestre.																																
Se realizó encuesta para medir la satisfacción del "Día de la Secretaria"																																
Se tabularon encuestas para medir la satisfacción los eventos institucionales y especiales.																																

	ACTIVIDADES A REALIZADAS	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Fortalecer la relación de los públicos externos a través de los diferentes medios comunicativos con los que cuenta la organización</b>	Seleccionar los temas e información del boletín informativo																												
	Publicaciones en facebook																												
	Publicaciones en la aplicación móvil																												

	ACTIVIDADES REALIZADAS	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
<b>Apoyar todas las actividades del Departamento de Mercadeo y Eventos del Club Campestre S.A.</b>	Apoyar la logística de los eventos institucionales y especiales																																
	Reporte Fotográfico																																
	Creación del boletín "Destino Campestre"																																

#### 4.1. APOYAR LA GESTIÓN COMERCIAL DEL CLUB CAMPESTRE DE BUCARAMANGA S.A.

##### 4.1.1 Envío de información por correo de los eventos institucionales del Club Campestre:

Para lograr este objetivo se contó con la base de datos del Club Campestre y se enriqueció con nuevos posibles clientes, de esta manera se logró la participación masiva del público externo e interno, en eventos como el “Día de la Secretaria”, la “Muestra Comercial: Día del Socio”, partidos de Colombia, vacaciones recreativas “Green Friends” y “Fiesta Retro”.

Los correos que se enviaron a los diferentes clientes fueron personalizados, persuasivos y asertivos. Este medio de rápida y eficaz respuesta, es un aliado para lograr la interacción entre nuestros públicos, además que funciona en tiempo real, lo que garantiza que la información sea entregada eficazmente.

Se enviaron los siguientes correos electrónicos, como parte del marketing directo:

- 340 correos electrónicos a diferentes empresas de Santander con invitación a la “Celebración del día de la Secretaria” 25 de abril del 2014 en el Club Campestre S.A.
- 1388 correos electrónicos a los socios del Club Campestre para los eventos institucionales “Celebración día de la Secretaria”, muestra comercial “Día del Socio”, partidos de Colombia, vacaciones recreativas “Green Friends” y “Fiesta Retro”, detallados así : Socios Club Campestre 1: 441, socios Club Campestre 2: 60, socios golfistas: 494, socios tenistas: 389 y, socios Casa de Campo:4
- Se realizó Mailling para que los socios asistieran a la “Fiesta Retro” del 13 de junio del 2014 y el propósito era actualizar los datos y poder conocer sus preferencias, gustos e intereses.
- Se realizó Mailling para los partidos de Colombia, incentivando la participación de los socios al Club en estas celebraciones.
- 70 correos electrónicos a socios y a diferentes empresas de Santander con una propuesta económica para el evento institucional muestra comercial “Día del Socio” del 31 de agosto del 2014.
- Se enviaron 160 correos institucionales a los socios y presentados de socios que participarán en las vacaciones recreativas “Green Friends” A partir de esta gestión se logra la participación de 120 niños en el periodo del 16 al 27 de junio I temporada y del 1 al 11 de julio II temporada se logra la participación de 100 niños. Ver Anexo A

#### **4.1.2 Realizar telemercadeo para los eventos institucionales y especiales del Club Campestre.**

Para lograr un mayor acercamiento con nuestros clientes, afianzar las relaciones con ellos e incrementar la participación en cada uno de los eventos realizados por el club, nos apoyamos en esta herramienta, ya que permite una interacción permanente con nuestros públicos de manera personalizada.

Se realizaron las siguientes llamadas:

- Aproximadamente 700 llamadas a jefes de recursos humanos y gerentes de empresas santandereanas, para promocionar el evento “Día de la Secretaria” y posteriormente confirmar la participación de asistentes al evento.
- Se realizaron entre julio y agosto, 140 llamadas a directores comerciales, y encargados regionales de empresas santandereanas, para promocionar el evento y posteriormente confirmar la participación de estos en la muestra comercial “Día del Socio”.
- Se realizó telemarketing a 80 socias para la “Cata de Vinos”, jueves 20 de Marzo, según la base de datos con la que cuenta el Club.
- Se realizó telemarketing a 80 socias para la tradicional “Tarde de Té”, miércoles 2 de julio y 2 de agosto, según la base de datos con la que cuenta el Club.
- Se realizó telemarketing a 160 socios y presentados de socios para las Vacaciones Recreativas “Green Friends” I y II temporada.

Como gestión del telemarketing se logró la participación masiva en cada uno de los eventos, siendo esto un promedio mayor a lo esperado por parte de los miembros del Departamento de Marketing y Eventos.

#### **4.1.3 Realización de encuesta para medir la satisfacción del evento “Día de la Secretaria”.**

Se realizó una encuesta con 7 preguntas a las 30 empresas que participaron del evento del “Día de la Secretaria”, con el fin de evaluar el evento; las preguntas fueron:

1. ¿Cómo calificaría el evento en general?
2. ¿Cómo le pareció la decoración?
3. ¿Le gustó el animador?
4. ¿Fue de su agrado la animación musical?
5. ¿Cómo le pareció el show de garotas?

6. ¿El show de mariachi fue de su agrado?

7. ¿Estuvo adecuada la cena del evento?

Los resultados se presentan en el siguiente ítem, dado que en la pasantía solo se propuso el diseño de la encuesta para este evento, pero en otros eventos se contribuyó a la tabulación de las encuestas, que ya estaban diseñadas.

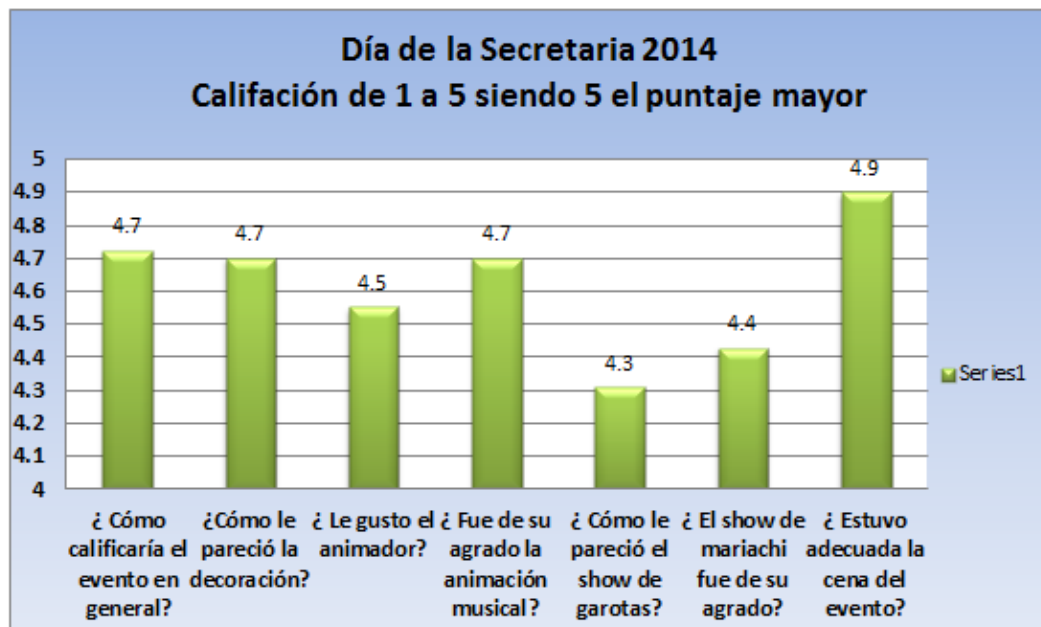
#### 4.1.4 Se tabularon encuestas para medir la satisfacción de los eventos institucionales y especiales.

Los resultados de las encuestas fueron los siguientes:

##### EVENTO DÍA DE LA SECRETARIA.

Se tabularon 30 encuestas para saber la satisfacción del evento “Día de la Secretaria”

Gráfica N° 1: Satisfacción del evento “Día de la Secretaria”



Se puede apreciar que las empresas participantes calificaron el evento en general 4.7, lo que hace constatar que el evento fue de buena calidad,

también la decoración y la animación musical recibieron la misma calificación indicando su agrado en estos aspectos.

Se debe revisar en próximos eventos la realización de shows diferentes donde los participantes puedan observar mejor estas presentaciones, ya que las presentaciones de garotas y mariachi son los porcentajes más bajos por lo que se recomienda identificar algunas preferencias de los participantes.

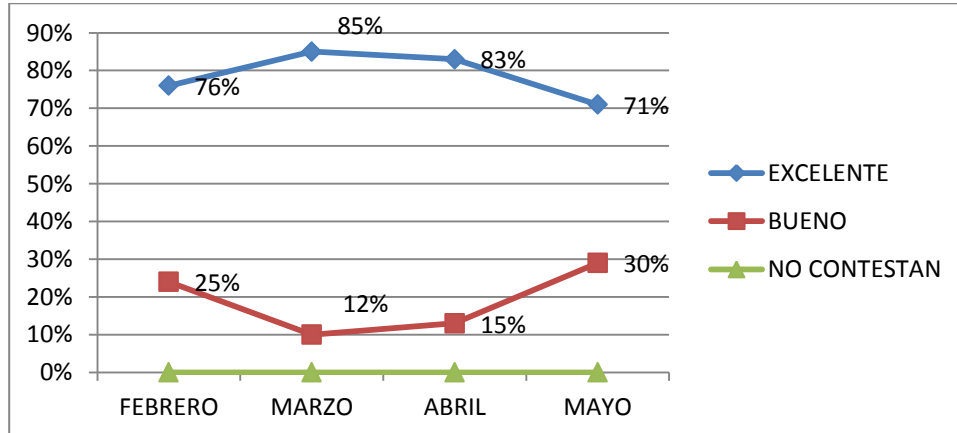
En cuanto la cena, fue el aspecto mejor evaluado, lo que evidencia el agrado total por parte de las empresas participantes a la hora de evaluar el menú.

En observaciones generales se establece la inconformidad de los asistentes por la ubicación de las mesas.

## ENCUESTAS FEBRERO- MARZO-ABRIL Y MAYO

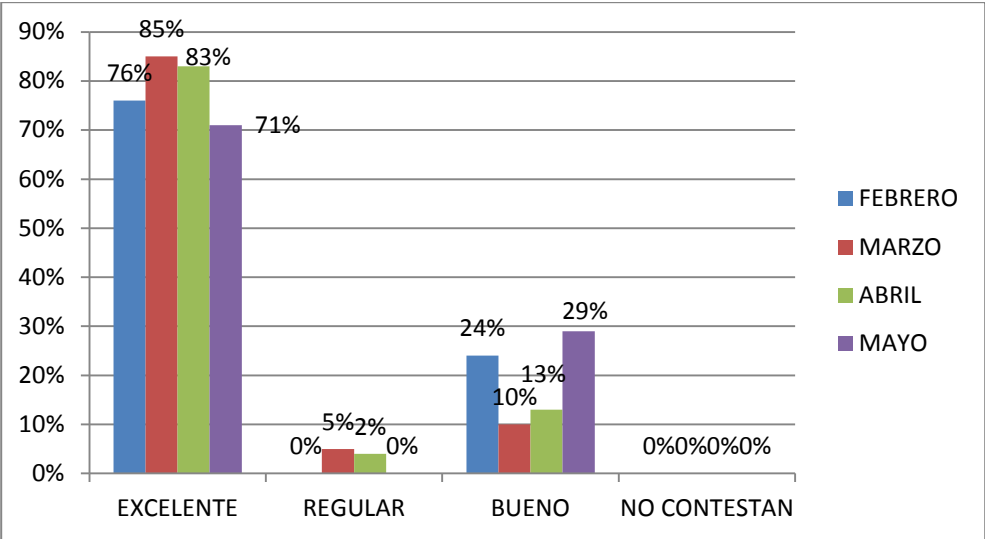
Se tabularon 90 encuestas

Gráfica N° 2: Atención al momento de recibir la cotización



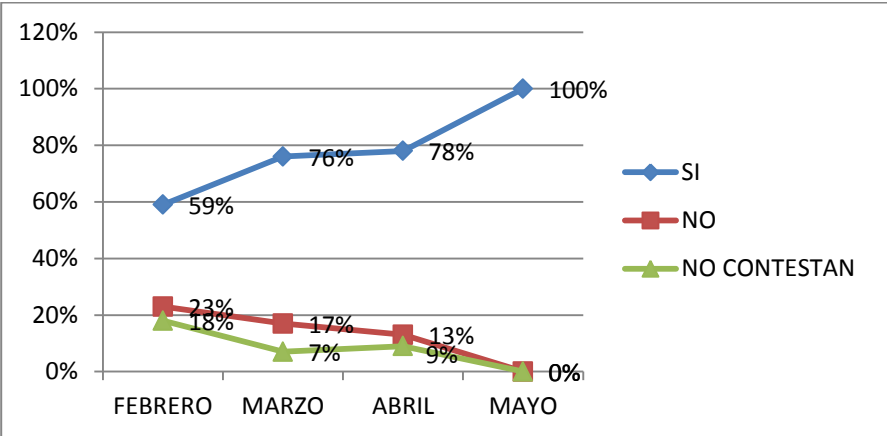
Según la gráfica podemos evidenciar que en promedio el 79% de los socios encuestados opina que en el momento de recibir la cotización el servicio prestado fue excelente y el 21% opinan que fue bueno.

Gráfica N° 3: Calidad del servicio ofrecido durante el evento



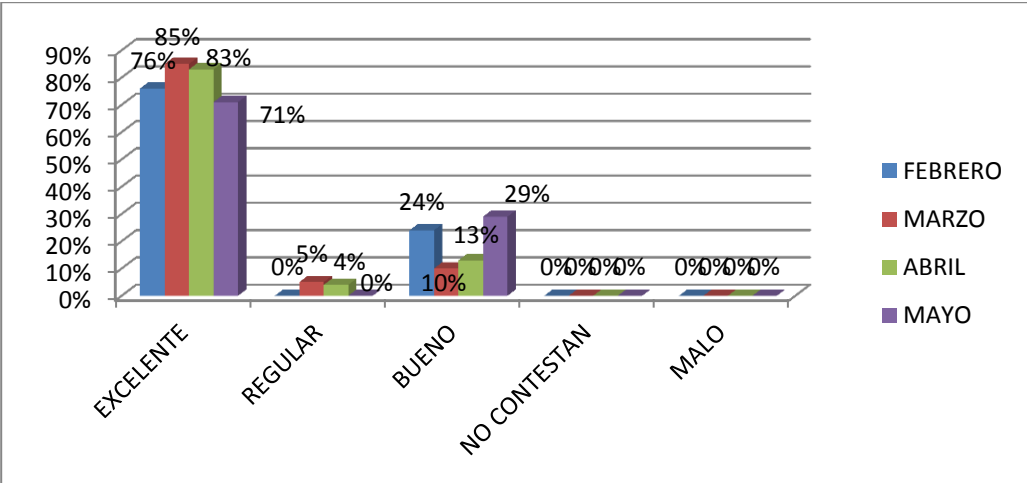
En la siguiente gráfica podemos evidenciar que en promedio el 79% de los encuestados opina que la calidad del servicio ofrecido durante los meses de febrero, marzo, abril y mayo fue excelente, el 2% de los encuestados regular y el 19% consideraron que fue bueno. La mejor atención en servicio fue en marzo.

Gráfica N° 4: Recibió llamada de seguimiento



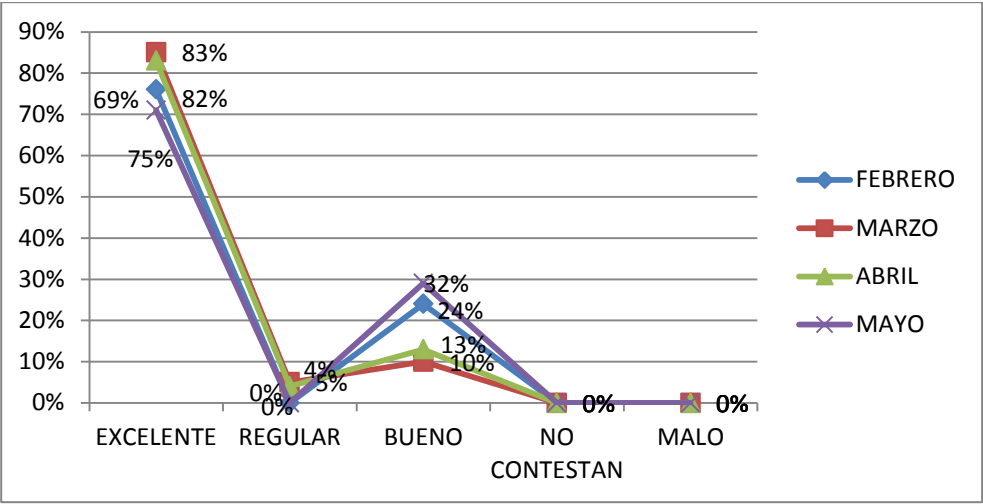
En la siguiente gráfica podemos evidenciar que en promedio el 78% de los encuestados recibió llamada de seguimiento, el 13% de los encuestados no la recibió y el 9% no contestaron esta pregunta.

Gráfica N° 5: Asesoría recibida durante la organización del evento



En la siguiente gráfica podemos evidenciar que en promedio el 79% de los encuestados recibió una excelente asesoría durante la organización del evento, el 2% de los encuestados la calificó como regular y el 19% como bueno.

Gráfica N° 6: Servicio/Aseo organización



En la siguiente gráfica podemos evidenciar que en promedio el 77%de los encuestados calificó de excelente el servicio de aseo, el 2 % de los encuestados calificó como regular el servicio y el 21% como bueno.

El análisis de esta tabulación permite evaluar los servicios prestados en los eventos sociales de los meses febrero, marzo, abril y mayo, a su vez que se tiene el comparativo entre ellos para establecer los avances del club.

En los gráficos se puede observar que todos los servicios tienen un porcentaje mayor en excelencia durante los meses de febrero, marzo, abril y mayo, lo que hace constatar que el Club Campestre de Bucaramanga S.A. va en crecimiento y por buen camino para cumplir su visión en año 2016 y tendrá una buena aceptación en servicio y calidad a nivel regional, nacional e internacional.

## **4.2. FORTALECER LA RELACIÓN DE LOS PÚBLICOS EXTERNOS A TRAVÉS DE LOS DIFERENTES MEDIOS COMUNICATIVOS CON LOS QUE CUENTA LA ORGANIZACIÓN.**

### **4.2.1. Seleccionar los temas e información de boletín informativo.**

El boletín informativo “Agenda Campestre” nace de una idea de la Directora Comercial María Fernanda Vela Hernández, quien ve la necesidad de informar a los socios las diferentes noticias de interés, según el mapa de públicos que tiene la organización.

El boletín cuenta con las siguientes secciones, a partir de las cuales se seleccionaron temas e información del boletín informativo:

**Zona de interés:** En esta sección se publican notas de deportes, eventos institucionales, celebraciones del club, novedades, cursos deportivos y de vacaciones.

**Gastronomía:** En esta sección se publica información de interés gastronómico, festivales que se realizan, platos típicos regionales, nacionales e internacionales que se ofrecen en los diferentes lugares dentro del club.

**Campestre Social:** En esta sección se publican notas de interés cultural y social, notas invitando a exposiciones de arte, música en vivo y shows musicales que se realizan en el Club.

Esta información se emite semanalmente teniendo en cuenta el mapa de públicos del Club. El boletín es enviado a las empresas, socios y empleados del club para el pleno conocimiento de los eventos a realizarse y se ubica en físico en la cartelera del “Salón Principal”. Se redacta, edita y se selecciona imágenes para el boletín, se aborda la información de manera formal y personalizada. Las notas siempre deben ser cortas y llamativas. Durante la pasantía se enviaron 26 boletines informativos por correo electrónico a 1388 socios, que corresponden a las fechas del 10 de Marzo al 2 de septiembre del 2014. Ver Anexo B

#### **4.2.2. Publicaciones en facebook.**

Se publica el boletín informativo “Agenda Campestre”, además noticias de felicitación a los tenistas y golfistas que se destacan por su representación deportiva a nivel regional, nacional e internacional; también se publican notas sobre deportes, gastronomía y belleza, teniendo en cuenta las preferencias de nuestros socios.

2100 personas durante 6 meses visitaron las publicaciones subidas al facebook, durante una semana del mes de Junio se alcanzó una visita de 207 personas. Ver Anexo C

#### **4.2.3. Publicaciones en la aplicación móvil.**

La aplicación móvil tiene como objetivo integrar las noticias de la semana que se publican en la agenda campestre. Se informa de los eventos concretos a realizarse, cuáles son los requerimientos para participar en cada evento y el número de contacto de la persona encargada para mayor información. Se da a conocer información de interés para los socios, las cuales permiten tener beneficios adicionales para ellos, por ejemplo el socio se entera en tiempo real cuantas personas están presentes en el campo de Golf para poder asistir, reservar o programarse . Ver Anexo D

### **4.3. APOYAR TODAS LAS ACTIVIDADES DEL DEPARTAMENTO DE MERCADEO Y EVENTOS DEL CLUB CAMPESTRE DE BUCARAMANGA S.A.**

#### **4.3.1. Apoyar la logística de los eventos institucionales y especiales.**

Se coordinó el evento del “Día de la Secretaria” con el fin de lograr un mejor servicio, mejor atención, excelentes resultados y clientes satisfechos que seguro participarán en próximos eventos que se realicen. Participaron 650 personas en total. Para este evento se ubicaron a los asistentes en las mesas asignadas, se colaboró en entrega de los obsequios, coordinación de

rifas, entrega de premios y supervisión antes, durante y en la finalización del evento.

Se apoyó en la logística de la “Fiesta Retro”, mediante hostess de bienvenida, de igual manera en la ubicación de los asistentes.

Se coordinó el evento de la Muestra Comercial “Día del Socio” en la que se ubicaron a los participantes en cada stand, así mismo en la adecuación de los diferentes medios publicitarios que llevaban las empresas, se coordinó la entrega de refrigerios y almuerzos, hubo atención permanente a las empresas participantes.

Se apoyó en la actualización de datos de la “Fiesta Retro” que se realizó el viernes 13 de junio del 2014, para conocer gustos, preferencias y brindarles información de interés a los socios, de esta manera la información que reciben es personalizada. Ver Anexo: E

En total se actualizaron los datos de 50 personas que asistieron al evento.

Se les hizo también preguntas a los socios respecto al patrocinador Constructora Sumas sobre temas de interés para ellos, que luego eran enviados a la base de datos general del CMR.

Siendo las preguntas las siguientes:

- 1) ¿En qué sector vive actualmente?
- 2.) ¿En qué estrato compraría vivienda?
- 3.) ¿Cuántas personas viven con usted?
- 4) ¿Cuántas propiedades tiene actualmente?
- 5) ¿Le interesaría invertir en un lugar a las afueras de la ciudad?
- 6) ¿Cuánto dinero está dispuesto a invertir en un inmueble campestre?
- 7) ¿Le gustaría recibir información con relación al tema?

#### **4.3.2. Reporte fotográfico.**

Se tomaron fotografías de los siguientes eventos:

- “Green Friends”: Las fotografías se tomaron para evidenciar las actividades que realizaron los niños como danzas, coreografías entre otras.
- Exposición de arte: Las fotografías se tomaron para dar a conocer esta exposición a todos los socios del Club.
- Celebración del “Día de la Secretaria”: Las fotografías se tomaron para tener registro fotográfico del evento antes, durante y en la finalización del mismo.
- Torneo de tenis grado 5: Las fotografías se tomaron para dar a conocer los niños que participaron, así mismo los ganadores del torneo.
- Inauguración vestier damas: Las fotografías se tomaron para dar a conocer la inauguración del nuevo spa con el que cuenta el Club.
- Gastronomía: Las fotografías se tomaron para darle reconocimiento a los platillos elaborados por el Club, estas fotos son publicadas en el boletín informativo semanalmente.

Las fotografías tomadas en cada uno de los eventos realizados en el club, se publicaron como imagen de noticias en el facebook y en los boletines informativos respectivos, para dar a conocer a los socios las diversas actividades y a su vez incentivar su participación. Ver Anexo: F

### **4.3.3. Creación del boletín "Destino Campestre".**

La creación del boletín "Destino Campestre" nace con la intención de dar a conocer a los huéspedes del Hotel Club Campestre, las diferentes actividades que se realizan en el Club y en la sede alterna "Casa de Campo".

"Destino Campestre" es enviado a través del correo electrónico a los huéspedes que se encuentran registrados en la base de datos que posee el Club, para darles a conocer los nuevos servicios, los diferentes eventos, festivales gastronómicos y actividades deportivas de manera rápida, eficaz y oportuna; el propósito es crear fidelización con los clientes y posibles socios.

"Destino Campestre" cuenta con las siguientes secciones:

- **Novedades:** En esta sección se encuentran los diferentes servicios que ofrece el Club a los huéspedes.
- **Eventos:** En esta sección se encuentran los diferentes eventos que se tienen programados como "Día de los Niños, celebración de "Amor y Amistad, "Día de la Madre", "Día del Padre", entre otros.
- **Gastronomía:** En esta sección se encuentra todo lo relacionado con festivales gastronómicos que se realizan durante el año, en el Club.
- **Turismo:** En esta sección "Casa de Campo" será el objetivo a promocionar, los huéspedes encontrarán información sobre las diferentes actividades deportivas y de esparcimiento que pueden realizar. Ver Anexo: G

## CONCLUSIONES

Después de esta experiencia práctica en el Club Campestre, se evidenció que a través de los medios adecuados de comunicación, que lleguen al público objetivo, se mejora y contribuye a la gestión comercial del club campestre de Bucaramanga.

La comunicación de impacto pero asertiva fortalece la relación de los públicos externos y genera expectativas que fortalece la organización y dan sentido de pertenencia a los socios y clientes externos. Por esta razón, el Departamento de mercadeo debe estar en contacto con su cliente externo e interno, mantener una comunicación constante que le permita detectar necesidades con el fin de generar acciones que las satisfagan.

Utilizando información clara, concisa, oportuna y veraz se fortalece el Departamento de Mercadeo y Eventos, generando impactos positivos en los clientes, fidelización y potenciar posibles clientes, por ello es importante conocer las preferencias de los públicos y generar contenidos diferenciados para cada medio, de acuerdo a sus públicos.

Medir, controlar y evaluar los eventos y actividades que se realicen, nos permite mejorar y fortalecer la gestión del departamento de Mercadeo y Eventos, alcanzando altos estándares de calidad y satisfaciendo las necesidades del cliente.

Si mejoramos el proceso de comunicación con innovación, tecnología y estrategias de marketing directo, estamos contribuyendo al posicionamiento del Club y se apoya la gestión comercial y administrativa del mismo.

## RECOMENDACIONES

La información que se envía a los socios por los diferentes medios electrónicos debe estar enfocada en los gustos, preferencias e intereses del cliente para lograr el impacto que se quiere obtener.

Los clips semanales deben seguir siendo útiles para la promoción y participación de los eventos que realiza el club para sus socios.

La búsqueda de la calidad de los servicios que ofrece el Club para cumplir a satisfacción las necesidades del cliente, es vital para el cumplimiento de la visión del año 2016, por lo que es recomendable seguir buscando la excelencia en todas las dependencias.

El boletín informativo “Destino campestre” que es dirigido hacia los huéspedes debe continuar su posicionamiento ya que ofrece información atractiva que sirve para fortalecer la permanencia del cliente.

## BIBLIOGRAFÍA

CLUB CAMPESTRE DE BUCARAMANGA, Historia [en línea] Vida Club Campestre de Bucaramanga. Disponible en página web <http://www.campestrebucaramanga.com/club-campestre/el-club/historia/> [Consultado 8 de octubre de 2014]

MENDOZA HENRÍQUEZ, Miguel. Marketing Directo [en línea] Chile, dic. 2004, Pág. 14 Disponible en Internet: <http://www.repositorio.uchile.cl/handle/2250/127211> [citado 8 agosto, . 2015].

## ANEXOS

### Anexo A: Envío de correos electrónicos Celebración “ Día de la Secretaria”

The screenshot displays an email client interface. At the top left is the logo for 'CLUB CAMPESTRE DE BUCARAMANGA'. A search bar contains the word 'secretaria'. Below the search bar are navigation buttons: 'Correo', '←', '📧', '🔔', '🗑️', 'Mover a Recibidos', '📧', and 'Más ▾'. The main content area shows an email titled 'Celebración día de la Secretaria' with a 'Recibidos x' status. The sender is 'Liliana Cediell <comunicaciones@campestrebucaramanga.com>' dated '20 de mar.'. The email body contains the following text:

**Apreciados Socios:**

Nos complace invitarlos a participar con sus empresas en la celebración del día de la Secretaria "Noche de Garotas" que se llevara a cabo este viernes 25 de abril en el salón principal del Club.

Espere pronto más información.

Below the text is a promotional image for 'Noche de Garotas' featuring a woman in a masquerade mask and glasses of beer. The text on the image reads 'Noche de Garotas' in a stylized font, 'Celebra el día de la Secretaria' below it, and a date stamp '25 Abril 2014' in a box at the bottom left.

On the left sidebar, there are sections for 'Recibidos', 'Destacados', 'Importante', 'Enviados', 'Borradores (63)', 'Círculos', 'Amigos (1)', and 'Familia'. There are also icons for 'Invisible' and 'Volver a estar visible', and a search bar for contacts with a list of names including 'Academia de Golf...', 'Claudia Juliana Vi...', 'Kathya Marcela P...', 'María Fernanda ...', 'Rolando Rojas', 'Esther Jaimes Su...', 'Fundacion Club ...', 'Juan Manuel Var...', 'Jimmy Garnica', and 'Sandra Arias Cab...'.

Invitación día de la Secretaria Club Campestre

Recibidos x

Liliana Cediel <comunicaciones@campestrebucaramanga.com>

28 de mar. ☆ ↶

para bcc: gestion.humana, bcc: auxgestionhuma., bcc: contabilidad, bcc: gerencia, bcc: joha



Nos complace invitarlos a participar en la celebración del día de la Secretaria "Noche de Garotas" que se llevará a cabo este viernes 25 de abril a las 7:00 pm en el salón principal del Club.

La boleta para cada secretaria tienen un costo de \$45.000 Y \$ 40.000 para empresas afiliadas a Cajasán.

La Boleta incluye: Ingreso al Club, reserva de mesa de acuerdo al número de participantes, coctel de Bienvenida, cena buffet "copa mundo Brasil" con vino, show de baile, mariachi en vivo, souvenir, rifas y toda la diversión que se merecen por su gran labor.

Para información adicional por favor comunicarse al 6803030 EXT: 500- 700-701-894. Por favor confirmar asistencia a este correo. Muchas gracias por su atención.

¡Los esperamos!



Muestra comercial "Día del Socio"



## Vacaciones recreativas “Green Friends”

CLUB CAMPESTRE DE BUCARAMANGA

green friends

Correo

REDACTAR

Recibidos  
Destacados  
Importante  
Enviados  
Borradores (73)  
Círculos  
Aminos (1)

Invisible  
Volver a estar visible

Buscar contactos...

- Claudia Juliana ...
- Kathya Marcela ...
- Academia de Go...
- Esther Jaimes S...
- Fundacion Club ...
- Juan Manuel Var...
- María Fernanda ...
- Rolando Rojas
- Jimmy Garnica
- Sandra Arias Ca...

Vacaciones Recreativas Green Friends


Comunicaciones Club Campestre <comunicaciones@campestre Bucaramanga.com> 16 de  
para bcc: ovejitas

Estimados Papitos

Adjunto la Publicidad donde se relacionan las actividades de Vacaciones Recreativas Green Friends, adicional envío formulari inscripciones, estos deben ser diligenciados y enviados junto con la fotocopia del seguro al cual pertenece el niño o la niña, e con gusto la puedo recibir en físico o digital.

Para realizar la inscripción deberá acercarse personalmente a la Oficina de Mercadeo y Eventos, quedo atenta a cualquier inqu

Cordial Saludo,



TARIFAS
1 semana: \$265.000
2 semanas: \$500.000

1era temporada del 16 al 27 de junio

## Partidos de Colombia

Chrome guarde tu contraseña? Guardar contraseña Jamás para este sitio

colombia vs costa

Colombia Vs Costa de Marfil

Comunicaciones Club Campestre <comunicaciones@campestre Bucaramanga.com>  
para bcc Socios, bcc Socios, bcc Socios, bcc Socios, bcc Socios


## “Fiesta Retro”

fiesta retro

Mover a Recibidos Más

El Club pone la fiesta, usted pone la mejor pinta retro. Recibidos

Comunicaciones Club Campestre <comunicaciones@campestrebuaramanga.com>  
para bcc: Socios, bcc: Socios, bcc: Socios, bcc: socios



Ya estamos desempolvando el acetato de Thriller  
Falta poco para

**FIESTA  
RETRO**  
JUNIO 13

A cargo de  
**Dj Mario Galán**  
de tu fiesta retro

Ya está listo para dar a la fiesta

**FIESTA  
RETRO**  
JUNIO 13

Actualizar datos

Se cada mes de 8 personas que participan en el evento  
**Jose Cerrillo**  
GNATS

Las personas que completan el cuestionario del patrocinador participan por un cuadro del maestro

SMA/S

CLUB CAMPESTRE BUARAMANGA S.A.

## Anexo B: Boletín informativo Marzo



### Zona de interés

#### ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS

Invitamos de manera muy especial a todos los Socios Accionistas para que nos acompañen en las Asambleas que están previstas para el Jueves 27 de Marzo de 2014, la programación será de la siguiente manera:

1. Fundación Club Campestre de Bucaramanga, 4.00 pm.
2. Casa de Campo S.A., 6.00 pm
3. Club Campestre de Bucaramanga S.A., 8.00 pm

Se rendirán informes correspondientes al año 2013.

Los esperamos en el Salón Grill.



#### TORNEO RANKING I DE ADULTOS

Informamos a todos nuestros socios que este fin de semana continúa el Torneo Ranking de adultos. Los invitamos a que acompañen a los deportistas, el sábado 15 de Marzo en la mañana y el domingo 16 en la tarde.

Para más información, comuníquese con Elsa Cuadros a la Oficina de Tenis. PBX 6803030 Ext 781.

### Gastronomía

#### FESTIVAL ITALIANO

Del 4 al 6 de Abril, el Club Campestre invita a sus socios a disfrutar los exquisitos manjares que trae para ustedes la cocina italiana. Una experiencia gastronómica inigualable para los más exigentes paladares.

Los esperamos este viernes 4 de abril a las 7.00 p.m. en el Restaurante Caracol y Hall comedor.

En nuestras próximas ediciones, conozca más de este gran evento...



### Campestre Social



#### NOCHES DE MÚSICA EN VIVO

Este sábado 15 de marzo venga y disfrute una velada llena alegría y sabor en la terraza del Bar Don Ludo, con la mejor música en vivo a cargo de la agrupación musical Misión Secreta. No se pierda nuestro tradicional Happy Hour a partir de las 7:00 pm. Los esperamos para que vivan un ambiente de exclusividad y confort en el Club Campestre.

### Clips semanales



# Abril



Nº 071 / Semana 2 / Abr.

## Zona de interés

**XTRI FESTIVAL**  
Este fin de semana los invitamos a participar en "XTRI FESTIVAL", la programación será la siguiente:

**Sábado 12 de abril**  
Lugar : Club Campestre de Bucaramanga  
Horario : De 10:00 am a 7:00 pm

- Actividades:**
- Feria patrocinadores, Exposición,
  - Registro, pago inscripciones, entrega de kits,
  - Congreso técnico de 6:00 pm a 7:00 pm. De carácter obligatorio,
  - Piscina disponible para calentamiento/afoje de deportistas,
  - Clases de aeróbicos impartidas por gimnasio ProGym.

**Domingo 13 de abril**  
Lugar : Casa de Campo, Mesa de los Santos.  
Horario : De 8:00 am a 5:00 pm  
Actividades: XTRI FESTIVAL

Se recibirán inscripciones hasta el día 11 de abril. Para más información, comuníquese con la Oficina de Deportes al PBX 6803030 Ext 795



## TORNEO SENIOR Y PRESENIOR DE GOLF "COPAFEDEVIDA"

Recordamos a todos nuestros socios que este viernes 11 de abril en las instalaciones de nuestro Club, se llevará a cabo el Torneo Senior y Preseñor de Golf.

La inscripción la podrán realizar este viernes en el Hoyo 1 a partir de las 6:00 am.

Para más información, comuníquese con la Oficina de Deportes PBX 6803030 Ext 795.

## HORARIOS ESPECIALES DE SERVICIO EN SEMANA SANTA

La Administración del Club informa que durante la Semana Santa, del 14 al 20 de abril del 2014, ofreceremos servicio continuo todos los días en las diferentes áreas del Club Campestre y Casa de Campo, con excepción de:

**ANDALUCÍA**  
Lunes 14 de abril no habrá servicio, jueves 17 y viernes 18 de abril, servicio únicamente hasta las 4:00 pm.

**SALA DE BELLEZA:**  
Jueves 17 de abril de 8:00 am a 4:00 pm, el viernes 18 de abril no habrá servicio.



## Gastronomía



En Semana Santa los invitamos a disfrutar deliciosos platos en la exclusividad y confort del Club Campestre.

Conozca la oferta gastronómica de la Semana Mayor en [www.campestre Bucaramanga.com](http://www.campestre Bucaramanga.com)

## Campestre Social

### NOCHES DE MÚSICA EN VIVO

Acompáñenos este sábado 12 de abril en la Terraza del Bar Don Ludo y disfrute de la música de Mañé Pérez.

El son cubano, la salsa y los boleros serán los protagonistas de la noche.

Los esperamos a partir de las 7:00 p.m. en nuestro habitual Happy Hour.



## Clips semanales



[campestre Bucaramanga.com](http://campestre Bucaramanga.com)

### Clases de aeróbicos

Invitamos a nuestros Socios a participar en las clases de aeróbicos que se realizarán este sábado 12 de abril en la terraza de la piscina del Club, la programación será la siguiente:

- Clase de Afrodanza a partir de las 10:00 am.
- Clase de Cúmpa a partir de las 3:00 pm.

(Los esperamos!)

Invita Gimnasio ProGym



# Junio



N° 078/ Semana 1/ Junio

## Zona de interés



### FIESTA RETRO

El Club se prepara para la gran Fiesta Retro. El próximo viernes 13 de junio, a las 7pm, esperamos a todos nuestros socios en el Salón Ciril para revivir el estilo y disfrutar la música de esta preciada época. Recuerde que el mejor disfraz ochentero, recibirá un premio.

Para actualizar sus datos, ingrese a [www.soyclubcampestre.com](http://www.soyclubcampestre.com) y de "click" a una noche llena de magia y diversión.

Para más información, comuníquese con la Oficina de Mercadeo PBX 6803030 Ext 894

### I Temporada Green Friends

El 16 de junio inicia la I Temporada de las vacaciones recreativas «Green Friends»

En esta oportunidad, los equipos de Colombia, Argentina, España y Brasil se disputarán la copa "Mundialista".

Las inscripciones ya están abiertas, para más información comuníquese con la Oficina de Mercadeo o ingrese a [www.campestreducaramanga.com](http://www.campestreducaramanga.com)

**VACACIONES RECREATIVAS**  
**Green Friends**

**Actividades**

- Fútbol para clasificarse al mundial Brasil 2014
- Tenis, golf y muchos deportes más
- Ecoactividades
- Clases de cocina
- Expresión artística
- Piscina burbujeante
- Salidas con extra dosis de diversión

**Inscripciones abiertas**  
PBX: (7) 680.3030 Ext: 894 / 7007.701

### Gran Fiesta de Aniversario

El próximo sábado 19 de julio, estamos de aniversario. Con motivo de nuestros 84 años los invitamos a celebrar toda una tradición de buenos momentos. Pregunte por la boletería y desde ya reserve su mesa en la Oficina de Gerencia.

**GRAN FIESTA DE ANIVERSARIO**  
**SÁBADO 19 DE JULIO**  
Terraza de la Piscina  
Exclusivo para mayores de 18 años

**84 AÑOS**

*Sergio Vargas*  
**LA TRADICIÓN DE LOS BUENOS MOMENTOS**

*Cuarteto Serrano*  
**HERRERO - S HANI**

## Gastronomía

### SALMÓN EN SALSA DE CÍTRICOS



Los invitamos a deleitarse con nuestro «Salmon en Salsa de Cítricos» en el Hall Comedor.

Este fresco filete es asado a la plancha, cubierto con salsa de mantequilla, aimendas, lima, sidra y naranja.

No se quede sin probar la nueva oferta gastronómica de su Club Campestre.

## Campestre Social

### NOCHES DE MÚSICA EN VIVO

El próximo sábado 7 de junio el Grupo Musical "Calypso" será el encargado de ponerle sabor al fin de semana.

Los esperamos a partir de las 7pm en el Bar y Terraza Don Ludo para degustar los deliciosos cocteles del HappyHour.



## Clips semanales

**56° Abierto de GOLF**  
BUCARANGA 2014

**XI Parada Tour**  
Profesional De Golf

**TOUR DEL MAÑANA**

**Junio 8**  
Valor Inscripción **\$20.000**

9 Hoops  
Diferente  
Niños: Paga solo con Inscripción  
Niños: Paga solo con foto gratis.

Ubicación: Centro de Alto Rendimiento Andarúx Club Campestre de Bucaramanga  
Valor Caddie: De acuerdo a la categoría del jugador de su preferencia.

## Anexo C: Publicación en Facebook

Club Campestre de Bucaramanga

Inicio

Página Actividad Estadísticas Configuración Crear público Ayuda

Silvio Carlos Pacheco Artega Invitar

Ver todos los amigos

INFORMACIÓN

CR 21 # 30-02 CAÑAVERAL  
Floridablanca

(7) 6803030

<http://www.campestrebuca...> Promocionar

FOTOS

56° ABIERTO DE GOLF DE BUCARAMANGA: TORNEO PROAM

Publicada por Liliana Cediel · 26 de junio

92 personas alcanzadas Promocionar publicación

ESTA SEMANA

6 Me gusta de la página

207 Alcance de la publicación

NO LEÍDOS

0 Notificaciones

0 Mensajes

Invitamos a todos nuestros socios golfistas a que se inscriban en el Torneo PROAM que se llevará a cabo el próximo miércoles 9 de julio a las 8:00 am (salida carrusel) en nuestras instalaciones.

- Equipo de 4 jugadores
- Cada equipo tendrá 1 profesional y 3 jugadores aficionados que se escogerán por sorteo.
- Modalidad score agregado (suma de los dos mejores scores aficionados por hoyo más la bola del profesional obligatoria).
- Valor inscripción: \$40.000
- Premios a los profesionales: ganador por grupos \$500.000, segundo puesto \$300.000, y tercer puesto \$200.000, los jugadores aficionados que ocupen 1, 2 y 3 puesto recibirán trofeo.

Para más información comuníquese a la Oficina de Deportes PBX 6803030 Ext 795

Reciente

2014

2013

2012

Fundación

Español · Privacidad · Condiciones · Cookies · Publicidad · Más

Facebook © 2014





**Club Campestre de Bucaramanga**  
14 de agosto de 2014 · 🌐

**¡FELICITACIONES!**

El Club Campestre de Bucaramanga felicita a nuestros jóvenes tenistas por participar y mejorar el ranking a nivel nacional en los diferentes Torneos.

Torneo grado 6 de Tenis realizado en Ruitoque Golf Country Club:

Categorías:

- 12 Masculino: Juan David Blanco Subcampeón.
- 14 Femenino: María Alejandra Avellaneda Subcampeona.
- 15 Masculino: Tomás Navas Campeón, Juan Esteban Avellaneda Subcampeón.
- 16 Masculino Dobles: Juan Esteban Avellaneda y Santiago Gutiérrez Campeones.

Así mismo felicitamos a Santiago Gutiérrez Galezo, por el reciente logro obtenido en la ciudad de Cúcuta donde se proclamó Campeón del Torneo Grado 5 en la categoría 14 años.

Me gusta · Comentar · Compartir

✎ Escribe un comentario...

## Anexo D: Publicación en la aplicación móvil



### II TEMPORADA VACACIONES RECREATIVAS



2014-07-03

Del 1 al 11 de julio la diversión se toma al Club Campestre con la II Temporada de Green Friends. Esta semana, los niños recibirán el uniforme de su equipo y comenzarán sus primeras actividades deportivas y artísticas. ¡Sus hijos aún están a tiempo de participar en esta gran experiencia! comuníquese con la Oficina de Mercadeo PBX 6803030 Ext 894 para más información.

### GRAN FIESTA DE ANIVERSARIO



### PRESENTACIONES DE SOCIOS



2014-06-26

Recordamos que durante esta temporada de vacaciones y transmisión de partidos del Mundial, el ingreso de invitados de socios aplica bajo los términos establecidos en los reglamentos vigentes del Club: Invitados Residentes: Pueden ser presentados una vez al mes. Valor de la presentación de lunes a viernes \$50.000 (\$30.000 consumibles) sábados, domingos y festivos \$70.000 (\$50.000 consumibles) Invitados No Residentes: Pueden ser presentados durante 30 días al año, sin ningún costo. Tenga en cuenta que el derecho a efectuar presentaciones está reservado

Anexo E: Logística de eventos institucionales y especiales



Muestra comercial “Día del Socio”

Fotógrafo Nando Prieto





“Fiesta Retro”

Fotógrafo Nando Prieto



Anexo F: Registro fotográfico vacaciones recreativas “Green Friends”





### Torneo Grado 5 de Tenis



Inauguración vestier damas.





“Día de la Secretaria”





Exposición de Arte





## Gastronomía







## Anexo F: “Destino Campestre”



### NOVEDADES



#### NUEVA ZONA DE RELAJACIÓN

A partir de este mes, nuestras huéspedes podrán disfrutar sin ningún costo adicional el nuevo Vestier de Damas, Spa & Wellness del Club.

Las 7 modalidades de masajes y terapia incluyen Zona de Hidrojets, Volcán de Aire, Cañón Tahiti, entre otros.

Para conocer más, ingrese a [www.campestre Bucaramanga.com](http://www.campestre Bucaramanga.com) y permanezca informado de los beneficios que sólo le ofrece el Hotel Club Campestre!



### EVENTOS



#### FIESTA DE AMOR Y AMISTAD

El próximo sábado 20 de septiembre invitamos a todos nuestros huéspedes a participar en la Gran Fiesta de Amor y Amistad.

Peter Manjarres y la agrupación musical Misión Secreta serán los encargados de ponerle sabor a esta gran celebración.

El costo para socios y huéspedes alojados es de \$50.000 por pareja.

¡Los esperamos a las 9pm en la Terraza de la Piscina!



### GASTRONOMÍA



#### FESTIVAL GASTRONÓMICO ESPAÑOL

El viernes 26, sábado 27 y domingo 28 de septiembre los invitamos a degustar los platos típicos de la península ibérica.

Acompáñenos en el Festival Gastronómico Español y delétese con la variedad de ingredientes que posee esta famosa cocina mientras disfruta del confort de nuestras instalaciones.

Próximamente podrá conocer la carta del Festival en [www.campestre Bucaramanga.com](http://www.campestre Bucaramanga.com)



### TURISMO



#### CASA DE CAMPO, PARAISO NATURAL

Los invitamos a conocer nuestra sede alterna -Casa de Campo- ubicada en la Mesa de los Santos a una hora de Bucaramanga.

Nuestros huéspedes también pueden disfrutar un ambiente campestre para la práctica de deportes náuticos, golf, pesca, microfútbol y voleibol playa.

Para más información comuníquese con el Sr. Johan García, Coordinador Casa de Campo Celular: 315 831466

