

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN



TITULO:

PLAN DE PATROCINIO DE LA FEDERACIÓN SALVADOREÑA DE VOLEIBOL

PRESENTADO POR:

KATHERINE TATIANA RODRÍGUEZ LARIOS (RL14041)

MARÍA JOSÉ RIVERA HENRÍQUEZ (RH09002)

JUAN JOSÉ GUZMÁN SARMIENTO (GS13014)

INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN “ADMINISTRACIÓN Y
GESTIÓN DEPORTIVA” PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN ESPECIALIDAD
EDUCACIÓN FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN.

DOCENTE ASESOR:

LIC. BORIS EVER IRAHETA.

COORDINADOR DE PROCESO DE GRADUACIÓN:

M^sIE.: JAVIER VLADIMIR QUINTANILLA ORELLANA

CIUDAD UNIVERSITARIA “DR. FABIO CASTILLO” SAN SALVADOR, JUNIO

2022.

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICE-RECTOR ACADÉMICO

DR. RAUL AZCUNAGA

VICE-RECTOR ADMINISTRATIVO

ING. JUAN ROSA QUINTANILLA

SECRETARIO GENERAL

MsC. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

MsD. OSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

VICE-DECANA

LIC. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

SECRETARIO GENERAL

Mtro. JUAN CARLOS CRUZ CUBIAS

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Dra. GLORIA ELIZABETH ARIAS DE VEGA

COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADUACIÓN

MsIE. JAVIER VLADIMIR QUINTANILLA ORELLANA

DOCENTE DIRECTOR

MsD. BORIS EVER IRAHETA

ÍNDICE

RESUMEN	4
1. DESCRIPCION DE LA SITUACION.....	5
2. ENTORNO GENERAL DE FESAVOL.....	9
3. ENTORNO SECTORIAL DE FESAVOL.....	11
4. ENTORNO COMPETITIVO.	11
5. MERCADO.....	12
6. ESTADO DE LA FEDERACIÓN SALVADOREÑA DE VOLEIBOL.....	13
7. PRESENTACION DE PLAN DE MARKETING PARA LA FEDERACIÓN SALVADOREÑA DE VOLEIBOL 17	
8. HERRAMIENTAS DE MEDICION	27
9. PROPUESTA DE PROYECTO DE PATROCINIO	50
10. ANEXOS	51

RESUMEN

El presente estudio tiene como primer objetivo buscar diferentes aliados que acompañen a desarrollar y potenciar las diversas actividades que desarrolle la Federación Salvadoreña de Voleibol (FESAVOL) lo que significaría un progreso significativo en el deporte no solo en áreas que ya tiene alcance la misma con sus propios recursos. Promover a la federación y sobre todo al deporte, el desarrollo del mismo se ejecuta a partir de la necesidad del crecimiento y popularización del deporte. Y como segundo objetivo es el de potenciar la visibilidad de la federación por medio de los medios tradicionales de comunicación y los medios digitales.

En el plan de patrocinio se toma en cuenta las diversas áreas de trabajo como son la masificación deportiva, selecciones nacionales y clubes que forman parte de la liga en su modalidad de sala. Con lo cual se busca un enfoque de desarrollo con empresas públicas y privadas que tengan una buena base de seguidores en medios de comunicación y digitales; y que deseen apostar por el crecimiento del deporte volviéndolo más popular.

Se busca con los patrocinadores/sponsors alianzas estratégicas que acompañen a la FESAVOL la cual se a propuesto abarcar el área de recurso económico, áreas de salud, e indumentaria, etc.; para ello se ofrece a las empresas posicionaran su marca durante los Eventos y juegos, dentro de espacios previamente acordados en nuestra indumentaria, en nuestra parafernalia publicitaria, en espacios e instalaciones del evento, medios de comunicación y Redes Sociales. Así ambos recibimos beneficios mutuos que ayuden a masificar la popularidad del voleibol a nivel nacional como a las empresas siendo benefactores del deporte nacional.

PALABRAS CLAVES: Voleibol, marketing, medios de marketing, sponsors, estrategias y planificación

PLAN DE MARKETING DEPORTIVO

FESAVOL

1. DESCRIPCION DE LA SITUACION

❖ Descripción del entorno

La Federación Salvadoreña de Voleibol es el organismo rector y máxima autoridad organizativa de todas las actividades, modalidades y categorías del voleibol en el territorio salvadoreño.

Como federación deportiva su principal objetivo es la promoción de la práctica y el desarrollo del VOLEIBOL en todas sus MODALIDADES (VOLEIBOL SALA Y PLAYA) a nivel COMPETITIVO y recreativo, además de promover su masificación y mejora continua de manera estructurada y constante.

la Federación Salvadoreña de Voleibol, cuenta con sus oficinas y canchas principales (2 canchas de voleibol de playa y 2 de voleibol de playa.), las cuales están ubicadas contiguo al Gimnasio Nacional "Adolfo Pineda", 6-10 Calle Pte., San Salvador. Anualmente, la Federación Salvadoreña de Voleibol realiza una serie de torneos abiertos a todos los equipos nacionales, con la intención de seguir promocionando su práctica. Estos torneos cuentan con tres categorías: primera (siendo la más alta), segunda y tercera. Además, cuenta con torneos de nivel estudiantil, en los cuales hace convocatoria a todas aquellas instituciones educativas que posean equipos de voleibol y quieran participar, para una sana competencia premiada. También realizan convocatorias para formar la selección nacional en diversas categorías, para que estas puedan ser partícipes de competencias a nivel regional. Sin embargo, en la rama del voleibol de playa realizan rankings 1 vez al mes. Esta modalidad consiste en realizar torneos cortos durante un fin de semana de cada mes y de acuerdo a la posición en que culminan, los participantes van ganando puntos y las parejas que más puntos tengan son las que representan al país en competencias. Lastimosamente a los y las deportistas que practican esta modalidad no se les da tanto apoyo, así que deben recurrir a patrocinadores y a autofinanciarse gran parte de los recursos necesarios para participar.

La presente es una propuesta de valor para mejorar la atención a los usuarios de la federación, la cual estará fundamentada en el proceso de marketing deportivo que precederá directamente a la fundación la liga, permitiendo darle un acompañamiento novedoso, centrado en el proceso de visualización, posicionamiento y valoración, vinculado directamente con calidad e innovación en los servicios aplicados al deporte, tomando en cuenta las necesidades que posee la federación deportiva en la búsqueda de recursos para esta modalidad.

❖ Organización

Actualmente la federación de voleibol está organizada de la siguiente manera:

- Junta directiva

Cargo	Nombre
Presidente	Shean Jyh Liou
Vicepresidente	Dr. Fidel Ernesto Fuentes Calderón
Tesorero	Lic. Vilma de los Ángeles Bonilla de Montes
Síndico	Ing. Gustavo David Henríquez Choto
Primer Vocal	Lic. Ana Beatriz Bejarano Garay
Segundo Vocal	Ing. José Alfredo Soriano Vaquerano
Tercer Vocal	José Rolando Cáceres

- Personal Administrativo

Cargo	Nombre
Gerente General	José Roberto García Chacón
Asistente Administrativo	Lic. Karen Lissette Barrera García
Ordenanza/Mensajero	Sr. Antonio Fuentes Flores
Ordenanza/Mensajero	Sr. Vitelio López Gámez

- Personal Técnico

Cargo	Nombre
Gerente Técnico	Guillermo Alexander Polanco Rodas
Director de Desarrollo y Masificación	Lic. Pedro Humberto Rivas Martínez
Monitor Santa Ana	Enrique Ernesto Rodríguez Coto
Monitor Playa	Eduardo Enrique Zavala
Entrenador Mayor y Sub 23 Femenino	Nery Alfonso Henríquez
Asistente Técnico Mayor/Sub 23 Femenino	Sady López Campos
Asistente Técnico Mayor/Sub 23 Femenino	Marcela Alejandra Ávalos Pineda
Entrenador Sub 18/Sub 20 Femenino	Eric Alexander Hernández López
Entrenador Mayor/Sub 23 Masculino	Guillermo Alexander Polanco Rodas
Asistente Mayor/Sub 23 Masculino	Francisco Leonel Hernández Melgar

- Atletas federados

658 mujeres (47 equipos inscritos)					
Tercera Femenino		Segunda Femenino		Primera Femenino	
1	Asfalca Vorsicht	1	C.D. Lincoln	1	Marquenses
2	Colegio La Asunción	2	Indes	2	Hanami
3	Inframen	3	Le Café	3	San Marcos
4	Lincoln	4	Mintonette	4	Santa Tecla Vb Club
5	Ravens	5	Ntn	5	Spikers Vb Club A
6	San Marcos	6	Ues ß - Hunan	6	Spikers Vb Club B
7	Santa Monica	7	Warriors		
8	Spikers Vb Club	8	Asfalca Vorsicht		
9	Asteria	9	Bautista		
10	Bautista	10	F5		
11	Bsj	11	Fenix		
12	Formosa	12	San Marcos		
13	Quequeisque	13	Santa Tecla Vb Club		
14	Quezaltepeque	14	Vas		
15	Thunder Vb	15	Bsj		
16	Villanueva Volley	16	Fighters		
17	Mr. Chef	17	Force One		
18	Nejapa Vb Club	18	Guerreras		
19	Dreamcatcher	19	Hooligans		
20	E.C.I. Pumas	20	Ues A - Hunan		
		21	Challengers		

560 hombres (40 Equipos Inscritos)					
Tercera Masculino		Segunda Masculino		Primera Masculino	
1	Acajutla Volley	1	Asfalca Vorsicht	1	Asfalca Vorsicht
2	Avengers	2	C.D. Lincoln	2	Hanami
3	Element Volley	3	Exiliados B	3	Imder - Ues
4	Hunters	4	Indes B	4	Santa Tecla Vb Club
5	Mr. Chef	5	Quezaltepeque	5	Spikers Vb Club A
6	Veteranos	6	Santa Lucía Hunan	6	Spikers Vb Club B
7	Asfalca Vovrsicht	7	Santa Tecla Vb Club		
8	C.D. Lincoln	8	Exiliados A		
9	Fenix	9	Fenix		
10	Quezaltepeque	10	Indes A		
11	San Marcos	11	Inframen		
12	Santa Monica	12	Lobos Voleibol		
13	Ex Champagnat	13	Santa Ana		
14	Lageo	14	Thunder Vb		
15	Oh Besos	15	Hunan		
16	Santa Ana				
17	Thundercats				
18	Winterfell				
19	Trojans				

- Sub federaciones / Clubes / Ligas / Otros (según estatutos)

En la actualidad la FESAVOL no cuenta con sub federaciones, siendo esto un gran reto a largo plazo para los siguientes años. Esto a causa de la pandemia dejó de funcionar por diferentes razones presupuestarias de recursos humanos, materiales, económicos; Siendo un reto a superar lo más antes posible. Sin embargo, la federación cuenta con su sede central que se encuentra trabajando para poder superar dichas problemáticas.

2. ENTORNO GENERAL DE FESAVOL.

❖ Económico:

FESAVOL cuenta actualmente con un presupuesto anual que le brinda INDES, que por razones pandémicas no ha sido desembolsado o abonado para los diferentes proyectos y actividades de la federación, sin embargo, se ha tomado a bien realizar los torneos que generen ingresos en inscripciones y uso de instalaciones al realizar cada fecha o jornada, que deja insumos para subsanar necesidades inmediatas de la federación; también, cuenta con una escuela de voleibol en las mismas instalaciones que los asistentes pagan una mensualidad o pueden pagar diariamente sus entrenos que ayuda a sumar a la recolección económica para el desarrollo de la federación.

FESAVOL no cuenta con patrocinadores directos o fijos que invierten mensualidad económica a la federación, algunos con los que se cuentan son esporádicos, es decir que eventualmente realizan apoyo económico para realizar alguna actividad y es invertida en el mismo evento que están apoyando.

❖ Social

La Federación de voleibol de El salvador, reapertura sus actividades en septiembre del 2,020 con el fin de adaptarse a la nueva normalidad que iba a rodear todo el ambiente deportivo a nivel mundial; desde el aspecto de no asistir con la misma masividad a los entrenos deportivos, hasta no asistir a los escenarios deportivos sin protección de bioseguridad y cumpliendo los lineamientos de distanciamiento social que por razones de espacio reducido afecta que las personas asistan masivamente a las instalaciones de FESAVOL.

Por tal razón, el personal de la federación en apoyo de la junta directiva han diseñado protocolos de bioseguridad para que se cumpla tanto en el mismo personal en general, cómo los asistentes a las instalaciones, enfocándose mucho en el uso obligatorio de mascarilla al momento de ingresar a las

instalaciones, así como su respectiva desinfección de calzado y manos, también la toma de temperatura corporal que no sobre pase los 37.5° centígrados; Cuando una persona que asiste a las instalaciones debe de guardar una distancia de 2 metros como mínimo, así como evitar el saludo de manos o abrazos.

En conclusión, el aspecto social tanto para brindar información o conocer los pormenores de los eventos realizados por FESAVOL, son por medios electrónicos.

❖ **Tecnología**

Por la razón antes mencionada, los medios tecnológicos dentro de FESAVOL, se han convertido en una herramienta indispensable para llevar a cabo todo lo concerniente operacional dentro y fuera de la federación.

Situación que preocupa tanto a los directivos cómo de la junta directiva de la federación ya que no cuentan con un departamento de comunicaciones que sería el encargado de poder manejar dicho punto de la mejor manera. Sin embargo, han tenido que abrir redes sociales con el nombre de FESAVOL EL SALVADOR, pero que son manejadas por el mismo personal de entrenadores de la federación y que manifiestan tener limitaciones reales, cómo el tiempo para poder editar las fotografías o videos y que tengan una mejor visibilidad hacia el exterior de la federación por medio de redes sociales, redacción de la noticia de algún evento o partido de voleibol, estar pendiente de la mensajería que se comunican por las mismas redes consultando muchos aspectos informativos de las actividades en general. Únicamente cuentan con red social Instagram y Facebook, además de una página web que no se le ha dado movimiento desde mucho tiempo por razones expuestas anteriormente.

La federación de voleibol no cuenta con un sistema de transmisión de partidos o eventos que realiza FESAVOL, pero que sería ideal apropiarse de un canal de YouTube propio de la federación en dónde se pueda transmitir actividades y evitar que las personas se conglomeran y pueda difundirse a muchas personas logrando un apoyo de masificación al voleibol.

❖ **Culturales**

En El Salvador por cultura el voleibol se ubica entre los primeros deportes que simpatizan con las personas que buscan practicar actividad física sistematizada y reglamentada. Se puede decir, que muchas personas toman este deporte cómo tercera opción para practicarlo, debido a ello se carece de canchas de acceso rápido en parques, colonias u otras a comparación de otros deportes que si tiene más presencia de infraestructura cultural y que también se puede mencionar que cómo se necesita de material importante cómo una red y un balón específico, las personas que no cuentan con ese material se le es difícil practicarlo en cualquier momento.

❖ **Político**

FESAVOL se rigen por el reglamento de la FIVB el cual es el ente internacional que rige los parámetros a tomar en cuenta en los aspectos de juego y a su vez recibe el apoyo a nivel interno de parte de INDES , que le ayuda en muchos aspectos, pero que en ocasiones se ha visto politizado para desarrollar actividades propias del deporte, como por ejemplo, la no rectificación ni desembolso del presupuesto 2.020 por razones de pandemia y actualmente en el presente año 2,021 se supone que por razones de cambios por elecciones de la asamblea legislativa y que se le ha dado prioridad a otros aspectos que no son deportivos.

3. ENTORNO SECTORIAL DE FESAVOL

En la federación de voleibol de El Salvador se encuentran muchos sectores importantes que deben de caracterizar a cada persona que es afiliada a FESAVOL, desde el aspecto que le guste el deporte o tenga la noción de practicarlo tratando de mantener una mentalidad comprometida con las directrices de la federación, es decir que desde la los objetivos, misión y visión, metas, etc. Hasta mantener una disciplina hacia sí mismo al momento de practicar dentro de las instalaciones deportivas que ofrecen la calidad reglamentaria en infraestructura, así como, materiales debidamente reglamentados para la práctica del voleibol; abarcado con el personal altamente capacitado en la rama para que las prácticas sean más adecuadas y adaptadas al reglamento con horarios accesibles para las personas que deseen practicar actividad física y que a su vez puedan incrementar capacidades en sus habilidades y destrezas que le permitan participar en torneos de carácter interno, nacional o si se ve a bien internacional, que solamente FESAVOL ofrece en el país.

4. ENTORNO COMPETITIVO.

Dentro del aspecto competitivo de la Federación tenemos que se encuentran las escuelas formadoras dentro del país, cómo mencionar escuelas privadas dentro de las instalaciones de colegios, ONG´s, institutos que participan en juegos estudiantiles, así como, escuelas que fomentan algunas alcaldías a nivel nacional que en ocasiones son gratuitas o que solamente realizan un pago de membresía para poder formar parte de ella. Sin embargo, FESAVOL, cuenta con material de alta calidad cómo balones, red o net, duela, entrenadores capacitados en rango internacional, otros, que los clubes o escuelas antes mencionados no cuentan posiblemente.

FESAVOL no solamente ofrece entrenamientos enfocados para la competitividad deportiva, sino que también, para mantener y cuidar de su salud brindándole apoyo por parte de los entrenadores para gestionar citas con nutricionistas en el departamento de medicina deportiva de INDES; además, de apoyarlos por medio de la práctica de valores humanos y morales con el fin de apartarlos de malos pasos y que sean propensos a pertenecer a grupos pandilleriles, ofreciéndoles el servicio de entrenamiento por un bajo costo por entrenó y que puedan utilizar todos los beneficios que FESAVOL les brinda a sus participantes de los proyectos.

Además, dentro de la federación se promueve el COOL VOLLEY, que se adapta a los niños y niñas masivamente realizando juegos recreativos aplicados al deporte y puedan participar de manera dinámica en cada una de las actividades que componen dicho proyecto, que exclusivamente promueve la federación. Así cómo los servicios para entrenar y participar en la práctica del voleibol playa que es una modalidad que es mínimamente desarrollada fuera de FESAVOL.

5. MERCADO

En el ámbito de mercado FESAVOL, no está generando ingresos significativos que vengan a subsanar las necesidades que se encuentran en la federación y que necesita promover e impulsar más eventos que generen ingresos netamente; Se tiene la oportunidad de promover el proyecto del COOL VOLLEY con más frecuencia, realizar torneos cortos para poder producir economía desde las inscripciones y tratar de mantener la participación activa de los pertenecientes a las escuelas de voleibol, ya que a diversas circunstancias ajenas a FESAVOL dejan de asistir o no son constantes. Se tiene que ejecutar más capacitaciones para entrenadores así como factor importante retomar el uso de medios de comunicación y patrocinadores exclusivos de los eventos, tomando el apoyo de las herramientas de auge de hoy en día cómo son las redes sociales principalmente Facebook e Instagram y tratar de abrir un canal de YouTube para poder transmitir los partidos de los torneos que se realizan en FESAVOL o solicitar apoyo a canales de TV como el canal 10 para que pueda transmitir los encuentros deportivos.

6. ESTADO DE LA FEDERACIÓN SALVADOREÑA DE VOLEIBOL

❖ FODA DE FESAVOL

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>ADMINISTRATIVAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se cuenta con el personal idóneo para las funciones asignadas - Accesibilidad hacia el público en general - Buena comunicación entre las gerencias. - Los usuarios de la FESAVOL reconocen al personal de la Federación. - Se posee infraestructura adecuada para la práctica del voleibol. - Se cuenta con el apoyo económico de INDES (presupuesto), para el funcionamiento de la FESAVOL. - La buena organización de actividades para recaudar fondos propios y fondos patrimonio. - Contar con el aval del Ministerio de Hacienda para emitir recibos de donación, para declarar en el impuesto sobre la renta (ISR). - Disponibilidad del personal para trabajar con horarios extendidos cuando las actividades lo ameritan. <p>TÉCNICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es aceptable la resolución a los conflictos en eventos Nacionales. - Los resultados del Campeonato Nacional se consideran que son bien gestionados. - Se cuenta con horarios factibles para los diferentes eventos. <p>DE DESARROLLO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacitación de árbitros, entrenadores, monitores, docentes. - Elaboración de torneos colegiales, Chalchuapa, San Salvador y La 	<p>ADMINISTRATIVAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carece de área de mercadeo y promoción. - No contar con instalaciones propias. -No tener suficiente parqueo para nuestros usuarios. - Mal estado de la duela. - Bajo salario para todos los que laboran en FESAVOL. - Inestabilidad laboral - Falta de presupuesto para arreglar lo que se daña de las instalaciones: aseo de la duela, limpieza de baños, etc. - Tener presupuesto limitado el cual alcanza sólo para voleibol y no para voleibol playa. <p>TÉCNICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Truncar los procesos de selección. - Organización en los horarios de entreno tanto en sala y sobre todo playa. - Organizar más eventos recreativos que competitivos. - Contar con poco personal técnico calificado. - Limitado el espacio para la práctica del voleibol. <p>DE DESARROLLO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tener sólo dos monitores para el desarrollo del voleibol a nivel nacional. <p>ARBITRAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No tener árbitros que trabajen bajo los lineamientos de la FESAVOL. (enfocado a la pedagogía infantil, para eventos, escuela o torneos con menores de edad)

<p>Libertad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clínica y demostraciones sobre la enseñanza del voleibol. - Organización y ejecución del Cool Volley <p>ARBITRAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Poder contratar a la asociación de árbitros para dirigir juegos de voleibol en los eventos. <p>OTROS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buen liderazgo. - La información es oportuna a los miembros de la FESAVOL. 	<p>OTROS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Divulgación o publicidad de las actividades o eventos que realiza la FESAVOL. - Falta de señalización vial en los accesos y parqueo (líneas y sapos). - Mejorar la comunicación. - Falta de una estructura para el desarrollo del voleibol a nivel nacional.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>ADMINISTRATIVAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar las instalaciones de la FESAVOL - Gestionar la ayuda económica que brinda NORCECA para eventos internacionales. - Obtener alianzas estratégicas con socios públicos y privados. - Posibilidad de gestionar donación de material deportivo de parte NORCECA. <p>TÉCNICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tener sedes adicionales para el desarrollo de los eventos organizados por FESAVOL. - Realizar un programa sistemático para el desarrollo de entrenadores y árbitros nacionales. - Obtener más instalaciones para la práctica del voleibol. <p>DE DESARROLLO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formar árbitros jóvenes para que dirijan los eventos infantiles y juveniles de la FESAVOL - Obtener convenios con las municipalidades. ONG, entre otros. 	<p>ADMINISTRATIVAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tardía en el desembolso anual de parte de las autoridades del INDES, para cubrir necesidades de FESAVOL. - Congelar los presupuestos. - Los trámites burocráticos para todas las gestiones con las instituciones pertinentes. <p>TÉCNICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La no participación en las actividades organizadas por la FESAVOL. <p>DE DESARROLLO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planes logísticos escritos para el desarrollo de eventos propios de FESAVOL, que detallen los pormenores, cómo: protocolos, tiempos para cada actividad, etc.). <p>ARBITRAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Huelga de labores de parte de la asociación de árbitros. <p>OTROS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los usuarios no cuidan las instalaciones. - Los usuarios están muy desordenados con el manejo de la basura. - Desalojo de las instalaciones.

<p>- Desarrollar el Voleibol Sentado en tres departamentos.</p> <p>ARBITRAL:</p> <p>- Capacitar árbitros que trabajen bajo los lineamientos de la FESAVOL.</p> <p>OTROS:</p> <p>- Contar con un área de parqueo en la pista</p> <p>- Contar con el apoyo de los padres de familia en diferentes actividades.</p> <p>-Tener personal de Comunicaciones.</p> <p>- Elaborar accesos para personas con discapacidad.</p>	
--	--

❖ **DEBILIDADES A OPORTUNIDADES:**

- Se sugiere realizar gestiones con INDES para obtener un mejor presupuesto que involucre el área administrativa, área técnica y recursos materiales.
- Se propone ejecutar cursos y capacitaciones sobre el desarrollo del voleibol y la masificación a nivel nacional, brindando el apoyo publicitario necesario en las redes sociales y medios de comunicación (programas de radio y televisión)
- Solicitar que los árbitros posean el conocimiento técnico adecuado para sancionar y aplicar el reglamento del voleibol. (dependiendo a la categoría en el que este se desenvuelva). Obteniendo un mejor desenvolvimiento en el área correctiva pedagógica en categorías que lo requiera, haciendo énfasis en las fuerzas básicas.
- Solicitar apoyo a los estudiantes del Curso de administración y gestión deportiva de la carrera de la Licenciatura en ciencias de la educación, especialidad educación física, deportes y recreación de la Universidad de El salvador para proponer variantes que puedan ayudar a la publicidad para eventos de FESAVOL, como, por ejemplo, apoyarse en practicantes del área de periodismo o mercadeo.

❖ **AMENAZAS A FORTALEZAS:**

- Realizar una reestructuración del plan federativo con enfoque de mantener e incrementar el presupuesto que el INDES proporciona, tomando en cuenta el apoyo publicitario.
- Conocer los motivos por los cuales INDES congelaría el presupuesto.
- Elaboración de plan de necesidades de eventos programados por FESAVOL, con el objetivo que los estudiantes del curso de administración y gestión deportiva, y profesionales del deporte apoyen y colaboren a la masificación por medio del marketing deportivo.
- Promover una conciencia de desarrollo en el personal de FESAVOL post pandemia.
- Creación de campañas por medios visuales sobre el buen uso y cuidado de las instalaciones y materiales de FESAVOL.

❖ **PLANTEAMIENTO DE ALGUNAS ESTRATEGÍAS PARA FESAVOL:**

- Analizar para reestructurar un lema propio de FESAVOL.
- Propuesta de visibilidad de la federación de FESAVOL en medios digitales (redes sociales)
- Iniciar una gestión de sponsors y patrocinadores que deseen exclusividad en la federación.
- Propuesta inicial del departamento de comunicaciones, teniendo en cuenta el factor humano por encima del económico. (Apoyo con estudiantes de servicio social de carreras como periodismo, mercadeo que se aplique al marketing deportivo y licenciatura en ciencias de la educación, especialidad educación física, deporte y recreación que se encuentren cursando la asignatura voleibol o la especialidad de administración y gestión deportiva de la Universidad de El Salvador)
- Utilizar los eventos deportivos (para promover la marca de FESAVOL); por ejemplo, un Kiosko móvil en dónde se acercará al público PARAFERNALIA camisetas, llaveros, etc. O promoción de capacitaciones con niveles acreditados por FESAVOL y puedan generar ingresos propios para la federación)
- Se propone gestionar convenios con empresas privadas o alcaldías para que los proyectos de FESAVOL sean sostenibles, es decir, que cada torneo tenga patrocinadores exclusivos del evento, tomando en cuenta el rubro de material deportivo, hidratación, apoyo económico con propuesta de impulsar la marca en todo momento de los eventos.
- Creación de protocolo de comunicaciones, tanto internas como externas. Por ejemplo, interna sería crear un departamento encargado de publicidad

de los eventos de FESAVOL, en el caso externo sería que se obtengan entrevistas en radios (grupo radial SAMIX), televisión (DC4, Hola El Salvador, Deportes en el canal 10)

- Con el fin de promover y masificar el voleibol, se sugiere ejecutar eventos o actividades recreativas aplicadas al voleibol en donde sea atractivo para el niño o la niña, aplicando el enfoque aprender jugando el deporte.
- Impulsar por medio de la escuela de FESAVOL a niños y niñas con talento que tengan habilidades y destrezas para pertenecer a la selección Sub – 12 de El Salvador.
- Organizar escuelas de voleibol, cercanas a las comunidades en donde se identifique talentos en diferentes departamentos del país, con el propósito de buscar masificar el voleibol y a su vez sembrar alternativas que provean recursos o insumos a la federación con matrículas o mensualidades por los entrenos. (escuelas externas a la federación, pero que sean acreditadas por FESAVOL).

7. PRESENTACION DE PLAN DE MARKETING PARA LA FEDERACIÓN

SALVADOREÑA DE VOLEIBOL

❖ FIJACIÓN DE OBJETIVOS

- **Objetivo General:**
 - Desarrollar estrategias que visualicen e impulsen favorablemente la imagen de la federación, utilizando recursos y medios digitales para posicionarla, por medio de gestiones que fomenten comunicación y patrocinio con instituciones externas, que nos apoyen en actividades formativas y deportivas generando ingresos para el crecimiento de una identidad definida como FESAVOL.
- **Objetivos Específicos:**
 - Potenciar la visibilidad de la federación por medio del medio digital, redes sociales
 - Proponer la creación de un departamento de comunicación con sus protocolos tanto interno como externo
 - Establecer gestiones que apoyen y patrocinen actividades propias de la federación

- Proponer como valor agregado el generar ingresos económicos por medios de las capacitaciones y certificación brindadas por FESAVOL

❖ **ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DEL PLAN DE MERCADEO**

- Diseñar un lema que identifique a la federación tomando en cuenta la misión y visión de FESAVOL
- Solicitar a estudiantes que estén formándose en comunicación, periodismo, diseño gráfico, entre otros, para crear y formar parte del departamento de comunicación de FESAVOL.
- Publicaciones periódicas en sus medios digitales:
 - ¿Quiénes somos?
 - Nuestra Infraestructura
 - Forma de trabajo
 - Beneficios de ser parte de FESAVOL.
- A través de FESAVOL, presentar entidades reconocidas que serán quienes impartirán las capacitaciones.
- La junta directiva de FESAVOL buscará y gestionará entidades que patrocinen los eventos y actividades realizadas por FESAVOL, por medio de cartas, correos electrónicos.

❖ **CARTERA**

La cartera se manejará desde la población interna como:

- Padres de familia
- Jugadores de las diferentes categorías que integran la federación
- Escuelas de Voleibol
- Entrenadores externos para ser parte de las capacitaciones
- Torneos con énfasis en sector estudiantil.

❖ **SEGMENTACIÓN**

Nuestro nicho está dirigido más a la población femenina, que generalmente se ha identificado como la población con más presencia generacional en las diferentes actividades que la Federación Salvadoreña de Voleibol desarrolla; entre ellos se puede mencionar: Escuelas, torneos de ligas estudiantiles, Cool Voleibol.

❖ POSICIONAMIENTO

La utilización de los medios digitales que ya existen podría aportar un posicionamiento más amplio a la población objetiva, incluyendo aquellos sitios digitales y sociales que aún no se tiene manejo; se desglosa a continuación:

- Utilización de media partners (radio, televisión y periódicos), para promocionar lo que FESAVOL oferta o realiza para atracción hacia el deporte.
 - Dar a conocer los torneos y eventos que estén programados, por medio de redes sociales: Facebook
 - Whatsapp
 - Instagram
 - Twitter
 - Gmail
 - YouTube
 - TikTok
 - Web Site
- Utilizar una identificación con los padres de familia, en donde cuenten con camisa de identificación de la federación para promocionar la escuela y el deporte.
- Categorizarse como el único centro de formación principal, del cual cada técnico o profesor que realice actividades formativas de voleibol, tenga registro o certificado de parte de la federación para ejecutar entrenamientos o actividades avaladas por FESAVOL.

❖ MARKETING MIX

Producto

- El deporte de voleibol como un punto de profesionalismo.
- La escuela de Voleibol encargada de parte de la federación.

Garantía de lo que se ofrece:

- Federarse con FESAVOL para representar a El Salvador en eventos nacionales e internacionales.
- Creación y crecimiento de un perfil personal deportivo profesional
- Fortalecimiento de capacidades físicas velocidad y fuerza
- Mejora estética e interna de los músculos
- Fortalecimiento de cualidades psicológicas útiles en múltiples entornos: valores y autoestima

- Mejora del funcionamiento de sistemas internos por medio del fortalecimiento físico: sistema cardiovascular y sistema nervioso
- Inversión del tiempo de ocio en una actividad divertida y sana.

Aporte financiero:

- Mensualidad
- Costo de torneo
- Costo de inscripción
- Costo Extras

Plaza:

- El producto ofrecido está directamente relacionado con los beneficios universales de toda actividad física. Por lo tanto, la calidad de los entrenos y la organización de los torneos serán los escenarios ideales para captar la atención de nuestros clientes.

La estrategia principal para captar la atención de nuevos clientes es por **medios visuales digitales**, siendo el público que visualiza nuestras publicaciones en redes sociales nuestro target principal. Cabe destacar que nuestro objetivo, en un principio, serán los más jóvenes. Estos le solicitarán a su encargado (padres, abuelos, tíos o tutores) el ser parte de la federación convirtiéndose así en un cliente convencido dispuesto a pagar la cuota establecida por la federación.

En todo ello, la organización administrativa deberá proporcionar **información técnica, científica y organizativa** detallada al tutor para cerrar la venta y que este sea parte de FESAVOL.

El mismo principio aplica si el cliente cuenta con los medios propios de financiamiento: captar su atención, proporcionarle información y hacer el trato.

Promoción:

- La federación cuenta con una **página de Facebook** que por desgracia no está en uso. Esto tiene que cambiar. Lo ideal sería ofrecer información acerca de este deporte a modo de captar la atención de posibles nuevos clientes. De igual manera proporcionar retroalimentación constante para conservar a los clientes ya fidelizados. Todo esto mediante publicaciones constantes en su perfil oficial de Facebook.
- Creación y mantenimiento constante de un “muro de eventos” donde se publique en forma de páginas impresas información relevante de manera mensual.
- Creación de un perfil de whatsapp de la federación con el fin de hacer más accesible la comunicación con sus clientes.

PROMOCIONES Y OFERTAS

Dada la naturaleza de los seres humanos, siempre buscamos ahorrar en todo lo que pudiese percibirse como un gasto, por ende para convertirnos en una opción más llamativa se ofrecerán diferentes promociones y ofertas:

- Establecer promociones en escuela deportiva en donde se propicie la la mensualidad con el uniforme.
- Establecer un precio especial por el pago anual para pertenecer a la escuela.
- Precio familiar, en forma de descuento.
- Luego de la primera capacitación, puede existir un precio especial para capacitaciones para los entrenadores que ya hayan tomado un curso, así con título y certificados por FESAVOL e INDES.
- Por patrocinio puede haber descuento, tanto personal como familiar.
- Fijar cuotas por afiliación con beneficios de la federación hacia las escuelas (torneos, liga, uniformes, entre otros)

❖ PLAN DE ACCIÓN:

[S] Aumentar la comunicación entre FESAVOL y las personas interesadas en sus actividades.

[M] Aumentar en un 50%, la cantidad de Feedbacks recibidos por redes sociales.

[A] Ampliando la atención con respecto a los mecanismos de comunicación.

[R] Explotando las oportunidades del medio online.

[T] Tercer trimestre 2021

○ **Objetivo SMART 1**

Aumentar la comunicación entre FESAVOL y las personas interesadas en sus actividades, a través de la cantidad de Feedback recibidos por redes sociales y medios electrónicos en un 50%, al ampliar la atención con respecto a los mecanismos de intercambio de información, permitiendo las oportunidades del medio online, durante el tercer trimestre 2021.

Los tipos de acciones que se pueden tomar son las que siguen.

Comunicación: promoción, publicidad, marketing directo, etc.

Medios de marketing directo:

1. Email marketing

El marketing directo por correo electrónico permite enviar ofertas, anuncios, recordatorios u otros tipos de mensajes a los usuarios que dejen su correo electrónico en la FESAVOL, pudiendo ir acompañados con un NEWSLETTER y pudiendo ofertar espacios para sponsors o patrocinadores en el contacto directo.

2. Marketing online

El marketing a través de internet está creciendo de forma incesante en los últimos años. Pautas publicitarias a través de campañas segmentadas en las redes sociales para poder alcanzar targets objetivos

3. Redes sociales

Las sociales medias han cambiado profundamente el marketing directo. Las redes sociales nos permiten una retroalimentación y comunicación directa entre la federación, sus eventos y los usuarios, un uso eficiente de las redes permitirá mayor presencia, posicionamiento y fidelización hacia la FESAVOL

Acciones sobre productos:

- Convertir consumidores en aficionados.
- Fidelizar aficionados y convertirlos en usuarios fieles.

Hacer reajustes en la maquetación,

Desarrollo de la marca e imagen:

Identidad corporativa

- colores
- logos
- isotipos
- fuentes
- línea gráfica

Estrategias Comunicacionales

- protocolos de comunicación externa
- desarrollo de planes de patrocinio
- costeo de espacios publicitarios
- diagnóstico de

Acciones sobre precios: como descuentos o promociones.

Ventas y distribución: como cambiar los canales de distribución

❖ PRESUPUESTO FESAVOL

#	Cantidad	Rubro	Costo unitario	unidad	Costo Total	Ganancia % U	Ganancia Unidad	venta Unidad	Venta total	Ganancia Total
1	3	Renovación de Imagen grafica	\$100.00	Gráficos	\$300.00					
2	100	Hora de Consultoría	\$20.00	Productos metodológico	\$2,000.00					
Posibles inversiones a hacer para alcanzar un rango de presupuesto de ingresos positivos.										
3	100	Uniformes Vóley	\$8.00	camisa calzoneta	\$800.00	50.00%	\$4.00	\$12.00	\$1,200.00	\$400.00
4	100	matriculas	\$5.00	Carnet	\$500.00	200.00%	\$10.00	\$15.00	\$1,500.00	\$1,000.00
5	700	Mensualidad	\$5.00	pago profesor	\$3,500.00	200.00%	\$10.00	\$15.00	\$10,500.00	\$7,000.00
6	20	Formación	\$10.00	Por persona	\$200.00	150.00%	\$15.00	\$25.00	\$500.00	\$300.00
7	100	Camisetas solidarias	\$5.50	Camiseta sublimada	\$550.00	80.00%	\$4.40	\$9.90	\$990.00	\$440.00
8	10	Afiliación de escuelas	\$50.00	Carnet, torneos, descuentos, etc.	\$500.00	500.00%	\$250.00	\$300.00	\$3,000.00	\$2,500.00
Total					\$8,350.00				\$17,690.00	\$11,640.00

❖ ASPECTOS PRESENTES EN EL PLAN DE MARKETING

En este punto es adaptar el plan conforme vaya creciendo tu negocio, reconociendo las posibles fallas que podrían evitar el avance del mismo:

Posibles fallas:

- Costo de la inscripción las otras escuelas (que aparezca una pared para costes de afiliación)
- Costo del uniforme. (Son Full Sublimados y telas de calidad)
- Personal que da la capacitación (costos elevados de precios, así como los posibles medios de difusión)
- No tener medio de difusión (Media partners radio, televisión, periódico)

❖ SUPERVISIÓN

El plan de marketing está diseñado bajo la supervisión de KPI:

KPI de objetivo SMART 1

- Iniciar la intervención en la FESAVOL en el segundo trimestre de 2021
- Lograr desarrollo de la marca e imagen a través de la renovación de la identidad corporativa (colores, logos, isotipos, fuentes, líneas gráficas) hasta la primera semana de julio 2021.
- Generar las estrategias comunicacionales que permitan aumentar los feedback durante julio 2021
- Aumentar la presencia en las redes sociales durante el 202:
 - 10,000 seguidores en Instagram (500)
 - 5,000 seguidores en Twitter (100)
 - 30,000 seguidores en Facebook (2,400)
- Establecer alianzas con media partners desde agosto 2021 (trato con medio impreso, por ejemplo).

8. HERRAMIENTAS DE MEDICION

❖ JUSTIFICACION DE LA EVALUACIÓN

Toda empresa debe lograr resultados favorables a corto, medio y largo plazo. Estos deben haber sido recopilados mediante el uso de herramientas diseñadas específicamente para el área que se desea medir, y por lo tanto deberán proporcionar datos específicos y cuantificables, pero antes de llevar a cabo cualquier plan, primero la empresa debe conocer su posición en la sociedad, sus objetivos como empresa, el grado de importancia (o la necesidad del servicio que ofrece) y los posibles campos en la que puede participar. En nuestro caso hemos basado nuestra investigación en una federación nacional (Fesavol). Conociendo esto, nos dimos a la tarea de desarrollar una herramienta con la cual podemos cuantificar y evaluar el trabajo realizado por la Federación Salvadoreña de Voleibol para posteriormente proponer algunas alternativas con el objetivo de mejorar su eficiencia en el área en la que esta se desarrolla.

Para medir a la Federación Salvadoreña de Voleibol se utilizaron cuestionarios desarrollados en base a sus funciones y objetivo.

❖ DETALLES DE LAS HERRAMIENTAS

Fueron utilizadas 2 herramientas de recolección de información. La Primera tuvo el objetivo de identificar el grado de satisfacción de los usuarios de la Fesavol. La segunda tenia como objetivo medir el grado de eficiencia del personal administrativo de la institución.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS

Esta consiste en un cuestionario de opinión personal en el que se incluyeron preguntas sobre diferentes áreas como metodología, instalaciones, sensaciones personales, accesibilidad, entre otras.

El rango de edades de los encuestados de delimito entre los 13 a 23 años de edad. Incluyendo además a padres y encargados.

El medio de distribución fue virtual. Los usuarios tuvieron que acceder a un link el cual fue compartido por medio de WhatsApp. Al entrar en dicho link, encontrarían una encuesta de la plataforma de Google Forms.

ENCUESTA DE EFICIENCIA: ÁREA ADMINISTRATIVA

Esta consiste en un cuestionario basado en el modelo propuesto por la EFQM (European Foundation for Quality Management). El modelo EFQM, como modelo

de calidad total, es un modelo de excelencia, que todo tipo de organizaciones pueden utilizar y aplicaren las áreas administrativas y recurso humano.

Fue creado en 1988 por la European Foundation for Quality Management (de ahí las siglas EFQM). La EFQM es una organización sin ánimo de lucro creada en 1988 por 14 empresas europeas, con la misión de desarrollar un modelo de excelencia empresarial.

Este modelo sugiere un cuestionario para medir la eficiencia administrativa, el cual fue adaptado tomando en cuenta la realidad en la que la empresa se desarrolla.

Nuestro cuestionario fue diseñado partiendo de lo dicho anteriormente, la realidad de la empresa, y fue distribuido de manera física a los principales representantes del área administrativa.

❖ MUESTRA DE HERRAMIENTAS

PREGUNTAS DE LA ENCUESTA A USUARIOS: POBLACIÓN INFANTIL-JUVENIL, PADRES Y ENCARGADOS.

Parte 1: Relacionadas con las características del usuario

1. Genero
2. Rango de edad
3. Grupo al cual perteneces

Parte 2: Relacionadas con las instalaciones

1. ¿Cumple la FESAVOL con las medidas de bioseguridad?
2. ¿Los servicios sanitarios se mantienen aseados?
3. ¿Te parecen adecuadas las instalaciones donde entrenan?
4. ¿Consideras idóneos los materiales que utilizas en tus entrenos?
5. ¿Los entrenamientos inician y finalizan a la hora indicada?

Parte 3: Relacionadas con la atención al cliente

1. ¿Como te sientes con los entrenos que FESAVOL ofrece?
2. ¿Como te sientes con los horarios de entrenamiento que te ofrece FESAVOL?
3. ¿Como te sientes cuando tu entrenador aclara tus dudas y corrige tu técnica?
4. ¿Qué opinas de la seguridad del lugar donde se realizan tus entrenos?

Parte 4: Relacionadas con los costos

1. ¿Crees que los precios son accesibles para todas las personas?

2. ¿Consideras que la calidad del uniforme refleja el costo?
3. ¿Colaborarías con un pequeño aporte económico en transporte para salir a competir con otras escuelas de voleibol?

PREGUNTAS DE LA ENCUESTA DE EFICIENCIA: PERSONAL ADMINISTRATIVO.

**Cuestionario de diagnóstico empresarial en base al modelo EFQM:
Federación Salvadoreña de Voleibol**

Tenga un cordial saludo de nuestra parte. El siguiente formulario fue diseñado por estudiantes de Licenciatura en Educación Física, Deporte y Recreación de la Universidad de El Salvador, que actualmente cursan un Diplomado en Administración y Gestión deportiva.

La siguiente encuesta es parte de una investigación cuyo fin es mejorar la calidad del servicio ofrecido por la Federación Salvadoreña de Voleibol (FESAVOL). La información obtenida es únicamente con fines académicos y será tratada con absoluta confidencialidad. Agradecemos mucho tu colaboración.

Nombre del encuestado: _____

Cargo: _____

Fecha: _____

Indicaciones para responder: Este cuestionario será contestado en base a toda la federación, no únicamente en base a una categoría u horario en específico.

Marcar con una X o con un cheque en el cuadro que considere adecuado.

Algunos aspectos serán contestados de manera concreta SI o NO:

Blanco	Sin conocimiento para responder
Nada	No se cumple o equivalente a NO (0%)
Total	Se cumple en su totalidad o SI (100%)

Algunos apartados necesitan una medida de escala:

Poco	Existe presencia de apartado en cuestión, pero no se cumple el objetivo
------	---

Regular	Se cumple el apartado, pero no se considera satisfactorio
Mucho	Se cumple el objetivo y se considera satisfactorio

1. LIDERAZGO						
Se entiende por liderazgo el comportamiento y la actuación del equipo directivo y del resto de los responsables guiando a la Federación Salvadoreña de Voleibol hacia la mejora continua.						
Aspecto a evaluar	Blanco	Nada	Poco	Regular	Mucho	Total
1. Existe una definición clara de los líderes y del perfil de líder en la federación.						
2. Existen indicadores para la evaluación de los líderes						
3. Existe una Definición, desarrollo y difusión de la Misión						
4. Existe una Definición, desarrollo y difusión de la Visión						
5. Existe una Definición, desarrollo y difusión de los Valores que rigen la federación						
6. Existe medios oficiales donde se transmitan de forma oficial y constante los valores, la misión y la visión establecidos por la Federación						
7. Escuchan los líderes las ideas y opiniones de los demás trabajadores						
8. Existe el reconocimiento oportuno y adecuado de los esfuerzos y logros de las personas integrantes de la federación por parte de los líderes						
9. Hay Impulso o apoyo de los líderes a iniciar cambios y acciones de mejora						

10. Existe un momento agendado en el que se identifiquen y pongan en práctica las estrategias de mejora						
---	--	--	--	--	--	--

2. ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN						
Con respecto a planificación y estrategia se entiende el conjunto de fines, objetivos y valores de la Federación Salvadoreña de Voleibol. Implicando de la misma forma su actuación en los diferentes procesos que estos lleven a cabo.						
Aspecto a evaluar	Blanco	Nada	Poco	Regular	Mucho	Total
1. Se tienen identificados y catalogados los grupos de interés						
2. Hay una identificación y utilización de medios informáticos para obtener datos de los grupos de interés						
3. Las necesidades y expectativas de los grupos de interés son el fundamento para la definición de los planes y objetivos de la federación						
4. Se han identificado a posibles competidores en el rubro en el que ejerce nuestra institución						
5. Se tienen claros nuestros puntos fuertes y los de nuestros competidores						
6. Definimos nuestro plan de mejora mediante un proceso de reflexión objetivo y enfocado en nuestro entorno actual						
7. Se cuenta con documentos que recojan los objetivos y la planificación de actividades para garantizar que se alcanzan los objetivos						
8. Se comunica de los objetivos a los trabajadores y se realiza una verificación de su conocimiento						

3. PERSONAS

En este criterio haremos referencia a cómo se gestiona y aprovecha FESAVOL la organización, conocimiento y potencial de las personas que son parte del equipo de trabajo oficial de la misma para determinar su eficiencia al poner en práctica los procedimientos ya establecidos.

Aspecto a evaluar	Blanco	Nada	Poco	Regular	Mucho	Total
1. Se aprueba el recurso humano necesario en relación a la actividad, presupuesto y objetivos de la federación						
2. Se Incorpora el personal con garantía de adaptación al puesto (flexibilidad laboral)						
3. Se le proporciona al personal nuevo un tiempo previamente determinado de inducción dependiendo del área en la cual va a laborar						
4. Se cuenta con talleres de formación con el fin de favorecer el desarrollo de competencias y capacidades del personal						
5. Se fomenta y apoya la participación de las personas en actividades de mejora						
6. Se cuenta con una herramienta para evaluar periódicamente la eficiencia de las personas						
7. Existen medios de comunicación interna (sea digitales o físicos)						
8. Hay identificación y priorización de las posibles oportunidades de mejora en la gestión de las personas mediante la medición y el aprendizaje						

4. ALIANZAS Y RECURSOS

Este apartado se refiere a cómo la federación gestiona de la manera más eficiente posible sus recursos. Así mismo abarca el área de relaciones con otras instituciones.

Aspecto a evaluar	Blanco	Nada	Poco	Regular	Mucho	Total
1. Se cuenta con una definición específica de aliados financieros que proporcionen un apoyo en la realización de objetivos						
2. Se ejecutan reuniones con los aliados para discutir las estrategias de mejora en el servicio ofrecido por la federación						
3. Se realiza una valoración del presupuesto en base a la satisfacción de usuarios						
4. Se tiene una priorización en inversión conforme a su funcionamiento de la federación						
5. Se minimizan los espacios de trabajo y utilizan los recursos disponibles eficientemente						
6. Se toman en cuenta las nuevas tecnologías en la enseñanza de nuevas estrategias administrativas y técnicas aprendizaje						
7. Hay Identificación y priorización de las posibles oportunidades de mejora de la gestión de las alianzas externas y de los recursos internos mediante la utilización de herramientas de control de calidad						
8. Se garantiza y comparten los resultados de asignación de presupuestos para el personal técnico y compra de materiales						
9. Se cuenta con patrocinadores para eventos y/o actividades de la federación						

5. PROCESOS

Se entiende por proceso el conjunto de actividades que sirven para lograr la enseñanza del deporte de voleibol mediante la gestión eficiente de los recursos disponibles.

Aspecto a evaluar	Blanco	Nada	Poco	Regular	Mucho	Total
1. Se Identifican y diseñan los procesos y subprocesos necesarios en la federación						
2. Existe una definición y documentación de los procesos						
3. Existencia de objetivos e indicadores de los procesos para gestionar y medir la eficacia de los mismos						
4. Existe posibilidad de modificar los procesos mediante el análisis de resultados obtenidos previamente						
5. Existen canales de comunicación entre los líderes y las organizaciones involucradas con la finalidad de compartir resultados						
6. Existe un diálogo bilateral entre las partes involucradas para proponer acciones de mejora						
7. Se diseñan y mejoran los servicios y productos en función de las necesidades y expectativas de los usuarios de la federación						
8. Se aplican encuestas para medir la satisfacción de los usuarios						
9. Existe una planificación o puesta en marcha de acciones de mejora respecto a la ejecución de los procesos orientados a la satisfacción del cliente						

6. RESULTADOS EN EL PERSONAL

Este criterio se refiere a los logros que está alcanzando la Federación Salvadoreña de Voleibol en relación con el personal que la integra.

Aspecto a evaluar	Blanco	Nada	Poco	Regular	Mucho	Total
1. Existe una definición clara de los resultados obtenidos con respecto a su desempeño						
2. Se cuenta con una recopilación periódica y estructurada de información del grado de satisfacción del personal mediante encuestas, grupos de trabajo y/o grupos de usuarios directos o indirectos						
3. Se tienen establecidos indicadores específicos para medir la satisfacción de los usuarios						
4. Se realizan comparaciones con otras federaciones que poseen logística similares						
5. Se identifican y asimila la información obtenida por medio de comparaciones para detectar áreas de mejora						
6. Se realiza un seguimiento del progreso de nuestros trabajadores con respecto al inicio de su cargo en comparación con su rendimiento actual						
7. Se cuenta con canales de comunicación para dar a conocer los resultados obtenidos en comparaciones de rendimiento anteriormente analizados						

7. RESULTADOS EN LOS CLIENTES

Este criterio se refiere a la eficacia del servicio prestado por la Federación Salvadoreña de Voleibol hacia sus usuarios.

Se entiende por usuario a todos los estudiantes que llegan a practicar dicha disciplina, así como también a sus encargados.

Aspecto a evaluar	Blanco	Nada	Poco	Regular	Mucho	Total
1. Realizamos periódicamente encuestas de satisfacción a nuestros clientes para evaluar aspectos tales como: calidad de nuestros servicios, atención a las necesidades, solución de reclamos.						
2. Los resultados obtenidos en estas encuestas, presentan una evolución positiva en nuestro servicio						
3. Los resultados obtenidos en estas encuestas son iguales o mejores que los de la competencia						
4. Nuestro sistema de evaluación nos permite conocer las necesidades de nuestros clientes						
5. Se establecen planes, objetivos y equipos de mejora en función de los resultados obtenidos de los						
6. Se cuenta con el aprendizaje de las comparaciones con otras organizaciones más avanzadas o consideradas como las mejores en resultados						
7. Resolvemos las inquietudes de nuestros usuarios en un periodo corto de tiempo						
8. Nuestros clientes tienen más de dos años de trabajar con nosotros						

8. RESULTADOS EN LA SOCIEDAD

Por resultados en el entorno se entienden los logros y la eficacia de la Federación Salvadoreña de Voleibol a la hora de satisfacer las necesidades y expectativas de la sociedad en general y de su entorno en particular.

Aspecto a evaluar	Blanco	Nada	Poco	Regular	Mucho	Total
1. Se realiza una identificación de las necesidades y expectativas de la sociedad						
2. Se tiene una estrategia y planes respecto al impacto social de la federación						
3. Se tienen claras los beneficios proporcionados por el deporte						
4. Se cuenta con canales de comunicación para dar a conocer los beneficios de nuestros servicios						
5. Se realizan comparaciones con federaciones con una logística similar						
6. Se tiene un aprendizaje de los resultados obtenidos de las comparaciones de federaciones consideradas con mejores resultados en la sociedad						
7. Se cuenta con un instrumento de medición y presentación de datos en relación con la percepción de la sociedad para con nuestra federación						

9. RESULTADOS CLAVE DE FESAVOL

Por resultados clave de FESAVOL se entiende lo que consigue la federación respecto a los objetivos previstos en la planificación y estrategia, concretados en los procesos más significativos o importantes, utilizando para ello los medios de que dispone

Aspecto a evaluar	Blanco	Nada	Poco	Regular	Mucho	Total

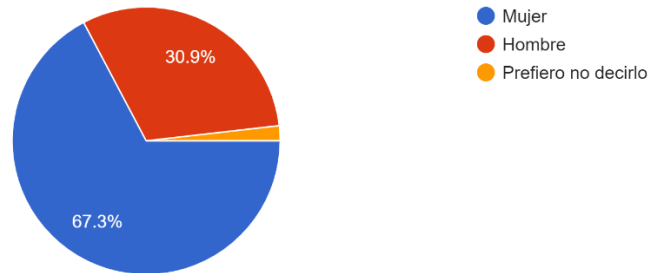
1. Se tiene una Identificación de resultados clave en línea con la estrategia, planes y procesos						
2. Existe un consenso acerca de los resultados clave al menos a nivel de los responsables (líderes, entrenadores)						
3. Hay un establecimiento y presentación de objetivos para los resultados clave						
4. Se comparan los resultados clave con federaciones con una logística similar						
5. Se emplean los resultados clave para tomar acciones en las áreas relevantes de gestión de la federación						
6. Se establecen los planes, objetivos y equipos de mejora en función de los resultados de los indicadores clave de la federación						
7. Se obtiene un aprendizaje de las comparaciones con otras federaciones u organizaciones más avanzadas o consideradas como las mejores en los resultados de los indicadores clave						

❖ RESULTADOS DE LAS HERRAMIENTAS

RESULTADOS DE LA ENCUESTA A USUARIOS: POBLACIÓN INFANTIL-JUVENIL, PADRES Y ENCARGADOS.

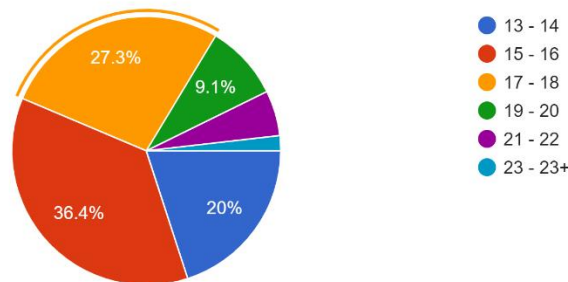
Parte 1: Relacionadas con las características del usuario:

Selecciona tu genero
55 respuestas



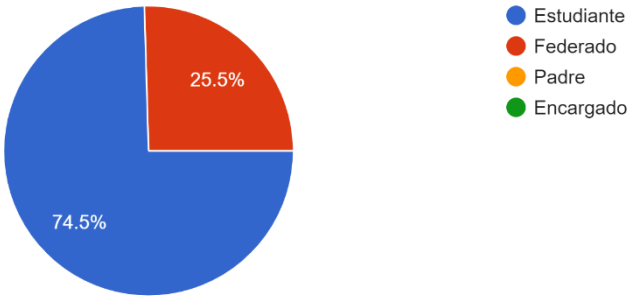
Interpretación: En el análisis de las encuestas, se debe mencionar que el deporte es preferido por el género femenino, todas las proyecciones, así como las estrategias del desarrollo y posicionamiento de la marca, debe fijarse desde este punto de partida, así mismo ir agregando al género opuesto para potenciarlo. La mujer dentro de la escuela y la ubica con un porcentaje de 67,3% del total general de los que asisten a la escuela, a ello se le suma un 30%, 9% al género masculino.

Selecciona tu rango de edad
55 respuestas



Interpretación: Dentro de este rubro, mencionar que el rango de edades esta proporcional a lo que entra a la encuesta juvenil, mencionando que el porcentaje mayor de atletas rondan los 15 a 16 años de edad con un porcentaje del 36% de los encuestados, ya después las edades ascienden los 17 a los 18 años de edad con un porcentaje de 27,3%, en ese ciclo la conformación mayoritaria, esta con un lapso minoritario y permite el complemento de los atletas, por ello es importante mencionar que el total de los participantes o en su mayoría son jóvenes, entonces, todas las estrategias, así como los objetivos debe orientarse en la línea de ese rango de edad.

Selecciona el grupo al que perteneces
55 respuestas

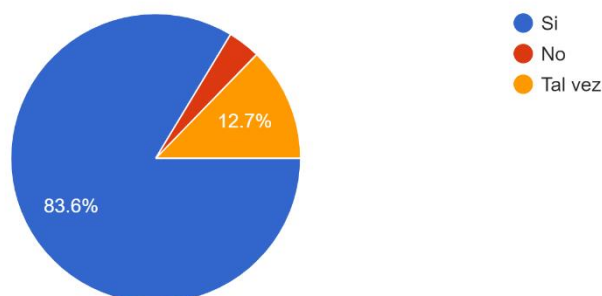


Interpretación: En este apartado podemos ver claramente que la mayoría de usuarios que respondieron esta encuesta son estudiantes, ocupando un 74.5% de la población final. Mientras que el otro 25.5% es ocupado por usuarios federados de FESAVOL.

Parte 2: Relacionadas con las instalaciones

1. ¿Cumple la FESAVOL con las medidas de bioseguridad?

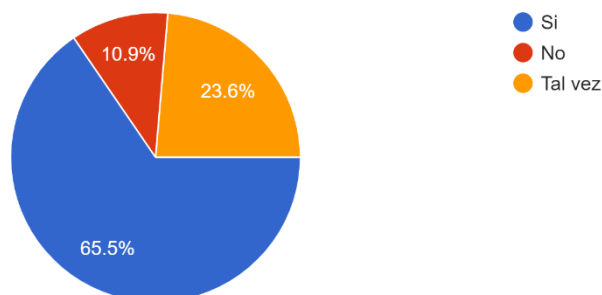
55 respuestas



Interpretación: La pandemia ha condicionado seriamente la forma de llevar a cabo las participaciones de los jóvenes el deporte, el voleibol no es la excepción y es por esto que es importante que exista una percepción y opinión positiva de las medidas de bioseguridad que se están implementado por la FESAVOL, por ello dentro de los encuestados existen estudiantes o atletas que la conforman y así mismo los federados que entrenan más la instalación.

2. ¿Los servicios sanitarios se mantienen aseados?

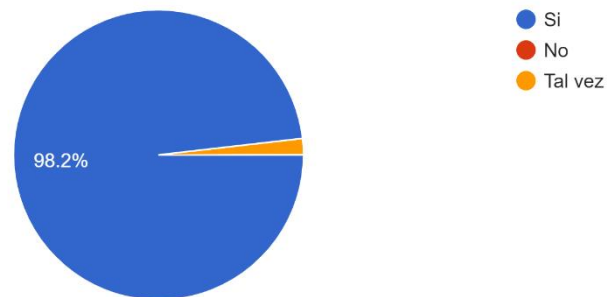
55 respuestas



Interpretación: La higiene de los servicios sanitarios es uno de los puntos débiles que tienen las instituciones deportivas con poco presupuesto en El Salvador, si bien la opinión es favorable hay una cantidad importante de usuarios que ponen en duda el proceso de mantenimiento de limpieza, en el cual, definen que se debe prestar atención importante de su mantenimiento y cuidado.

3. ¿Te parecen adecuadas las instalaciones donde entrenan?

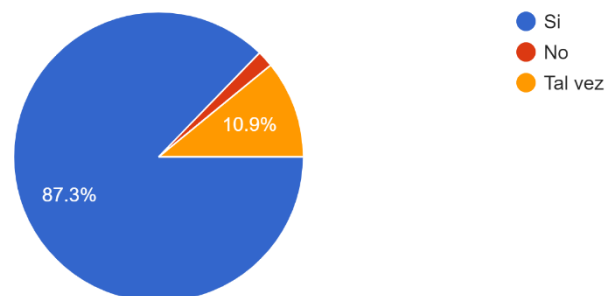
55 respuestas



Interpretación: La inversión ejecutada en las instalaciones nos deja una valoración positiva de los usuarios, para las instalaciones, también podríamos hacer una inferencia del grado de motivación que estas pueden brindar para quienes ejecutan el entrenamiento, así como la seguridad que cada atleta siente al poder estar en la zona permitida para su entrenamiento, del cual le da demasiada importancia para satisfacción de cada uno.

4. ¿Consideras idóneos los materiales que utilizas en tus entrenos?

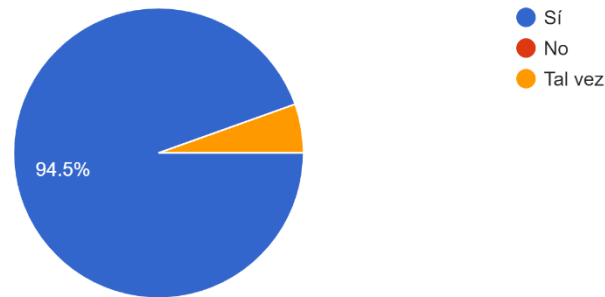
55 respuestas



Interpretación: La mayoría de valoraciones positivas de los usuarios generan una conclusión importante acerca del estado de idoneidad que presentan los medios pedagógicos deportivos para encarar el proceso de entrenamiento, así como la propuesta en marcha de generar y atraer más patrocinadores para aumentar los recursos y materiales óptimos para el desarrollo del entreno.

5. ¿Los entrenamientos inician y finalizan a la hora indicada?

55 respuestas

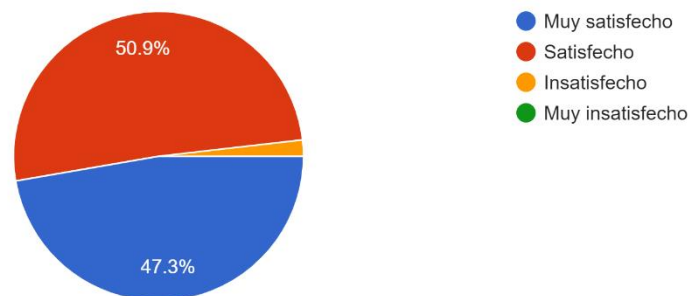


Interpretación: La puntualidad de los entrenadores y su fiel cumplimiento del volumen de entrenamiento es importante para optimizar el tiempo de uso de las instalaciones de la FESAVOL, y también forman un papel importante en el desarrollo de los protocolos de bioseguridad. Aunque una pequeña contraparte, establece una disconformidad al respecto de los horarios establecidos, ya que se salen del rango previamente establecidos.

Parte 3: Relacionadas con la atención al cliente

1. ¿Como te sientes con los entrenos que FESAVOL ofrece?

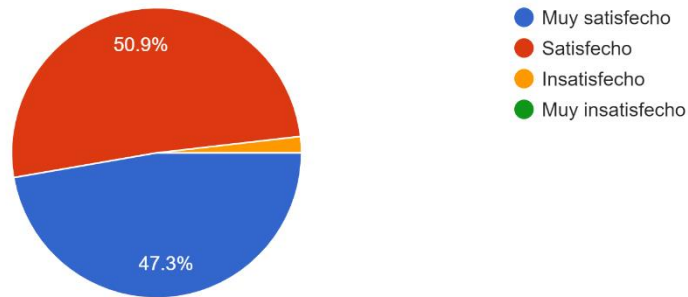
55 respuestas



Interpretación: La motivación de los entrenos es parte importante de la fidelización de los usuarios al deporte, la preparación de las clases, el uso de medios didácticos y pedagógicos de carácter lúdico, la metodología de la enseñanza y la formulación de un plan de trabajo acorde a las necesidades de los usuarios colaboran al aspecto de la motivación extrínseca.

2. ¿Como te sientes con los horarios de entrenamiento que te ofrece FESAVOL?

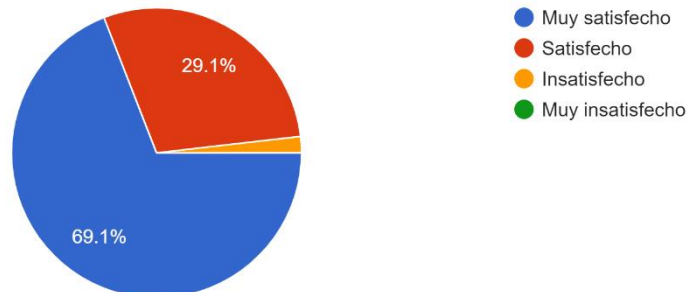
55 respuestas



Interpretación: Los Horarios de entrenamiento en el momento justo y adecuado a las demandas y necesidades de los usuarios han parecido una idea acertada de parte de planificación de la FESAVOL, a pesar de ello, un rubro insatisfecho se debe propiciar en su indagación del por qué no existe una satisfacción o conformidad de los atletas al medio, así generar comodidad total.

3. ¿Como te sientes cuando tu entrenador aclara tus dudas y corrige tu tecnica?

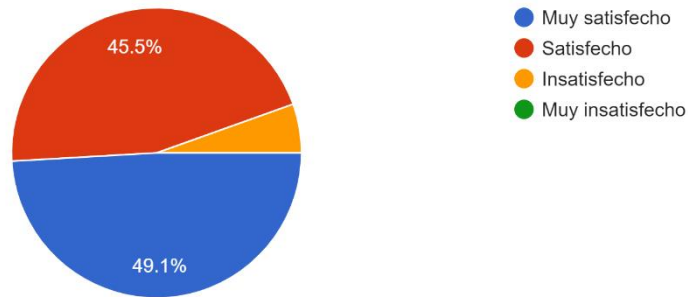
55 respuestas



Interpretación: La corrección de errores y de elementos de rangos de movimiento de carácter específicos de la técnica deportiva es fundamental para mantener una satisfacción alta en torno a la atención que brinda el personal a los usuarios, es importante mencionar que este factor es importante, pues es la referencia fundamental mencionar el trato hacia el consumidor, del cual se vuelve fundamental y esencial el desarrollo del mismo, dentro de este análisis es importante los aspectos de auto evaluación y evaluación de la empresa misma.

4. ¿Que opinas de la seguridad del lugar donde se realizan tus entrenos?

55 respuestas

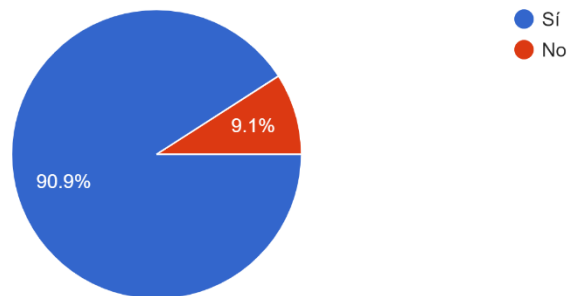


Interpretación: Los aspectos básicos de seguridad permiten generar confianza en el entrenamiento, el hecho que haya controles de seguridad ayuda a facilitar que los usuarios se sientan cómodos y seguros dentro de las instalaciones. Dentro de este rubro, a pesar de del grado mayoritario de aceptación de la seguridad, es importante atender el porcentaje insatisfecho que se menciona en los encuestados.

Parte 4: Relacionadas con los costos

1. ¿Crees que los precios son accesibles para todas las personas?

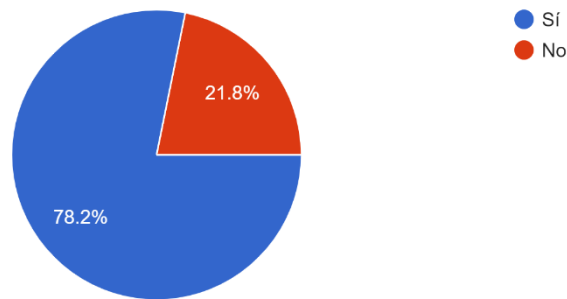
55 respuestas



Interpretación: Es importante que se utilicen precios adecuados al servicio que se brinda, en la mayoría de los casos estos son los adecuados y permiten un grado mayor de satisfacción. En este punto es importante observar el porcentaje que no está a favor, indagar del que hace falta y generar propuestas efectivas que potencien el desarrollo óptimo de las mensualidades que se propician, mencionar que otras estrategias se deben realizar para bien de la federación.

2. ¿Consideras que la calidad del uniforme refleja el costo?

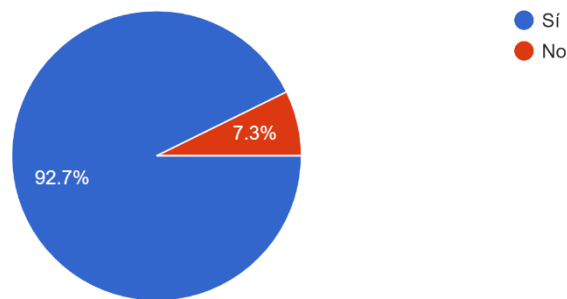
55 respuestas



Interpretación: Es importante hacer una evaluación de la tecnología, materiales y procesos de confección de los uniformes, ya que a pesar de ser relativamente satisfactorios hay una percepción que pueden mejorarse por parte de los usuarios. El porcentaje de monitoreo de precios debe ir acorde al deporte que se practica y tener una noción de compra-venta que beneficien a los compradores del mismo, así incluso, generar promociones con las mismas.

3. ¿Colaborarías con un pequeño aporte económico en transporte para salir a competir con otras escuelas de voleibol?

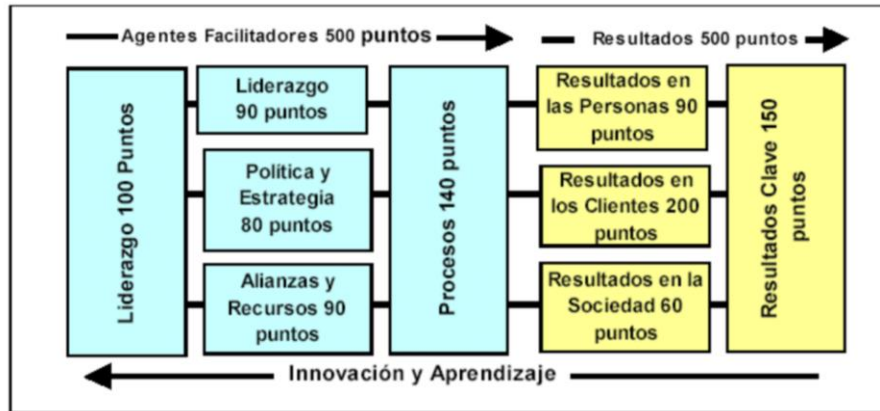
55 respuestas



Interpretación: Hay una tendencia general a buscar la cooperación económica para cubrir diferentes necesidades, debido a que existe conciencia y motivación para ejecutar ese paso del desarrollo de sus carreras deportivas. La disposición hacia este punto se debe valorar y considerar como fundamental para el desarrollo del mismo, así implementar otra escala a la evolución de la misma para integrar otro tipo de propuesta para el cliente consumidor.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE EFICIENCIA: PERSONAL ADMINISTRATIVO.

Para determinar los resultados es necesario explicar el sistema de puntuación que sugiere el modelo EFQM. La puntuación máxima son 1.000 puntos distribuidos de la siguiente forma:



Son 500 puntos para los criterios agentes y 500 puntos para los criterios resultados, distribuyéndose entre los distintos criterios según el diagrama anterior.

Entonces cada criterio posee su propio valor corregido según el modelo EFQM, el cual se explica mejor en la siguiente tabla:

Criterio	Valor equivalente según el modelo EFQM	%	PUNTOS CORRESPONDIENTES POR CRITERIO
1. Liderazgo	1	10	100
2. Estrategia y Planificación	0.9	9	90
3. Personas	0.8	8	80
4. Alianzas y Recursos	0.9	9	90
5. Procesos	1.4	14	140
6. Resultados en personal	0.9	9	90
7. Resultados Los clientes	2	20	200
8. Resultados en la sociedad	0.6	6	60
9. Resultados clave de Fesavol	1.5	15	150
Total:	10	%100	1000 puntos

Por tanto, tenemos como resultado la siguiente tabla que ha sido rellena con los datos obtenidos de las encuestas completadas por el personal administrativo de FESAVOL.

Criterio	Puntuación obtenida	Puntuación máxima
1. Liderazgo	81.25 puntos	100
2. Estrategia y Planificación	71.64 puntos	90
3. Personas	52.5 puntos	80
4. Alianzas y Recursos	48.75 puntos	90
5. Procesos		140
6. Resultados en personal		90
7. Resultados Los clientes		200
8. Resultados en la sociedad		60
9. Resultados clave de Fesavol		150
Total:		1000 puntos

Interpretación: ver ANEXO 1

❖ CONCLUSIONES

1. La Federación Salvadoreña de Voleibol no cuenta con una herramienta de evaluación específica, por lo tanto, no realizan un seguimiento de su desarrollo como empresa a corto y mediano plazo.
2. Al adoptar el modelo EFQM como una herramienta de evaluación periódica, la federación tendría resultados cuantitativos que podrían ser archivados para posibles referencias futuras.
3. Los resultados de la aplicación de herramientas de recolección de información propuestas en el modelo EFQM podrían ser útiles no solo para el propio personal de la federación, sino también para otras instituciones que trabajen de manera similar.
4. Los ingresos que percibe la federación están determinados por otra entidad, con dicho presupuesto logran satisfacer las necesidades de sus usuarios. No obstante, se tienen varios proyectos que están limitados en su ejecución debido al mismo presupuesto ajustado, lo que los obliga a frenar su crecimiento y no ampliar la oferta de sus servicios profesionales.

❖ RECOMENDACIONES

1. Adoptar un modelo de eficiencia institucional, en este caso sugerimos el modelo EFQM adaptado a la realidad de la Federación.
2. Crear una herramienta de evaluación periódica e implementar un registro de los resultados a corto, mediano y largo plazo.
3. Los resultados obtenidos gracias a la aplicación de las herramientas de sondeo pueden ser compartidas con otras instituciones que trabajen de manera similar e incluso los datos obtenidos pueden ser usados para persuadir a otras empresas con las cuales deban trabajar en conjunto o buscar cualquier tipo de patrocinio.
4. Para solicitar un aumento presupuestario al INDES, se necesita justificar dicha solicitud. Con las herramientas del modelo EFQM tendrían los datos necesarios para hacer posible dicha justificación y de la misma manera optimizar los recursos que ya poseen.

9. PROPUESTA DE PROYECTO DE PATROCINIO

Intermediarios: Juan Jose Guzman, Katherine y Maria Jose

En beneficio de: Federación Salvadoreña de Voleibol

Patrocinador: xxx

Tipo de patrocinio: 50 camisas

Términos del patrocinio:

XXX empresa donará 50 camisetas con la palabra **VOLUNTARIO** en la parte superior de la espalda, así mismo las camisetas deben tener el logo y nombre de la federación donde la empresa considere conveniente. Las tallas las camisetas estarán distribuidas de la siguiente manera:

Talla:	Cant.
XS	6
S	8
M	25
L	8
XL	3
Total:	50

10. ANEXOS

ANEXO 1

Resultados del cuestionario de eficiencia en base al modelo EFQM: Federación Salvadoreña de Voleibol

Personas encuestadas: 2

- Gerente general
- Asistente de gerencia

1. LIDERAZGO (100 puntos disponibles)									
Se entiende por liderazgo el comportamiento y la actuación del equipo directivo y del resto de los responsables guiando a la Federación Salvadoreña de Voleibol hacia la mejora continua.									
(100 puntos/10 preguntas =10 puntos por cada pregunta) (1 punto=2.5 puntos EFQM)									
Aspecto a evaluar	Blanco (0)	Nada (0)	Poco (1)	Regular (2)	Mucho (3)	Total (4)	Puntos alcanzados	Media	Puntaje EFQM
1. Existe una definición clara de los líderes y del perfil de líder en la federación.						XX	8	4	10.00
2. Existen indicadores para la evaluación de los líderes				XX			4	2	5.00
3. Existe una Definición, desarrollo y difusión de la Misión			XX				4	2	5.00
4. Existe una Definición, desarrollo y difusión de la Visión					X	X	7	3.5	8.75

5. Existe una Definición, desarrollo y difusión de los Valores que rigen la federación					XX		6	3	7.50
6. Existe medios oficiales donde se transmitan de forma oficial y constante los valores, la misión y la visión establecidos por la Federación					XX		6	3	7.50
7. Escuchan los líderes las ideas y opiniones de los demás trabajadores						XX	8	4	10.00
8. Existe el reconocimiento oportuno y adecuado de los esfuerzos y logros de las personas integrantes de la federación por parte de los líderes						XX	8	4	10.00
9. Hay Impulso o apoyo de los líderes a iniciar cambios y acciones de mejora						XX	8	4	10.00
10. Existe un momento agendado en el que se identifiquen y pongan en práctica las estrategias de mejora					XX		6	3	7.50
							Total, de puntos:	32.5 x 2.5 cada punto	81.25 Puntos EFQM

2. ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN (90 puntos disponibles)

Con respecto a planificación y estrategia se entiende el conjunto de fines, objetivos y valores de la Federación Salvadoreña de Voleibol. Implicando de la misma forma su actuación en los diferentes procesos que estos lleven a cabo.

(90 puntos/8 preguntas = 11.25 puntos por cada pregunta) (1 punto=2.81 puntos EFQM)

Aspecto a evaluar	Blanco (0)	Nada (0)	Poco (1)	Regular (2)	Mucho (3)	Total (4)	Puntos alcanzados	MEDIA	Puntaje EFQM
1. Se tienen identificados y catalogados los grupos de interés				X	X		5	2.5	7.02
2. Hay una identificación y utilización de medios informáticos para obtener datos de los grupos de interés					XX		6	3	8.43
3. Las necesidades y expectativas de los grupos de interés son el fundamento para la definición de los					XX		6	3	8.43

planes y objetivos de la federación									
4. Se han identificado a posibles competidores en el rubro en el que ejerce nuestra institución						XX	8	4	11.24
5. Se tienen claros nuestros puntos fuertes y los de nuestros competidores						XX	8	4	11.24
6. Definimos nuestro plan de mejora mediante un proceso de reflexión objetivo y enfocado en nuestro entorno actual					XX		6	3	8.43
7. Se cuenta con documentos que recojan los objetivos y la planificación de actividades para garantizar que se alcanzan los objetivos					X	X	7	3.5	9.83
8. Se Comunica de los objetivos a los trabajadores y se realiza una verificación de su conocimiento				X	X		5	2.5	7.02
							Total, de puntos	25.5 x 2.81 cada punto	71.64 Puntos EFQM

3. PERSONAS (80 puntos disponibles)

En este criterio haremos referencia a cómo se gestiona y aprovecha FESAVOL la organización, conocimiento y potencial de las personas que son parte del equipo de trabajo oficial de la misma para determinar su eficiencia al poner en práctica los procedimientos ya establecidos.

(80 puntos/8 preguntas = 10 puntos por cada pregunta) (1 punto=2.5 puntos EFQM)

Aspecto a evaluar	Blanco (0)	Nada (0)	Poco (1)	Regular (2)	Mucho (3)	Total (4)	Puntos alcanzados	MEDIA	Puntaje EFQM
1. Se aprueba el recurso humano necesario en relación a la actividad, presupuesto y objetivos de la federación				X	X		5	2.5	6.25
2. Se Incorpora el personal con garantía de adaptación al puesto (flexibilidad laboral)					X	X	7	3.5	8.75

3. Se le proporciona al personal nuevo un tiempo previamente determinado de inducción dependiendo del área en la cual va a laborar					xx		6	3	7.50
4. Se cuenta con talleres de formación con el fin de favorecer el desarrollo de competencias y capacidades del personal			x		x		4	2	5.00
5. Se fomenta y apoya la participación de las personas en actividades de mejora					xx		6	3	7.50
6. Se cuenta con una herramienta para evaluar periódicamente la eficiencia de las personas			xx				2	1	2.50
7. Existen medios de comunicación interna (sea digitales o físicos)					x	x	7	3.5	8.75
8. Hay identificación y priorización de las posibles oportunidades de mejora en la gestión de las personas mediante la medición y el aprendizaje				x	x		5	2.5	6.25
								21 x 2.5 cada punto	52.5 puntos EFQM

4. ALIANZAS Y RECURSOS (90 puntos disponibles)

Este apartado se refiere a cómo la federación gestiona de la manera más eficiente posible sus recursos. Así mismo abarca el área de relaciones con otras instituciones.

(90 puntos/9 preguntas = 10 puntos por cada pregunta) (1 punto=2.5 puntos EFQM)

Aspecto a evaluar	Blanco (0)	Nada (0)	Poco (1)	Regular (2)	Mucho (3)	Total (4)	Puntos alcanzados	MEDIA	Puntaje EFQM
1. Se cuenta con una definición específica de aliados financieros que proporcionen un apoyo en la realización de objetivos			X			X	5	2.5	6.25
2. Se ejecutan reuniones con los aliados para discutir las estrategias de mejora en el servicio ofrecido por la federación			XX				2	1	2.50
3. Se realiza una valoración del presupuesto en base a la satisfacción de usuarios			XX				2	1	2.50
4. Se tiene una priorización en inversión conforme a su funcionamiento de la federación				X	X		5	2.5	6.25
5. Se minimizan los espacios de trabajo y utilizan los recursos disponibles eficientemente					XX		6	3	7.50
6. Se toman en cuenta las nuevas tecnologías en la enseñanza de nuevas estrategias administrativas y técnicas aprendizaje				X		X	6	3	7.50
7. Hay Identificación y priorización de las posibles oportunidades de mejora de la gestión de las alianzas externas y de los recursos internos mediante la utilización de herramientas de control de calidad				X	X		5	2.5	6.25
8. Se garantiza y comparten los resultados de asignación de presupuestos para el personal técnico y compra de materiales					X	X	7	3.5	8.75

9. Se cuenta con patrocinadores para eventos y/o actividades de la federación			x	x			3	1.5	3.75
								20.5 x 2.5 cada punto	48.75 puntos EFQM

5. PROCESOS (140 puntos disponibles)

Se entiende por proceso el conjunto de actividades que sirven para lograr la enseñanza del deporte de voleibol mediante la gestión eficiente de los recursos disponibles.

Aspecto a evaluar	Blanco (0)	Nada (0)	Poco (1)	Regular (2)	Mucho (3)	Total (4)	Puntos alcanzados	MEDIA	Puntaje EFQM
1. Se Identifican y diseñan los procesos y subprocesos necesarios en la federación			X		X		4	2	
2. Existe una definición y documentación de los procesos			X	X			3	1.5	
3. Existencia de objetivos e indicadores de los procesos para gestionar y medir la eficacia de los mismos				X	X		5	2.5	
4. Existe posibilidad de modificar los procesos mediante el análisis de resultados obtenidos previamente					XX		6	3	
5. Existen canales de comunicación entre los líderes y las organizaciones involucradas con la finalidad de compartir resultados				X	X		5	2.5	
6. Existe un diálogo bilateral entre las partes involucradas para proponer acciones de mejora					X	X	7	3.5	
7. Se diseñan y mejoran los servicios y productos en función de las necesidades y expectativas de los usuarios de la federación					XX		6	3	
8. Se aplican encuestas para medir la satisfacción de los usuarios			X	X			3	1.5	
9. Existe una planificación o puesta en marcha de acciones de mejora respecto a la ejecución de los procesos orientados a la satisfacción del cliente				X	X		5	2.5	

6. RESULTADOS EN EL PERSONAL (90 puntos disponibles)

Este criterio se refiere a los logros que está alcanzando la Federación Salvadoreña de Voleibol en relación con el personal que la integra.

Aspecto a evaluar	Blanco (0)	Nada (0)	Poco (1)	Regular (2)	Mucho (3)	Total (4)	Puntos alcanzados	MEDIA	Puntaje EFQM
1. Existe una definición clara de los resultados obtenidos con respecto a su desempeño					XX		6	3	
2. Se cuenta con una recopilación periódica y estructurada de información del grado de satisfacción del personal mediante encuestas, grupos de trabajo y/o grupos de usuarios directos o indirectos				X	X		5	2.5	
3. Se tienen establecidos indicadores específicos para medir la satisfacción de los usuarios					XX		6	3	
4. Se realizan comparaciones con otras federaciones que poseen logísticas similares			X		X		4	2	
5. Se identifican y asimila la información obtenida por medio de comparaciones para detectar áreas de mejora				XX			4	2	
6. Se realiza un seguimiento del progreso de nuestros trabajadores con respecto al inicio de su cargo en comparación con su rendimiento actual			X		X		4	2	
7. Se cuenta con canales de comunicación para dar a conocer los resultados obtenidos en comparaciones de rendimiento anteriormente analizados				X		X	6	3	

7. RESULTADOS EN LOS CLIENTES (200 puntos disponibles)

Este criterio se refiere a la eficacia del servicio prestado por la Federación Salvadoreña de Voleibol hacia sus usuarios.

Aspecto a evaluar	Blanco (0)	Nada (0)	Poco (1)	Regular (2)	Mucho (3)	Total (4)	Puntos alcanzados	MEDIA	Puntaje EFQM
1. Realizamos periódicamente encuestas de satisfacción a nuestros clientes para evaluar aspectos tales como: calidad de nuestros servicios, atención a las necesidades, solución de reclamos.			XX				2	1	
2. Los resultados obtenidos en estas encuestas, presentan una evolución positiva en nuestro servicio		X			X		3	1.5	
3. Los resultados obtenidos en estas encuestas son iguales o mejores que los de la competencia	X	X					0	0	
4. Nuestro sistema de evaluación nos permite conocer las necesidades de nuestros clientes		X			X		3	1.5	
5. Se establecen planes, objetivos y equipos de mejora en función de los resultados obtenidos					X	X	7	3.5	
6. Se cuenta con el aprendizaje de las comparaciones con otras organizaciones más avanzadas o consideradas como las mejores en resultados	X					X	4	2	
7. Resolvemos las inquietudes de nuestros usuarios en un periodo corto de tiempo					XX		6	3	
8. Nuestros clientes tienen más de dos años de trabajar con nosotros					XX		6	3	

8. RESULTADOS EN LA SOCIEDAD (60 puntos disponibles)

Por resultados en el entorno se entienden los logros y la eficacia de la Federación Salvadoreña de Voleibol a la hora de satisfacer las necesidades y expectativas de la sociedad en general y de su entorno en particular.

Aspecto a evaluar	Blanco (0)	Nada (0)	Poco (1)	Regular (2)	Mucho (3)	Total (4)	Puntos alcanzados	MEDIA	Puntaje EFQM
1. Se realiza una identificación de las necesidades y expectativas de la sociedad					XX		6	3	
2. Se tiene una estrategia y planes respecto al impacto social de la federación					XX		6	3	
3. Se tienen claros los beneficios proporcionados por el deporte					X	X	7	7	
4. Se cuenta con canales de comunicación para dar a conocer los beneficios de nuestros servicios					X	X	7	7	
5. Se realizan comparaciones con federaciones con una logística similar	X	X					0	0	
6. Se tiene un aprendizaje de los resultados obtenidos de las comparaciones de federaciones consideradas con mejores resultados en la sociedad	X			X			2	1	
7. Se cuenta con un instrumento de medición y presentación de datos en relación con la percepción de la sociedad para con nuestra federación		XX					0		

9. RESULTADOS CLAVE DE FESAVOL (150 puntos disponibles)

Por resultados clave de FESAVOL se entiende lo que consigue la federación respecto a los objetivos previstos en la planificación y estrategia, concretados en los procesos más significativos o importantes, utilizando para ello los medios de que dispone

Aspecto a evaluar	Blanco (0)	Nada (0)	Poco (1)	Regular (2)	Mucho (3)	Total (4)	Puntos alcanzados	MEDIA	Puntaje EFQM
1. Se tiene una Identificación de resultados clave en línea con la estrategia, planes y procesos					XX		6	3	
2. Existe un consenso acerca de los resultados clave al menos a nivel de los responsables (líderes, entrenadores)					XX		6	3	
3. Hay un establecimiento y presentación de objetivos para los resultados clave					XX		6	3	
4. Se comparan los resultados clave con federaciones con una logística similar		XX					0	0	
5. Se emplean los resultados clave para tomar acciones en las áreas relevantes de gestión de la federación		XX					0	0	
6. Se establecen los planes, objetivos y equipos de mejora en función de los resultados de los indicadores clave de la federación					XX		6	3	
7. Se obtiene un aprendizaje de las comparaciones con otras federaciones u organizaciones más avanzadas o consideradas como las mejores en los resultados de los indicadores clave		XX					0	0	

Patrocinador de FESAVOL

Los Patrocinadores/Sponsors son Aliados estratégicos que nos acompañan en la Federación Salvadoreña de Voleibol, posicionando su marca durante los Eventos y juegos, dentro de espacios previamente acordados en nuestra indumentaria, en nuestra parafernalia publicitaria, espacios en las instalaciones del evento, medios de comunicación y Redes Sociales

Permite:

Una alianza estratégica de mutuo crecimiento

Facilita:

El posicionamiento de su marca o servicio, permitiendo un aumento exponencial del público al cual se accede

Garantiza:

El alcance objetivos y metas sobre la base nuevas propuestas e innovación en la oferta deportiva

DESCRIPCIÓN DEL EVENTO

Es un evento que la federación organiza para desarrollar y masificar el deporte en la región, buscamos edades desde 16 años en a hacia abajo para poder trabajar lo que es el futuro del volleyball.

Con ese propósito queremos darle continuidad a los torneos en donde buscamos tanto femenino como masculino para potenciar talentos, la meta por ahora está en tener un alrededor 20 equipos que participen considerando que en los años venideros den fruto a este amor al deporte por parte de estas nuevas generaciones.

Cabe destacar que por un tiempo se dejó de realizar esta actividad de competencia juvenil pero al ver la motivación de los más pequeños se decidió retomarlo y poder desarrollar este deporte

ASPECTOS TÉCNICOS ESPECIFICOS

Fecha:	Lunes 15 de Noviembre hasta 19 de Noviembre
Lugar:	Cancha de la Federación de volibol San Salvador
Horario:	lunes a viernes de 1 a 5 pm 06:00 pm
Categorías	sub 17
Zona	San Salvador
Población	300 Atletas
Equipos	20
Cobertura Publicitaria :	Redes Sociales
Entrada	Gratis

Bioseguridad.

Protocolos seguros

DETALLES DE MARKETING DE UN EVENTO en El Salvador

Target general:

Evento deportivo familiar; como opción entretenimiento puede ser un espectáculo sustitutivo del cine o complementario de festivales, Fiestas, etc.

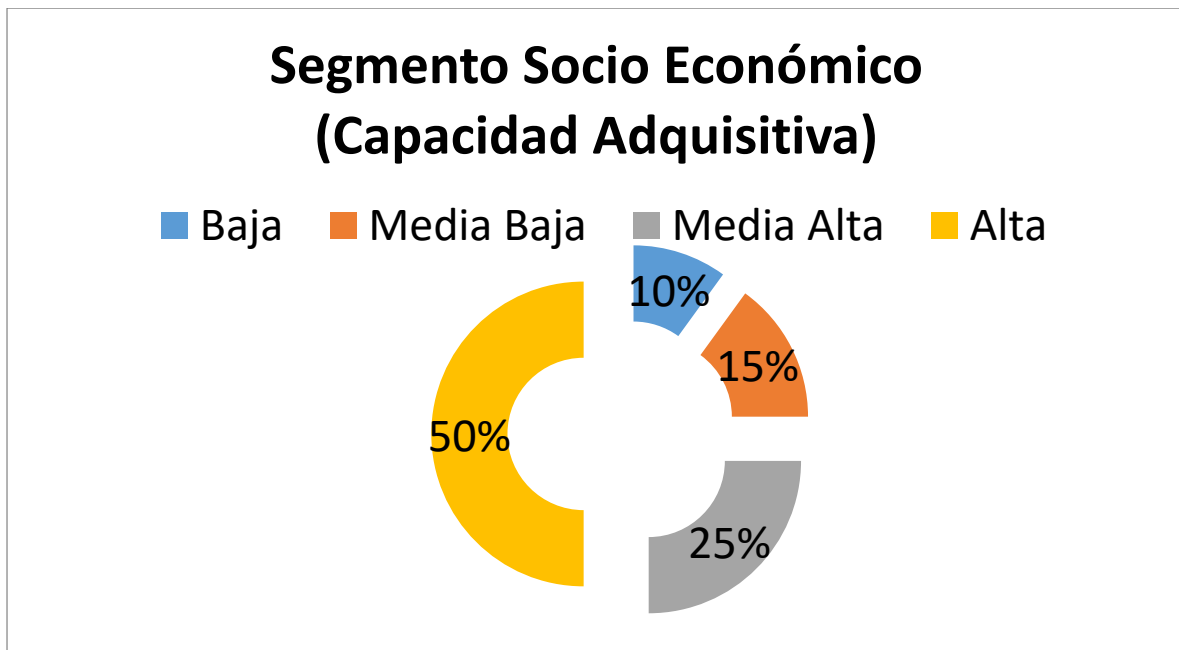
Categorita a premiar

Femenino 3 lugares

Masculinos 3 lugares

DETALLES DE MARKETING DE UN EVENTO DE MMA en El Salvador

Segmento Socio Económico (Capacidad Adquisitiva)



PATROCINIO

Vinculación con Media Partner

Dentro de las oportunidades de vinculación se encontraran medios televisivos, Radiales y Escritos, con prioridad en el material publicitario

Aumento de cobertura de su marca

Debido a la gran cantidad de gente interesada en el voleibol podrá aumentar el alcance de su marca durante el eventos

Difusión de Eventos

La presencia de su marca o servicio durante la transmisión de la actividad

Material de Promoción

El convenio genera una cantidad importante de material audio visual que pudiera ser explotado en beneficio de ambos

Presencia en el Target Poblacional

Estará presente en el la entrega de medalla a los atletas así como en espacios de la zona del evento

Ofrecimiento

Medios de Comunicación

Presencia en recursos electrónicos, en las pautas de anuncios en medios de comunicación y las redes sociales de FESAVOL en el evento.

Activaciones de marca

Activaciones de marca en diferentes espacios antes, durante y después del evento.

Retorno de inversión

A través de la presencia banners dentro de las instalaciones del evento, posteos con los logos de la marca, menciones en posteos y demás oportunidades de presencia de imagen

Crecimiento

Al acompañarnos en nuestro trayecto se podrán acordar participaciones exclusivas en la búsqueda de la fidelización de la marca.

Esperamos del Patrocinador:

Una relación de confianza y mutuo crecimiento , que nos ayude a entrar por la puerta grande en la masificación del voleibol salvadoreño y que nos convirtamos en un referente regional en la búsqueda de talento.

- **Transmisiones en vivo**
- **Apoyo en redes sociales y a través de plataformas web**
- **Generación de material audiovisual**
- **Engalanar nuestro evento con su presencia**
- **Acompañamiento mediante la entrega de medallas**

Planes de Patrocinio

Platinum (inversion \$3,000)

Preferencia en mención de redes sociales

Espacio primario en nuestro evento, con exclusividad

Menciones en espacios que se habiliten (redes sociales, radio, tv y posters)

Promoción del producto, marca o servicio ilimitado en el evento, mediante BANNERS, artículos promocionales

Activaciones de marca y edecanes día del evento

Marca primaria en boletería y conferencia de prensa

Otros recursos publicitarios

Gold (inversion \$1,500)

Mención de redes sociales

Espacio secundario en nuestro evento

Menciones en espacios de radio, tv y posters (si el evento lo solicita)

Activación de marca y edecanes día del evento

Marca secundaria en boletería y conferencia de prensa

Silver (inversión no menos a \$500)

Mención de redes sociales

Espacio terciario en nuestro evento

Todo lo que la marca patrocine llevara su logo.

Menciones en espacios de radio, tv y posters (si el evento lo solita)

Activación de marca y edecanes día del evento

Marca terciaria en conferencia de prensa.