

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



TÍTULO:

``PLAN DE PATROCINIO DEPORTIVO PARA ATLETAS DE BOXEO``

PRESENTADO POR:

VIOLETA BETSABÉ PACAS APARICIO	(PA15010)
JOSÉ AMILCAR RODRIGUEZ BONILLA	(RB12031)
KILMAR WILFREDO TEJADA MEDRANO	(TM16013)

INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN, PARA OPTAR AL
GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, ESPECIALIDAD
EDUCACIÓN FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN

DOCENTE DIRECTOR:

LIC. EVERT BORIS IRAHETA

COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

MsIE. JAVIER VLADIMIR QUINTANILLA

CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR, EL
SALVADOR, CENTROAMÉRICA, 7 DE DICIEMBRE DE 2021

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

Mtro. Roger Armando Arias Alvarado

VICE-RECTOR ACADÉMICO

Dr. Raúl Ernesto Azcúnaga López

VICER-RECTOR ADMINISTRATIVO

Ing. Juan Rosa Quintanilla

SECRETARIO GENERAL

Msc. Francisco Antonio Alarcón Sandoval

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

Msc. Oscar Wuilman Herrera Ramos

VICE DECANA

Licda. Sandra Lorena Benavides de Serrano

SECRETARIO

Mtro. Juan Carlos Cruz Cubías

ADMINISTRADORA ACADÉMICA

Ing. Evelyn Carolina Magaña de Fuentes

AUTORIDADES DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Dra. Gloria Elizabeth Arias de Vega

COORDINACIÓN DE LOS PROCESOS DE GRADUCACIÓN

MsIE. Javier Vladimir Quintanilla Orellana

**COORDINADOR LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN,
ESPECIALIDAD EDUCACIÓN FÍSICA, DEPORTES Y RECREACIÓN**

Lic. José Wilfredo Sibrián Gálvez

DEDICATORIA

Primeramente, agradecido con Dios que me da la vida, la salud y las fuerzas para salir adelante, no importando las dificultades que se presentan, en una época muy difícil que es la pandemia COVID-19, muchas personas se adelantaron y muchas más luchamos con esta enfermedad.

Porque me permite trabajar en el área de los deportes y siempre provee y es una gran satisfacción poder poner en práctica cada una de las cosas aprendidas y confié que vendrán oportunidades extraordinarias.

Agradecido de igual manera por la familia, novia y amigos que puso en mi vida, muchos en el ámbito del futbol y pocos en lo académico, pero lo suficiente para sentirme apreciado.

A mi Padre Francisco Dagoberto Rodríguez Pérez mi Madre Tonia del Carmen de Rodríguez mis hermanos Joel Dagoberto Rodríguez Bonilla, Eduardo Francisco Rodríguez Bonilla y Néstor Mauricio Rodríguez Bonilla, quienes siempre me apoyaron emocionalmente en lo académico y futbolístico, dándome las fuerzas para seguir día a día, por su amor su paciencia sus regaños y muy buena educación y formación en el hogar, pondré siempre en práctica cada una de sus enseñanzas para ser una buena persona, me siento orgulloso de ser el primer Licenciado de la Familia Rodríguez Bonilla.

A mi novia Karla Margarita Rodas quien me da la oportunidad de ser felices juntos día a día poder crecer en nuestra relación y quien me apoyo grandemente en mis estudios y por ser parte en mis logros futbolísticos y sobre todo académico, a usted le estoy muy agradecido y espero sigamos muchos años más juntos y en un futuro como esposos.

A mis colegas Betsabé Pacas y Kilmar Tejada, quienes formaron parte fundamental para el desarrollo de este trabajo final, entre risas, enojos y paciencia, logramos salir adelante y culminar de la mejor manera, muchas gracias por su amistad.

José Amílcar Rodríguez Bonilla

Agradecer a Dios primeramente por haberme brindado salud, estabilidad para finalizar mis estudios, pese a la pandemia COVID-19 que nos afectó a nuestro país y de manera mundial.

Agradecer a mi familia ya que estuvieron apoyándome en cada paso tanto académico como futbolístico, a mi padre Wilfredo Ernesto Tejada Hernández, quién en cada paso que di, y en cada momento duro de mi vida me dio consejo uno de mis pilares muy importantes para mi, a mi abuela Dora Lilian Tejada de González quién en momentos difíciles fue una pieza fundamental en mi vida ya que ella me cuidó desde pequeño, junto a mi papá son los dos pilares que me impulsaron a ser lo que soy sin ellos no hubiese llegado hasta acá.

Agradecer a mis Catedráticos que con paciencia y tolerancia nos ayudaron en cada aprendizaje, sin duda les tengo mucho aprecio por todas las enseñanzas hacia mí.

Darle gracias a una persona muy importante en todo este proceso, mi esposa Alisson Julissa Hernández de Tejada, quien en momentos de mucha complicación me calmo y me menciono que todo estaría bien confiando siempre en Dios, su amor hacia mí es eterno, cada día a día ella me lo demuestra.

Agradecer a mis amigos Betsabé Pacas, Amílcar Rodríguez con quienes finalizamos nuestro trabajo de grado entre muchas situaciones académicas de dificultad se supo salir adelante sin duda sé que llegarán muy lejos en la vida personal y profesional los aprecio tanto. A Carolina Rolin, Esmeralda Cañas, Jhoseline Elías, Gabriela Cruz, Magdalena Alvarado, Sandra Maravilla, Roxana Martínez, Veraly Rojas, sin duda alguna les agradeceré eternamente su confianza hacia mí sé que les espera un gran futuro profesional.

Kilmar Wilfredo Tejada Medrano

Sin duda alguna, agradecimiento infinito a Dios todopoderoso por darme la inteligencia y perseverancia necesaria para llegar a la culminación de mi carrera profesional y revelarme su gracia y misericordia al permitirme este logro académico.

A mi familia Pacas y Aparicio quienes han sido un constante apoyo emocional y principal fuente de inspiración para continuar con el mayor de los esfuerzos año con año.

A la Universidad de El Salvador, con especial y fino agradecimiento a la Unidad de Atención al Estudiante con Discapacidad bajo la dirección de la Licda. Rosario Villalta y Lic. Marlon Alas, quienes fueron un importante pilar en mi formación académica, brindando el pertinente acompañamiento a cada uno de los procesos correspondiente al atenderme con la mayor amabilidad y profesionalismo siendo una estudiante con discapacidad visual.

A mis amigos, compañeros y colegas, que siempre tuvieron la mayor disposición para atender y suplir mis necesidades como estudiante y su compañera con discapacidad visual dentro del campus de nuestra universidad, convirtiendo las situaciones en accesibles y equitativas para mi disfrute, plena y justa competencia en pro de mi formación profesional.

A Michelle Pozo, Mónica Cruz, Amílcar Rodríguez, Kilmar Tejada, Licda. Karla Rodas, Gabriela Cruz, Prof. Guillermo Rodríguez (QEPD), Dra. Irma Aparicio, mi hermano Jorge Miguel Pacas, mi padre Jorge Pacas, mi madre Violeta de Pacas, Sharon Trujillo, Cristian Flores, Elvia Pérez, Josué Quan, Nidia Palacios, Javier Reyes y Licda. Daysi Montes. Personas a quienes agradezco su ánimo, apoyo incondicional y constante; les llevo en mi corazón eternamente.

Violeta Betsabé Pacas Aparicio

ÍNDICE

RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN	2
JUSTIFICACIÓN	3
OBJETIVOS	5
OBJETIVO GENERAL	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
DESCRIPCION DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS	6
LECCIONES APRENDIDAS	9
CONCLUSIONES	10
RECOMENDACIONES	11
ANEXOS.....	12

RESUMEN

El presente documento recopila todos los datos e información adquirida durante el Curso de Especialización: Gestión y Administración deportiva, el cual tiene como principal objetivo capacitar al profesional de la Educación Física y el Deporte en la rama de la administración financiera, recursos humanos y materiales.

Aborda importantes temas, como la importancia e influencia de la administración deportiva en la gestión pública y privada para un eficiente uso de los recursos asignados, procedimiento para gestión de patrocinio de proyecto, procesos de evaluación interna y externa (sobre administración), impacto de la gestión deportiva a nivel social y cultural, modelo de evaluación de calidad europea *EFQM*, y construcción de plan de marketing.

Se abarca todo lo relacionado con conceptos adyacentes a la administración y gestión deportiva, impartiendo la teoría imperativa para el desarrollo de las correspondientes gestiones que se llevarían a cabo en la práctica de la especialización. Se estudian los vocablos del rubro de la administración tanto su concepto como su aplicación en la práctica y más específicamente como su funcionalidad resultaría eficaz y eficiente al momento de la ejecución de proyectos y de administración de una institución dedicada al deporte, la actividad física o la recreación. Se brinda también dar a conocer las características implícitas y medios de aplicación correspondientes para la administración y gestión deportiva tanto en el medio público como privado.

Palabras clave: boxeo olímpico, patrocinio deportivo, administración deportiva, gestión deportiva, marketing deportivo, teoría organizacional

INTRODUCCIÓN

El presente reporte tiene como finalidad la descripción del proceso realizado en el curso de especialización denominado DIRECCIÓN Y GESTIÓN DEPORTIVA.

Actualmente nos encontramos en una etapa pandémica por COVID-19, para lo cual sírvase dar a conocer que el presente diplomado se realizó de forma semi presencial, brindándonos al mismo tiempo la oportunidad de resiliencia en medio de dicha situación.

Como parte del proceso de aprendizaje respecto de la administración y gestión deportiva, dimos inicio a un emprendimiento dentro del rubro deportivo al cual se le llamó KAMI SPORTS®, marca personal original. Esta fungió como una escuela de natación y fútbol con miras de proyectar atletas desde la infancia, además también de ofrecer servicios de recreación deportiva a través de los deportes antes mencionados y aprendizaje general.

A través de KAMI SPORTS® tuvimos la oportunidad de desarrollar una mini empresa de sociedad comanditaria, en la que realizamos gestiones, plan de marketing, valoraciones y controles de calidad internas y externas, pudiendo de esta forma llevar a la formación práctica paralelo al proceso de especialización

Plasmamos a continuación el proceso y la importancia de dicha capacitación para nosotros como futuros profesionales del deporte y la actividad física; dado que por años como educadores físicos nos enfocamos mayormente en la preparación física, planificación, etc. de los atletas, sin embargo, la especialización nos ha hecho ver desde un punto de vista diferente, profesional y objetivo, que la preparación y organización que lleva una institución, federación deportiva, empresa deportiva, gimnasios, atletas individuales y colectivos, etc. Es altamente importante y que también influye de manera significativa dentro de los resultados deportivos directamente, ya que a través de una correcta gestión y administración de los recursos, podemos contar con un mayor apoyo de patrocinadores, encontrando también la manera de obtener incentivos y atractivos para proyectar atletas y/o instituciones dedicadas al deporte, la actividad física y la recreación.

JUSTIFICACIÓN

La educación es una base fundamental para el desarrollo de cualquier individuo dentro de una sociedad, para que esta ocurra de forma eficaz es imperativa el establecimiento de una forma sistematizada que permita al usuario la adquisición de conocimientos de manera integral.

Una de estas formas sistematizadas es la educación física la cual tiene alta injerencia en el desarrollo físico y mental de todo ser humano; la educación física bien puede ser escolar o particular, la única diferencia entre estas es el contexto bajo el cual es desarrollado, sin embargo, mantiene sus fines y esencia la cual es buscar y mantener un óptimo estado de salud, y condiciones físicas que permitan extender y/o perfeccionar las capacidades físicas básicas (con sus respectivas adaptaciones); de la misma manera el deporte, el cual se auxilia de la educación física como una base de la motricidad general de todo ser humano.

El deporte no posee un concepto definitivo, ya que éste responde a las experiencias socioculturales del contexto de un determinado tiempo, sin embargo, en la diversidad de intentos y esfuerzos por parte de los grandes profesionales en la materia a lo largo de la historia por definir el concepto de deporte, existen características formales y comunes dentro de todos los conceptos del deporte, las cuales son: performance, competición y reglas.

Según el Diccionario de las Ciencias del Deporte (1992: 547-575), confirma lo señalado en el párrafo anterior, que no es posible delimitar el concepto de deporte ya que este vocablo es utilizado en diversas situaciones, modalidades y tiempos.

De esta manera podemos mencionar que el deporte se lleva a cabo en:

Disciplinas deportivas (clubes deportivos, Federaciones Deportivas, etc.), la escuela (deporte escolar), ámbitos higiénicos y sanitarios (deporte recreación, deporte de compensación, etc.), instituciones específicas (deporte empresarial, deporte universitario, etc.), grupos de personas con características típicas (deporte femenino, deporte para personas con discapacidad, etc.), formas de organización (artística) (danza, bailes de salón, etc.). (Robles Rodríguez, 2009, “concepto del deporte”, párrafo 6)

Por lo tanto, sugerimos la importancia del conocimiento administrativo y de gestión dentro de las ciencias del deporte dados cada uno de sus campos de acción.

El profesional de la educación física más allá del conocimiento teórico y práctico sobre la diversidad del deporte, el dominio de las ciencias implícitas en ello, debe también poseer la suficiente competencia para enfrentarse al mundo laboral próximo.

La administración deportiva es importante en el contexto de la actividad física, porque permite diseñar, implementar y ejecutar la planeación estratégica para el manejo de los recursos financieros, humanos y operativos al interior de las instituciones deportivas. Así mismo, porque contribuye a mejorar el desarrollo de los proyectos que emprenden las entidades deportivas, y estas a su vez impactan de manera positiva en la sociedad y la cultura, pues las personas pueden recrearse en familia y aprovechar adecuadamente el tiempo libre, como también, integrarse de manera formal a instituciones que les guiara en su entrenamiento y competitividad legal para lograr representar al país a nivel nacional e internacional (Cepeda, 2017, p. 2)

En nuestro país la administración deportiva debe ser tan fundamental para la correcta gestión de los recursos con que se cuenta tanto en el estado como en cualquier entidad deportiva privada.

En la administración deportiva publica sería de suma importancia hacer uso de la teoría organizacional ya que entidades como el Comité Olímpico o Paralímpico gestionan y vigilan las diferentes federaciones, y al implementar el correcto uso de esta teoría aseguramos la proyección de objetivos anticipados y regulados a través de estrategias administrativas a corto, mediano y largo plazo.

Por lo tanto, la importancia de la especialización en administración y gestión deportiva se encuentra en la misma significación social de la teoría de la organización y gestión deportiva en el contexto nacional, porque el gobierno nos permite planificar, organizar, dirigir y evaluar actividades y proyectos que se enfocan en programas de actividad física, recreación, deporte, competencia y recreación. Mejora la salud y el bienestar de las personas.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un análisis teórico que permita identificar la importancia de la gestión deportiva, ya que esta disciplina permite un uso racional de los espacios deportivos y que los usuarios obtengan satisfacción, seguridad y calidad en los servicios que mejoran la inclusión social y conducen a los criterios económicos que el deporte promueve

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Reconocer la importancia de la administración deportiva para la gestión eficaz y eficiente de las instituciones dedicadas a la actividad física, el deporte y la recreación.
- Identificar cómo la teoría organizacional ayuda a mejorar los procesos de la gestión deportiva en El Salvador a nivel público y privado
- Estudiar los beneficios de la gestión deportiva a nivel social y cultural.

DESCRIPCION DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS

El curso de Especialización en Gestión y Administración Deportiva, dio inicio en el mes de marzo del 2022, teniendo como principal fin capacitar a los estudiantes egresados de la Licenciatura en Ciencias de la Educación, especialidad en Educación Física, Deportes y Recreación, para enfrentarse a los retos del mundo laboral deportivo en el área de gestión y administración de los recursos con que se cuente en una determinada institución y/o proyecto.

El curso se dividió en 4 módulos, en donde cada uno de ellos abarcó de forma puntual y específica cada uno de los conceptos y herramientas que al tema de administración y gestión confieren, el contenido de los módulos mencionados anteriormente fueron los siguientes:

- **MÓDULO 1**

Se abarcó todo lo relacionado con conceptos adyacentes a la administración y gestión deportiva, impartiendo la teoría imperativa para el desarrollo de las correspondientes gestiones que se llevarían a cabo en la práctica de la especialización. Se estudiaron los vocablos del rubro de la administración tanto su concepto como su aplicación en la práctica y más específicamente como su funcionalidad resultaría eficaz y eficiente al momento de la ejecución de proyectos y de administración de una institución dedicada al deporte, la actividad física o la recreación. Se nos dio también a conocer las características implícitas y medios de aplicación correspondientes para la administración y gestión deportiva tanto en el medio público como privado.

- **MÓDULO 2**

En el correspondiente módulo se estudió la importancia de la continua evaluación y controles de calidad que nos permita brindar el mejor de los servicios al cliente o atleta, en su defecto. Siendo plenamente conscientes de la conformación formal de una institución lo cual incluye la necesaria inclusión de dos o más personas que sean de apoyo y cumplan sus roles correspondientes, con un mismo propósito de que la funcionalidad del proyecto o la

institución administrada obtenga siempre los mejores resultados que correspondan al fin de la misma.

El control de calidad abriga la correcta gestión de los recursos que se realiza para brindar un óptimo producto/servicio, condiciones permanentes de la infraestructura, respuestas a las necesidades internas y externas, atención al cliente, relación precio-producto, entre otras características propias de la calidad.

En nuestro particular caso, hicimos uso de la herramienta de evaluación europea conocida como Modelo de Evaluación de la Fundación Europea para la Gestión de Calidad *EFQM* por sus siglas en inglés.

El modelo europeo establece que para que una organización sea excelente, debe ser excelente en su liderazgo, en su política y estrategia, y en la gestión de las personas, recursos y alianzas y procesos que en ella se realizan. (B. Martínez, 2008) Es por ello que básicamente esta forma de evaluación nos permitiría conocer desde las raíces del proyecto y/o institución su estado, y a partir de ello establecer planes de mejoras a corto, mediano y largo plazo con el objeto de ser contemporáneamente competitivos, eficientes y eficaces, en el rubro de la administración deportiva.

- **MÓDULO 3**

A continuación, continuando con la premisa de la alta relevancia que poseen la evaluación para la mejora constante en relación al servicio y el posicionamiento de la marca, en este módulo la dedicación y análisis fue con un enfoque externo; para lo que se procedió a realizar encuestas de carácter cualitativo que nos concedieran el conocimiento y la cosmovisión de los usuarios del servicio/producto.

De esta manera nos fue posible corregir aspectos, que de forma interna no son siempre notables. Esto permite un incremento en los niveles de satisfacción de los usuarios implicados además de un reposicionamiento de la marca que aumenta de forma positiva su popularidad en el medio deportivo y de la actividad física.

- **MÓDULO 4**

Como parte de las implicaciones del trabajo administrativo y gestión, se encuentra la adecuada búsqueda de patrocinadores que se encuentren interesados en realizar inversiones significativas que aporten a ambas partes implicadas en diversidad de negociaciones posibles.

Estudiamos detalladamente las formas correctas de persuasión a negocios seguros y comprometidos, que fueran de ayuda para el impulso de atletas, proyectos, etc.

En nuestro caso específico, trabajamos de la mano con “*Boxing Pride Gym*” gimnasio dedicado a la enseñanza de artes marciales mixtas y boxeo con fines de recreación, salud y competencia, siendo este último un perfecto candidato en relación de patrocinio. Por lo que buscamos patrocinio que fuera de apoyo e impulso a la carrera deportiva de la atleta y profesional de las Ciencias del Deporte, Susana Panameño.

Esta experiencia nos permitió conocer de primera mano las formas de negociación con diversas marcas, que nos llevó a construir guiones estratégicos y persuasivos que defendieran la postura referente a la importancia y beneficios que traerían a ambas partes (patrocinador y proyecto) el apoyo a la atleta anteriormente mencionada.

PRESENTACIÓN Y DEFENSA DE PROPUESTA ELABORADA

A las 09:00 horas del día 7 de diciembre de 2021 amparamos debidamente nuestro proyecto final de patrocinio, en conjunto del trabajo realizado en los módulos anteriormente mencionados, siendo evaluados ante el notable jurado quienes fueron previamente designados por el Departamento de Ciencias de la Educación

Presidente del jurado: Lic. José Wilfredo Sibrían Gálvez

Secretario: Lic. Boris Evert Iraheta

Vocal: Lic. José Miguel Rivas

LECCIONES APRENDIDAS

A partir de la breve práctica de campo que nos fue posible realizar adquirimos conocimientos invaluable, enfrentando igualmente dificultades que fueron un impulso notable para estudiar constantemente, y reforzar los conocimientos aprendidos en cada módulo, como también en cada materia a lo largo de nuestra carrera.

Por ello consideramos relevante las siguientes lecciones:

- Alta importancia de la evaluación interna de cualquier proyecto para producir mejoras constantes y permanentes. A su vez que se realiza una auto evaluación que nos permita de forma objetiva dilucidar la mejor de las opciones en pro de la calidad del producto/servicio que ofrece u ofrecerá el proyecto o institución.
- Reconocer y actuar positivamente a la crítica externa, con el objeto de fortalecer todas aquellas debilidades a partir de las observaciones mencionadas, que nos puedan brindar aquellos que son usuarios de nuestros servicios y/o consumidores del producto.
- Construcción del FODA como base de nuestro proyecto, con el fin de poder identificar objetivamente todas aquellas posibilidades y/o desventajas que se avecinan y de esa forma realizar una correcta gestión y administración de los recursos disponibles.
- La capacidad de realizar un plan de marketing, es una competencia altamente positiva en el currículo de posibilidades de todo profesional de la Educación Física, el Deportes y la Recreación. El cual deberá responder con estrategias profesionales, viables, razonables y que correspondan a los recursos disponibles, que tengan como finalidad ofrecer un producto de la más alta calidad deportiva.
- Importancia de la capacitación constante sobre temas administrativos deportivos, que permitan al profesional actualizarse con las herramientas más eficientes y contemporáneas.

CONCLUSIONES

Partiendo de los conocimientos recientemente adquiridos y la experiencia en campo llevada a cabo con auxilio de la teoría organizacional y administrativa, concluimos que:

- Es de suma importancia el reconocimiento por parte del mundo laboral profesional sobre la necesidad de que los profesionales de la Educación Física, el Deporte y la Recreación, formen competencias entorno al rubro administrativo y de gestión, auxiliándose de las herramientas bases de esta disciplina, como el uso del FODA, sistemas de evaluación interna y externa, controles de calidad, etc.

- Resulta altamente necesario el conocimiento pertinente sobre la correcta gestión de patrocinios para los proyectos y/o instituciones, para mejorar las condiciones, a partir de los ingresos efectivos o en especial que pudiesen conseguirse a través de los patrocinadores; destacamos también la importancia mantener la búsqueda de patrocinadores activa, para una mejor planificación y recuento de recursos a corto, medio y largo plazo.

- No subestimar por ningún motivo la capacidad de impacto informativo que poseen las redes sociales, por ello, discurrimos en que el correcto y eficiente uso de estos medios electrónicos resultaría en una herramienta positiva, que nos permitirá generar un mayor alcance para nuestro proyecto, y también ser una herramienta que nos funcione para vender, mantener e incrementar la posición e imagen de la marca que representamos y esto por consiguiente ser un atractivo para los candidatos a patrocinador.

RECOMENDACIONES

- Que la Facultad de Ciencias y Humanidades en apoyo del Departamento de Educación, considere la posibilidad de entablar relaciones y convenios con otros departamentos internos de nuestra universidad, con el fin de fortalecer los conocimientos prácticos y teóricos correspondientes al área de la administración y gestión.

- Que la Facultad de Ciencias y Humanidades en apoyo del Departamento de Educación, considere la posibilidad de entablar relaciones y convenios con otros Centros de Educación Superior que cuenten con carreras a fines de la comunicación, el marketing y la administración, con el propósito de estrechar lazos que permitan mayor capacitación y una correcta aplicación práctica de los conocimientos que los futuros estudiantes adquieran durante su especialización.

- Considerar mantener una imagen óptima permanente por parte de la institución, que venda apropiadamente para la obtención de patrocinadores con mayor facilidad y frecuencia.

- Dar continuidad al proceso de apoyo y patrocinio a la atleta Susana Panameño, representada por Boxing Pride Gym, y a futuros atletas que podrían ser también atractivos potenciales para el deporte nacional competitivo.

- Hacer un uso adecuado y permanente de las redes sociales ya que pueden funcionar como un medio de bajo costo donde resulta de mayor factibilidad el reconocimiento de la marca, a través de dinámicas, eventos, fotografías, historias y vídeos cortos que promocionen la imagen de la institución.

- Dar continuidad a las comunicaciones y resultados deportivos positivos para tener obtener un apoyo permanente por parte del patrocinador/es o de nuevos que quieran ser parte del proceso en el boxeo nacional e internacional junto a Susana Panameño.

ANEXOS

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN,
ESPECIALIDAD EDUCACIÓN FÍSICA, DEPORTES Y RECREACIÓN



PLAN DE MARKETING
“Escuela Deportiva Multidisciplinaria KAMI SPORTS”

PRESENTADO POR:

RODRIGUEZ BONILLA, JOSÉ AMILCAR

TEJADA MEDRANO, KILMAR WILFREDO

PACAS APARICIO, VIOLETA BETSABÉ

DOCENTE:

LIC. BORIS IRAHETA

PROCESO DE GRADO 2021

CIUDAD UNIVERSITARIA, JUNIO 2021

INDICE

DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN.....	3
ENTORNO GENERAL	3
ENTORNO SECTORIAL	4
ENTORNO COMPETITIVO	4
MERCADO	5
Público objetivo	5
Fijación de objetivo.....	5
Estrategias y Tácticas	5
CARTERA.....	6
SEGMENTACIÓN.....	6
POSICIONAMIENTO	7
MARKETING MIX	7
PLAN DE ACCIÓN.....	8
PRESUPUESTO.....	9
SUPERVISIÓN	9

DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN

ENTORNO GENERAL

KAMI Sports siendo una Escuela Deportiva Multidisciplinaria, aún no cuenta con recursos económicos estables, sin embargo se maneja un status económico promedio que nos permitirá dar inicio a la misma. En cuanto al entorno social, nos referiremos en este caso al lugar en donde en principio se dará inicio las cuales son las instalaciones de ASIA (Asociación Salvadoreña de Ingenieros y Arquitectos), la posición geográfica en la cual se encuentra ubicada no representa ningún riesgo social ni para la empresa ni para el público objetivo: nuestra marca brindará precios que sean accesibles para la clase media y alta de la zona.

Actualmente no contamos con tecnología específica para las prácticas deportivas que serán desarrolladas, sin embargo, nos valemos de la valiosa información que podemos acceder en la web verificando sus fuentes fidedignas para actualizar y brindar un producto de la mayor calidad posible a nuestros clientes, también utilizaremos redes sociales para hacer llegar nuestros servicios a mucha más población.

En nuestro país, el deporte y la salud física no son algo que forma parte de la identidad nacional por lo que los servicios que brindan espacios de recreación, educación física y deporte no son vistos como un producto de primera necesidad, desligando la actividad física y deportiva de la rama de la salud; esto por lo general hace que la población considere los costos como “sobre valorados”, siendo estos debidamente planificados y estudiados bajo el régimen científico de la salud y la pedagogía.

ENTORNO SECTORIAL

La natación y el fútbol son deportes altamente reconocidos por la población general, siendo reconocido el fútbol por la pasión que genera aún en los aficionados y la natación como una de las actividades físicas deportivas que mayor beneficio trae a la salud y la complejidad de movimientos que nos permite independiente de la edad, sexo, padecimientos, etc. Actualmente el deporte no solo se practica por salud y entretenimiento sino también como un complemento de moda. Entonces, una escuela deportiva multidisciplinaria que ofrece servicios de práctica de fútbol y natación, no solventa solamente necesidades de salud y recreación sino también de tendencia y estilo.

ENTORNO COMPETITIVO

Nombre de Competidor	Servicio	Precio Mensual	Metodología	Puntos Fuertes	Puntos Débiles
Aqua Center	Matronatación Natación Aqua Fitness	Desde \$34 + inscripción	Una hora de estimulación temprana, enseñanza o acondicionamiento físico en el medio acuático	Piscinas Climatizadas Piscinas Techadas Acceso multisucursal	Precios inaccesibles para la mayor parte de la población
Body Impact	Clase de entrenamiento dirigido	Desde \$100+ inscripción + mantenimiento	Clases variadas con el objetivo de la reducción de masa grasa y/o aumento de la masa muscular y fortalecimiento de habilidades motrices básicas	Limpieza y exclusividad Acceso multisucursal Consulta nutricional	Precios inaccesibles para la mayor parte de la población
Genius Baby Center	Matronatación Natación Actividad Física Nivel Inicial	Desde \$45+inscripción	30-45 minutos de estimulación temprana desde los 6 meses, y clases de natación para niños de 4 a 10 años	Atención personalizada	Poco producto en relación al precio, piscinas no climatizadas Piscina no pedagógica Limpieza

MERCADO

Público objetivo

Los padres y madres de familia entre 30 y 45 años de edad residentes en la Escalón y sus alrededores que tengan una atracción al deporte del fútbol y busquen que sus hijos se diviertan y aprendan a jugarlo en su tiempo libre, así mismo de padres y madres de familia que buscan que sus hijos aprendan a nadar como un método de seguridad en su vida.

Fijación de objetivo

Corto plazo

- Inaugurar la primera sede de KAMI SPORTS ubicada en las instalaciones de ASIA en la Colonia Escalón. Largo plazo
- Incrementar el número de sedes y servicios a nivel departamental.

Estrategias y Tácticas

Debilidad	Fortaleza
Proyecto nuevo que no es reconocido	Profesionales a cargo con experiencia

E1 La primera clase será una prueba para que los padres de familia vean el trabajo de los profesionales y se sientan en más confianza para cancelar la matrícula y mensualidades.

Debilidad	Fortaleza
Tener en número mínimo de alumnos para dar inicio	Descuento permanente del %20 para socios de ASIA.

E2 Descuento permanente del %20 en las mensualidades para los socios de ASIA.

Debilidad	Fortaleza
horarios inflexibles	Seguridad

E3 Brindaremos un carnet a los padres de familia para llevar un mejor control de pagos y asimismo de seguridad al ingresar a las instalaciones.

CARTERA

Se dará la opción de participar en las 2 disciplinas siempre y cuando se cumplan 2 meses de sesiones por alumno.

Ofreceremos uniformes de entrenamiento en el área de fútbol y natación para que los niños y niñas se sientan identificados con la academia.

Realización de rifas en donde se darán implementos deportivos y mes gratis como premios.

SEGMENTACIÓN

Kami sports se encuentra segmentado de la siguiente manera,

Comportamiento: enfocado abiertamente a las sesiones de fútbol o natación tomando en cuenta a los socios de ASIA con mayores beneficios en su mensualidad con ello estructurar y darle hábitos de sano esparcimiento para niños y jóvenes.

Ubicación: 75 Av norte, #632, Col. Escalón, San Salvador, El Salvador.

Demografía: Entre las edades a trabajar en las sesiones tanto en fútbol como natación, será dirigido a niños y niñas entre los 6 años hasta los 14 años población de un nivel socio-económico medio, medio-alto y alto.

Pictografía: En perspectiva tanto los socios de ASIA como las personas que no son afiliadas tendrán un espacio en el cual pueden darle sano esparcimiento a sus hijos tomando en cuenta la seguridad, entre otros beneficios, buscando la comodidad que se relaciona ante una práctica segura y divertida para ellos.

POSICIONAMIENTO

Kami sports se caracteriza por su servicio de calidad y al alcance de sus clientes, se cuenta con instalaciones de fácil acceso, seguridad garantizada, sesiones muy personalizadas, precios accesibles, descuentos que los asociados pueden obtener eso nos posiciona como una marca que tiene mucha garantía de una gran experiencia de aprendizaje, mediante las clases lúdicas a niños y jóvenes, convenciéndoles que la marca tiene relevancia en el ámbito deportivo.

MARKETING MIX

Producto: prestamos servicios deportivos hacia niños y jóvenes esto nos predispone a que tengan una actividad deportiva, garantizando que sea una experiencia muy buena al finalizar cada sesión, tomando en cuenta los factores socio afectivos tales como su familia, una atención personalizada permite que la comunicación sea efectiva, para una mayor calidad en la enseñanza-aprendizaje.

Precio: El costo de prestación de servicios de la marca **Kami sports** es \$10.00 dólares de matrícula cada 6 meses y \$35.00 dólares mensualidad.

Plaza: varias vías o canales hasta la llegada del consumidor de la marca Kami sports son primordialmente las instalaciones de ASIA donde ellos nos brindan las instalaciones tanto en fútbol como natación, promoción de los servicios deportivos, pago de la mensualidad de los interesados, seguridad garantizada para el acceso de los niños y jóvenes, brindando las sesiones en los días estipulados para la práctica deportiva.

Promoción: desarrollando y observando los puntos de afluencia de personas para brindar pequeñas hojas volantes, redes sociales de paga para que crezca la marca mediante un community manager o manejando el recurso humano disponible banners o publicidad pagada a

alguna empresa para generar la confianza en los posibles clientes en vallas publicitarias con frases cortas motivacionales.

PLAN DE ACCIÓN

Comunicación: Utilizaremos varias estrategias publicitarias enfocadas de la siguiente manera:

- Redes sociales (Facebook, Instagram)
- Volantes informativos sobre la marca
- Vallas publicitarias
- Editar videos e información anexa a las redes sociales
- Promocionar inscripciones en centros comerciales
- Promoción en radios y medios televisivos
- lograr acuerdos con patrocinadores para la marca.

Acciones sobre productos: Desarrollamos la marca de acuerdo a estos puntos:

- Entrevistas a los profesionales encargados de desarrollar las sesiones, promocionarlo en redes sociales
- Editar videos para las redes
- Eslogan de marca
- Volantes informativos en zonas específicas
- Vallas publicitarias con información y eslogan de la marca
- Promocionar en canales nacionales y radiales.

Acciones sobre precios: Tomaremos en cuenta los siguientes descuentos y promociones:

- Descuento del 20% de la mensualidad para los afiliados a ASIA, con hasta segundo grado de consanguinidad.
- Padres o responsables que se presenten con la hoja volante de la marca, obtendrá un 10% de descuento.

Ventas y distribución: Los procesos de cambios a la prestación de los servicios deportivos en promoción podría valorarse el hecho de incluir más edades, aperturando

también modalidades competitivas o de carácter de torneo como se ha caracterizado el fútbol, girando la promoción de distintas modalidades a implementar.

PRESUPUESTO

Producto	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Hojas volantes	100	\$0.30	\$30.00
Banner	2	\$18.00	\$36.00
Tarjeta de Presentación	100	\$0.10	\$10.00
Gasolina	15 días	\$1.33	\$19.95
Publicidad de Facebook	5 meses (Paquete básico)	\$5.00	\$25.00
Publicidad de Instagram	5 meses	\$5.00	\$25.00
Fotografía y video Profesional	1 sesión	\$50.00	\$50.00

SUPERVISIÓN

KPI's de monitoreo interno

Cada 6 meses se realizará un inventario general.

KPI's de marketing

Se valorará un mejoramiento de las suscripciones en redes sociales después de 5 meses.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESPECIALIDAD EDUCACIÓN FÍSICA, DEPORTES Y
RECREACIÓN.

ANÁLISIS DE RESULTADOS ENCUESTA CALIDAD DE SERVICIOS

Estudiantes:

Pacas Aparicio, Violeta Betsabé PA15010

Rodríguez Bonilla, José Amílcar RB12031

Tejada Medrano, Kilmar Wilfredo TM16013

Docente: Lic. Boris Evert Iraheta

Cátedra: Proceso de Grado – Diplomado en
Administración y Gestión Deportiva

Ciudad Universitaria, 13 de agosto de 202

I. INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA.

Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar (Questionpro, 2021).

En este caso la encuesta es de carácter cuantitativo, con la finalidad de realizar un diagnóstico ubicando la realidad actual de Kami Sport, constatar el nivel de satisfacción de la población al que se le presta los servicios. De esta manera obtener la debida información de los clientes de dicho lugar donde préstamos nuestros servicios deportivos profesionales.

La muestra está conformada por 8 personas quienes forman parte del Colegio San Francisco, brindaran su opinión sobre la atención al cliente que se les desarrolla cada sesión, remarcando la importancia de esta investigación consultando la opinión mediante el instrumento de medición generado para dicha medición.

Esta técnica abordará la investigación exploratoria y descriptiva, adecuado a la realidad del objeto de estudio, desde el punto de vista deportivo-profesional, situando las opiniones de los clientes como primer punto de partido para llevar acabo nuestro estudio, y darles la claridad a los resultados.

Para aplicar la técnica mencionada se emplea un cuestionario su diseño basado en preguntas concretas referentes a el objeto de estudio en curso que, una vez creados y validados mediante la plataforma google forms, se procedió a la toma de datos e información a los clientes en el lugar indicado.

El tiempo para toma de información mediante las encuestas duro aproximadamente unos 30-40 minutos, donde se le indico a las personas todo lo relacionado al formulario, resolviendo cada duda generada. El instrumento se aplicó a todo el cliente que obtiene los servicios de forma permanente.

Realizadas las encuestas todo el instrumento es analizado estadísticamente con los datos obtenidos de cada cliente que se le brinda el servicio deportivo, consecuentemente su estructuración y redatarlo conforme al informe de resultados.

II. FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

Universo de referencia:

15 personas afiliadas a Kami Sport, ya con más de tres años de pertenecer a los servicios, entre ellos clientes, administradores, entrenadores, asociados, patrocinadores generando el apoyo necesario para el adecuado funcionamiento de los distintos programas especializados en natación.

Muestra:

8 personas inscritas en Kami Sport al actual plan 2021, donde su periodo de afiliación al presente programa inicio en febrero, por lo tanto, están aptos para poder desenvolverse en este año.

Sector de servicios brindados	
Natación	8

Ámbito geográfico: San Salvador, El Salvador

Instrumento de recogida de la información: Un cuestionario, enfocado en la atención al cliente y su satisfacción ante nuestros servicios.

Procedimiento de recogida de la información: Formulario de google

Margen de error: $\pm 5\%$

Grado de fiabilidad: 95,5%

Variación poblacional: $p = q = 50\%$

Tipo de muestreo: Intencionado no probabilístico, ya que los hemos seleccionado según nuestro criterio.

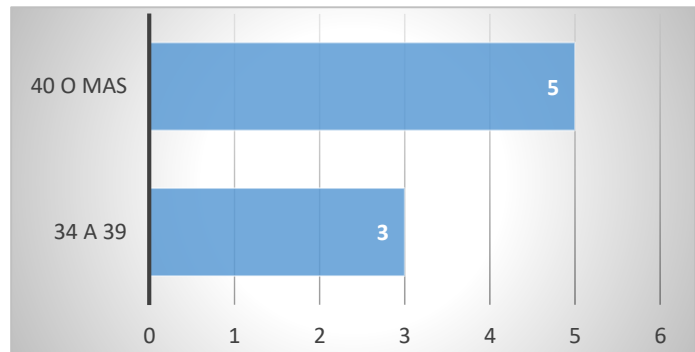
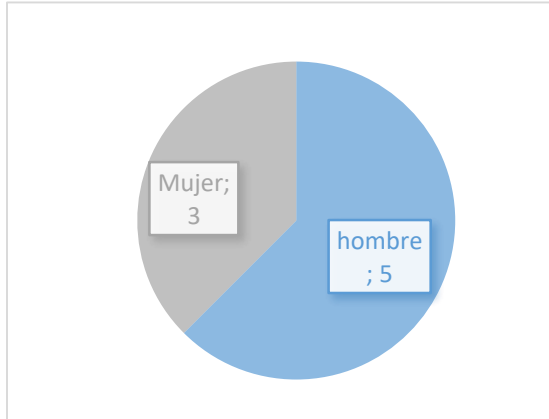
III. OBJETIVOS

- Obtener datos de las distintas encuestas con el fin de analizarlos detenidamente para llevarnos a la realidad actual de nuestros servicios.
- Crear una base de datos firme, si es necesario el reajuste de algunas situaciones del servicio solventarlo lo más rápido posible.
- Tener los datos estadísticos para su interpretación de nuestro servicio hacia el cliente.
- Plantear nuevas condiciones siempre buscando la innovación como primer estandarte.
- Proporcionar los datos esperados para la investigación, de manera segura y fiable, buscando la calidad necesaria de nuestra institución a la que representamos.

IV. GRÁFICOS E INTERPRETACIÓN

A continuación, presentamos los gráficos obtenidos a partir de las respuestas dadas por los encuestados, cada una con su respectiva interpretación para una mayor comprensión de los datos recopilados:

DATOS GENERALES DE LOS ENCUESTADOS



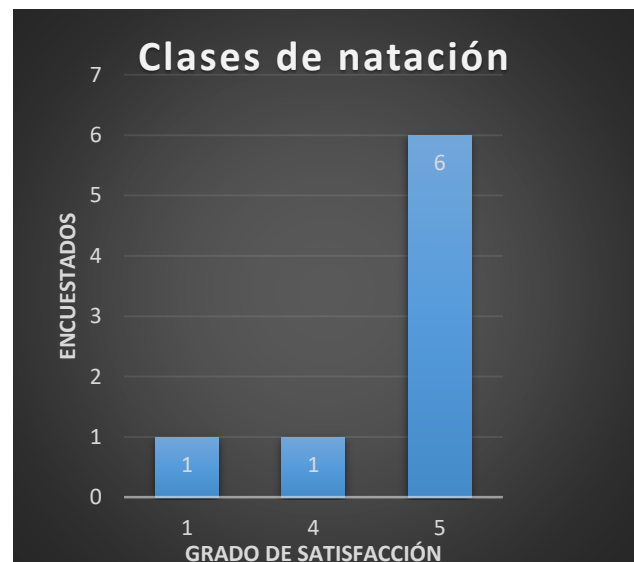
En esta gráfica se presenta la muestra a analizar que consta de un total de ocho personas, cinco personas pertenecientes al sexo masculino y tres al sexo femenino, en donde el 62.5% de la muestra son del grupo etario de 40 años a más y el 37.5% son del grupo etario de 34 a 39 años de edad.

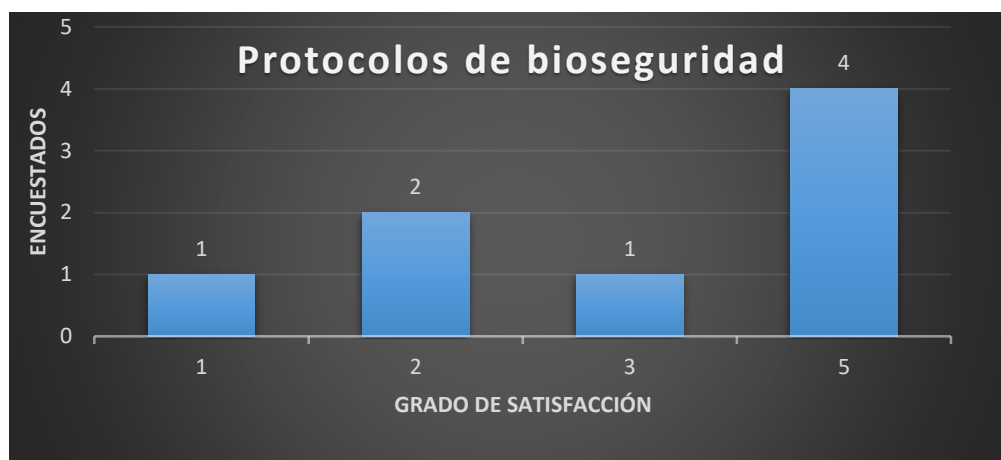
SECCIÓN I - ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

Siendo: 1 Muy insatisfecho, 2 Insatisfecho, 3 indiferente, 4 Satisfecho y 5 Muy Satisfecho

1.1 Clases de Natación.

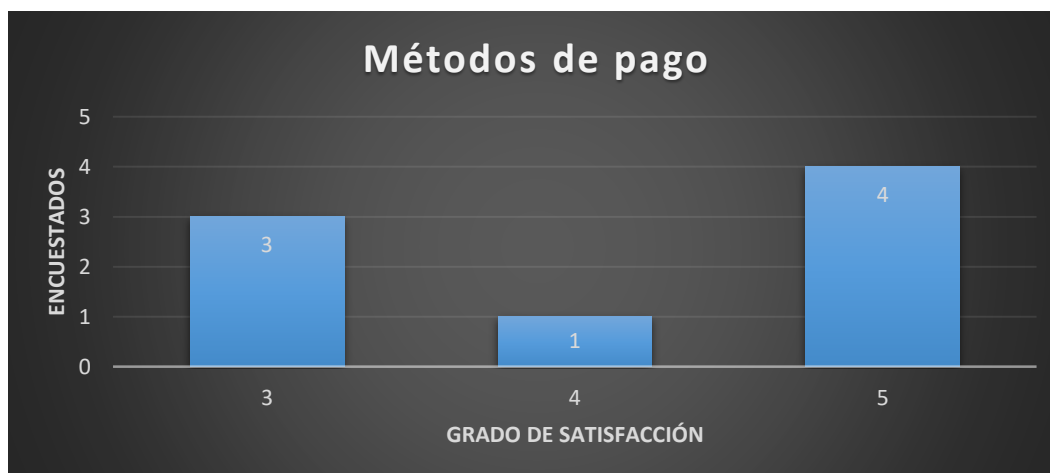
La gráfica representa el grado de satisfacción que posee el cliente con respecto a la calidad de las clases de natación. El 75% de la población encuestada manifestó estar muy satisfecho con el servicio brindado, por otro lado 12.5% se siente satisfecho con el mismo, mientras que el otro 12.5% está insatisfecho.





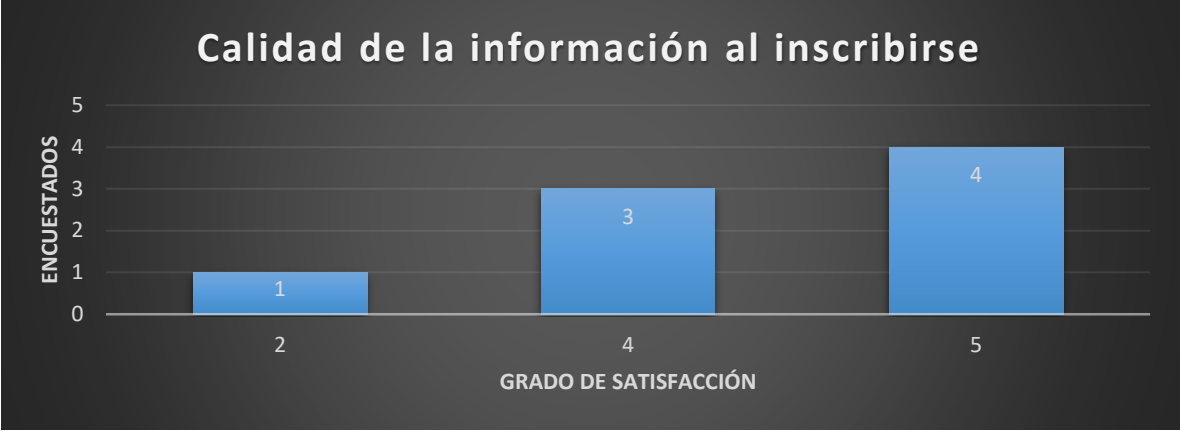
1.2. Protocolos de bioseguridad

En la presente gráfica se da a conocer el grado de satisfacción en los protocolos de bioseguridad en las clases de natación percibidos por los usuarios, donde el 50% de los encuestados se sienten muy satisfechos, un 12.5% le es indiferente, no obstante, el 25% muestran insatisfacción y un 12.5% manifestó estar muy insatisfechos.



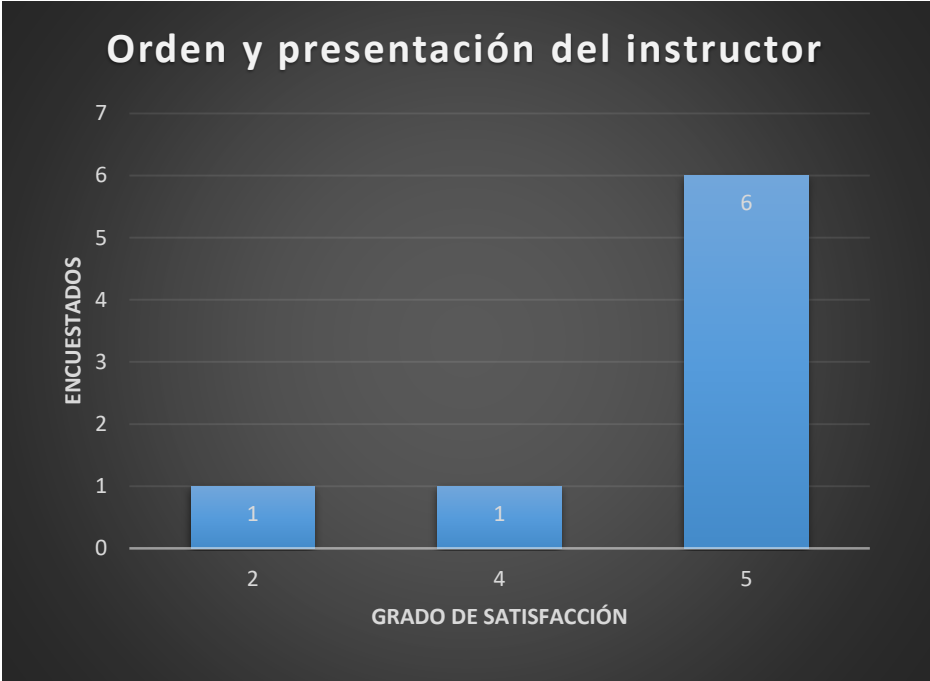
1.3. Métodos de Pago

Con respecto a los métodos de pago, los encuestados manifestaron lo siguiente: el 50% se siente muy satisfecho con los métodos establecidos, otro 37.5% de esta población sugiere que esta situación le es indiferente y un 12.5% representa satisfacción al respecto.



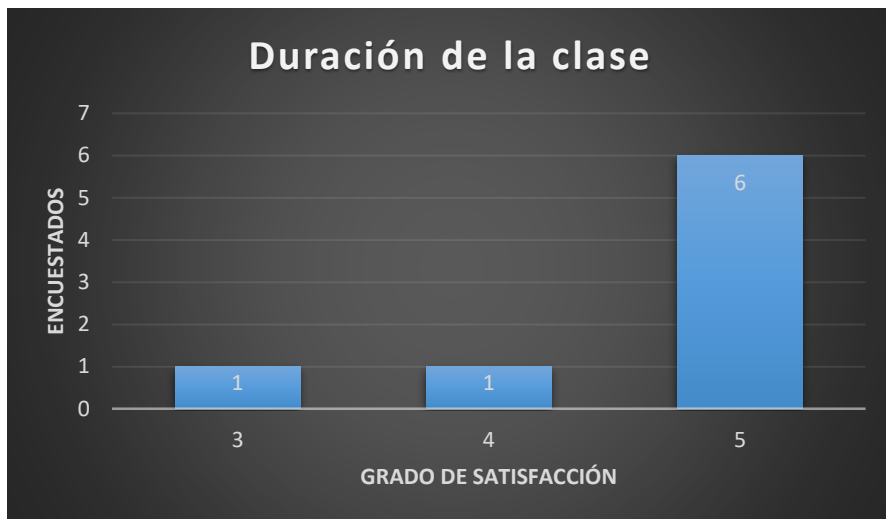
1.4. Calidad de la información al inscribirse

Los encuestados también fueron cuestionados con respecto al grado de satisfacción en cuanto a la calidad de información que recibieron por parte del equipo al momento de su inscripción para la cual ellos declararon que: un 12.5% de esta población se calificó como insatisfecho con la información, otro 37.5% considera sentirse satisfecho con ese aspecto, y un 50% se profesa muy satisfecho.



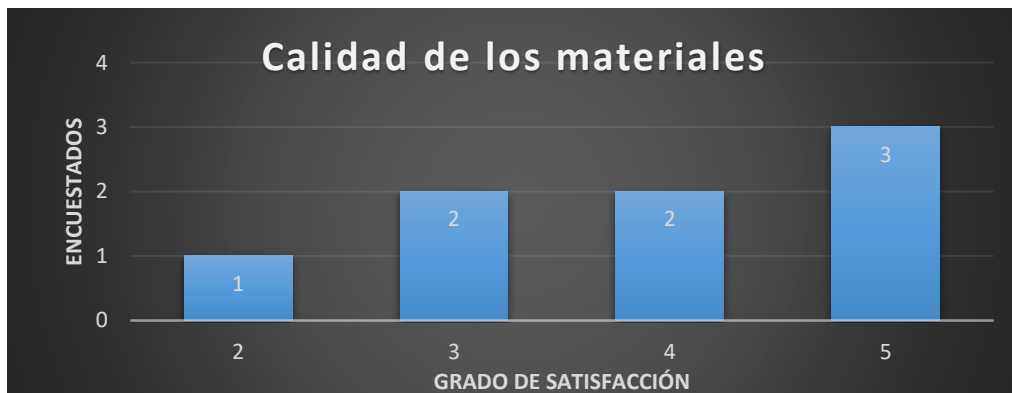
1.5. Orden y presentación del instructor

En los presentes datos se presentan el grado de satisfacción del orden y presentación del instructor, donde un 75% de la muestra está muy satisfecha, mientras que un 12.5% manifiesta estar satisfecha y otro 12.5% por el contrario ha dicho que están insatisfechos.



1.6. Duración de la Clase

Se solicitó la calificación perteneciente a su satisfacción en cuanto a la duración de las clases para lo que los encuestados dijeron que: 12.5% se muestra indiferente al respecto, el otro 12.5% satisfecho y finalmente un 75%, lo que corresponde a más de la mitad de la población en cuestión ostentó encontrarse muy satisfecho.

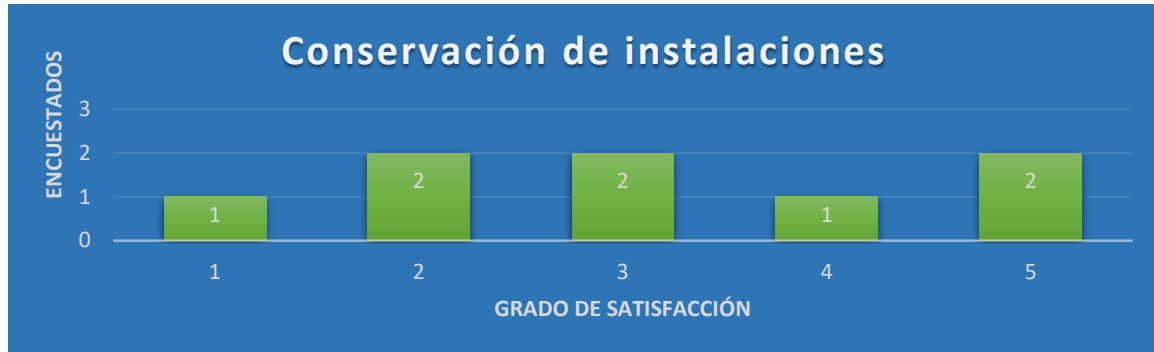


1.7. Calidad de los materiales

Dentro de esta gráfica está el porcentaje de satisfacción de los clientes con respecto a la calidad de los materiales, en donde el 37.5% de los encuestados están muy satisfecho, un 25% dicen estar satisfechos, mientras que el otro 25% le es indiferente y solo un 12.5% manifestó estar insatisfechos.

SECCIÓN II - INSTALACIONES DEPORTIVAS

Siendo 1 Muy insatisfecho, 2 Insatisfecho, 3 no puedo opinar, 4 Satisfecho y 5 Muy Satisfecho



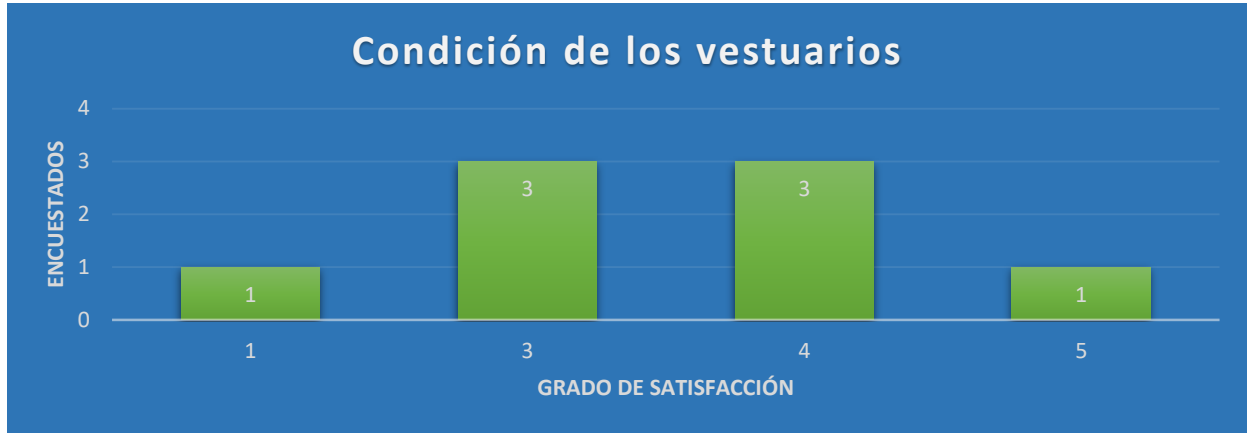
2.1 Conservación de Instalaciones

Solicitamos a los encuestados declarar su nivel de satisfacción en relación a las instalaciones, para ellos sustentaron que: un 37.5% se encuentra muy insatisfecho, 25% insatisfecho, otro 25% le es indiferente, solo a un 12.5% le parece satisfactorio, y otro 25% considera que la conservación de instalaciones le es muy satisfecho



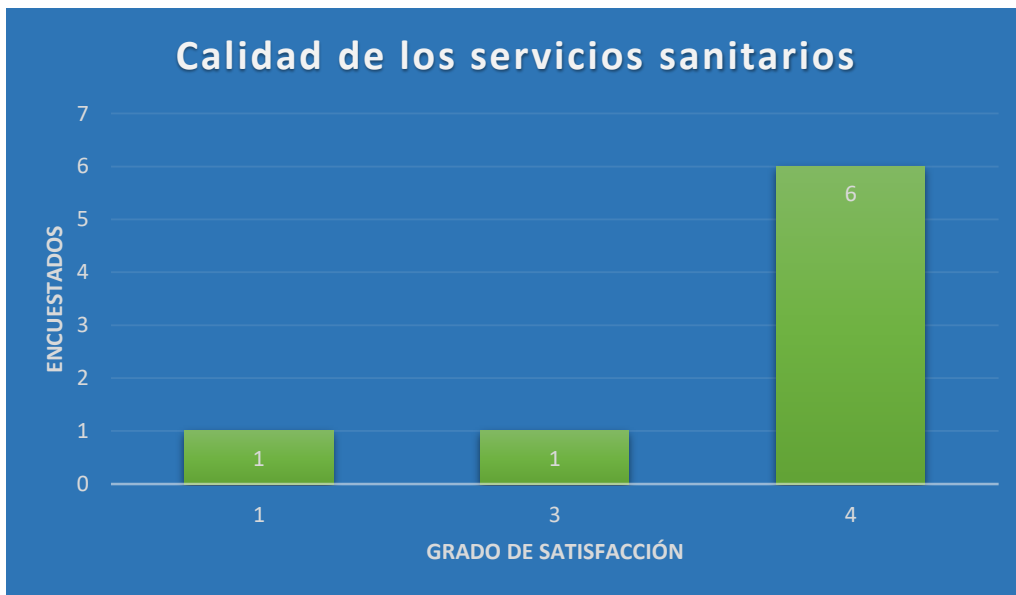
2.2. Orden y limpieza

En la presente gráfica está el porcentaje de satisfacción con respecto al orden y limpieza de las instalaciones deportivas, en el cual un 25% manifestó encontrarse muy satisfecho, un 37.5% dijeron estar satisfechos, mientras que otro 25% están insatisfechos y un 12.5% están muy insatisfechos.



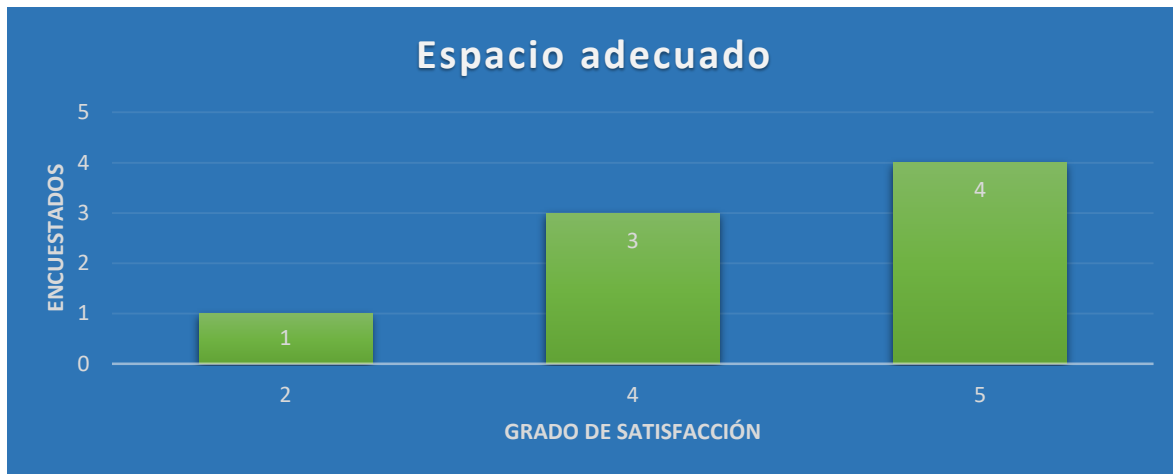
2.3 Condición de los vestuarios

La población encuestada expuso la siguiente calificación según su experiencia, dentro de las instalaciones, para ello manifestaron que: un 12.5% se encuentra muy insatisfecho al respecto, un 37.5% le es indiferente o no puede opinar, otro 37.5% considera estar satisfecho y solamente un 12.5% exteriorizó gran conformidad sugiriendo que se encuentra muy satisfecho



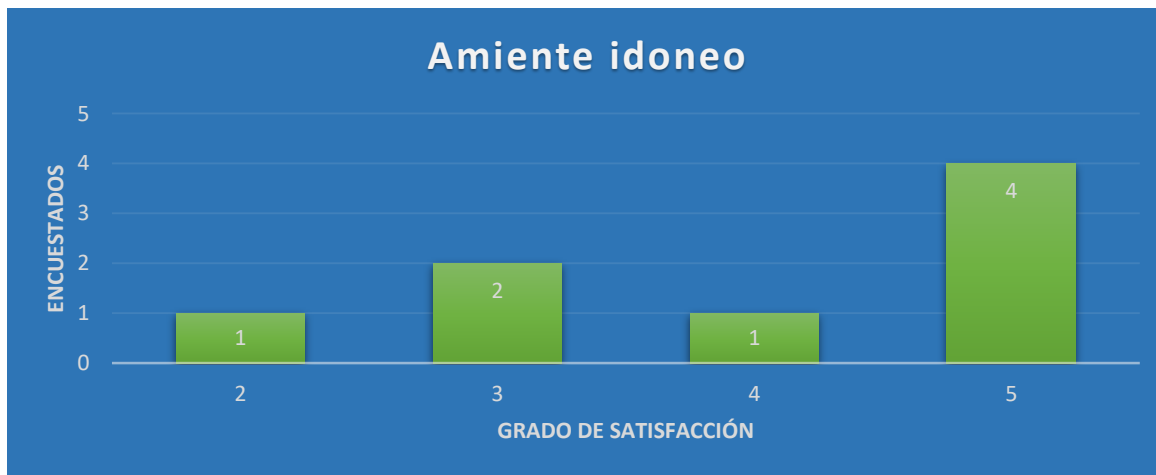
2.4. Calidad de los servicios sanitarios.

En esta gráfica que a continuación se presenta se encuentra el porcentaje de satisfacción de la calidad de los servicios sanitarios de las instalaciones deportivas, en el cual un 75% de la muestra ha dicho que está satisfecho y un 12.5% le es indiferente, mientras que otro 12.5% se encuentra muy insatisfecho.



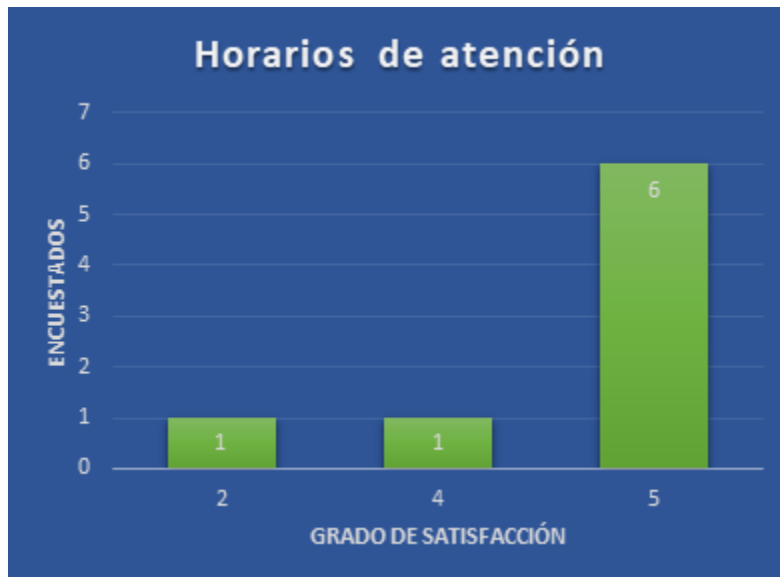
2.5 Espacio Adecuado

Del total de encuestados para conocer su grado de satisfacción en cuanto si consideran que las clases de natación de imparten en un espacio adecuado para ellos o sus hijos, ellos respondieron que: un 50% reveló estar muy satisfecho y considera que el espacio si es el pertinente para la realización de las clases de natación, por otro lado, un 37.5% considera sentirse satisfecho con la idoneidad del espacio, mientras que solo un 12.5% manifestó insatisfacción con ello.



2.6. Ambiente idóneo

En esta representación gráfica está el porcentaje de satisfacción sobre el tema de ambiente idóneo de la instalación deportiva, en el cual se puede observar un 50% de los encuestados dicen están muy satisfechos, un 12.5% se muestra satisfecho a un 25% le es indiferente y a un 12.5% está insatisfecho.



2.6 Horarios de Atención

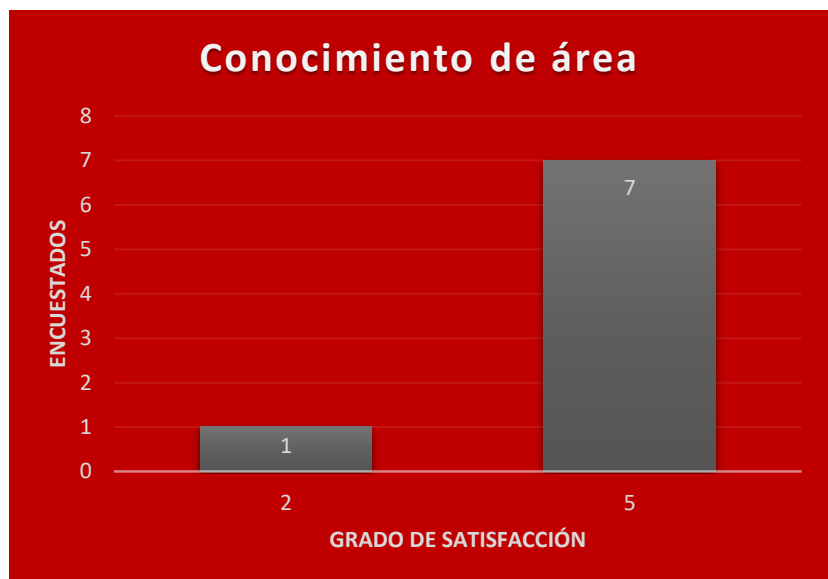
La gráfica nos muestra que existe un gran nivel de aceptación para nuestra población en relación a los horarios de atención establecidos, siendo que el 75% se encuentra muy satisfecho, un 12.5% satisfecho y tan solo un 12.5% insatisfecho.

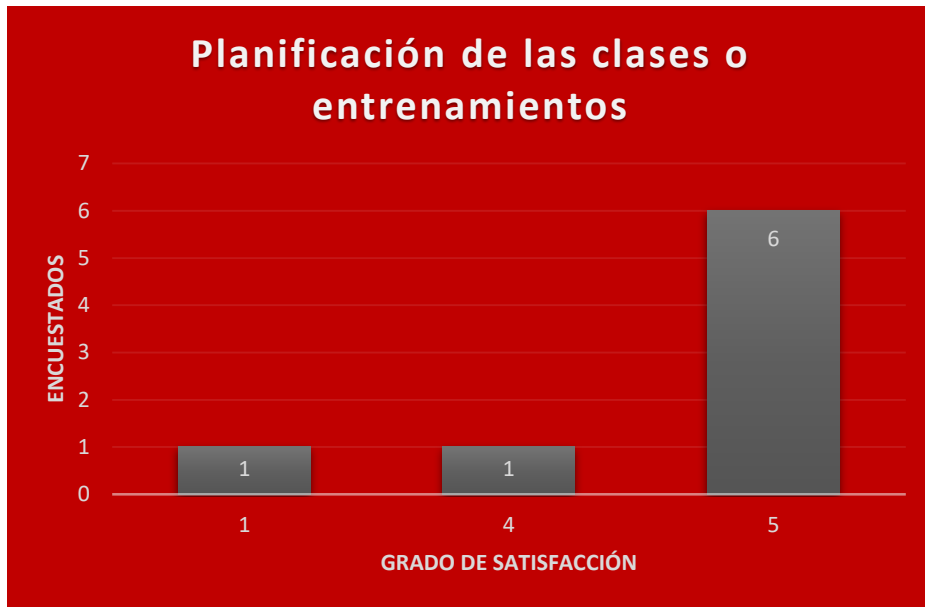
SECCIÓN III - PERSONAL TÉCNICO

Siendo: 1 Muy insatisfecho, 2 Insatisfecho, 3 no puedo opinar, 4 Satisfecho y 5 Muy Satisfecho.

3.1 Conocimiento del área

Del 100% de la población encuestada, un 87.5% declara sentirse altamente satisfechos con respecto al conocimiento que el instructor manifiesta al momento de impartir la clase, solamente un 12.5% sugiere que los conocimientos en el área son deficientes, declarándose como insatisfecho en el área.





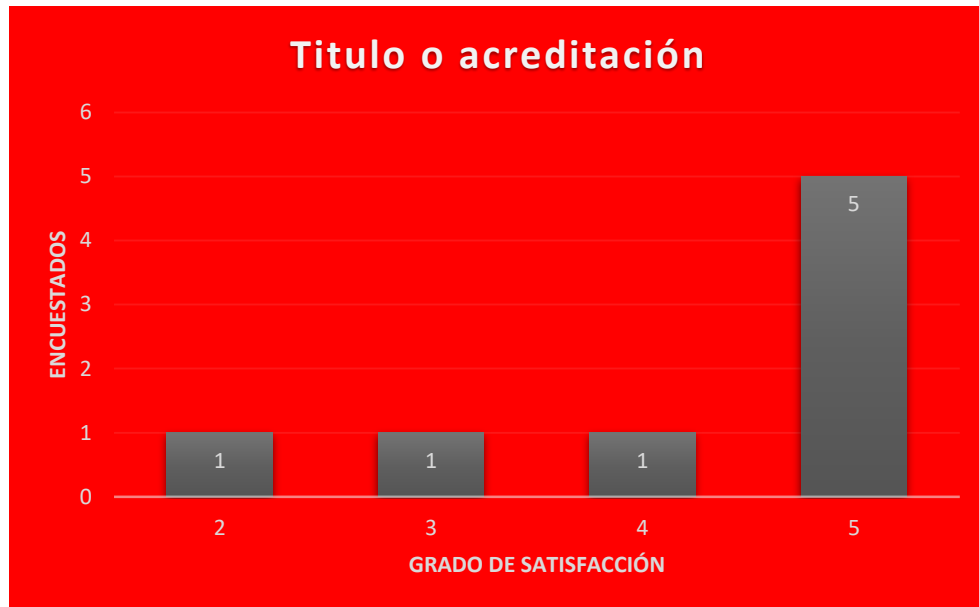
3.2. Planificación de la clase o entrenamiento

En la presente gráfica se muestra el porcentaje de satisfacción concerniente al tema de planificación de la clase o entrenamiento, en el cual un 75% de los encuestados mostraron estar muy satisfechos, un 12.5% está satisfecho, mientras que otro 12.5% dice estar muy insatisfecho.



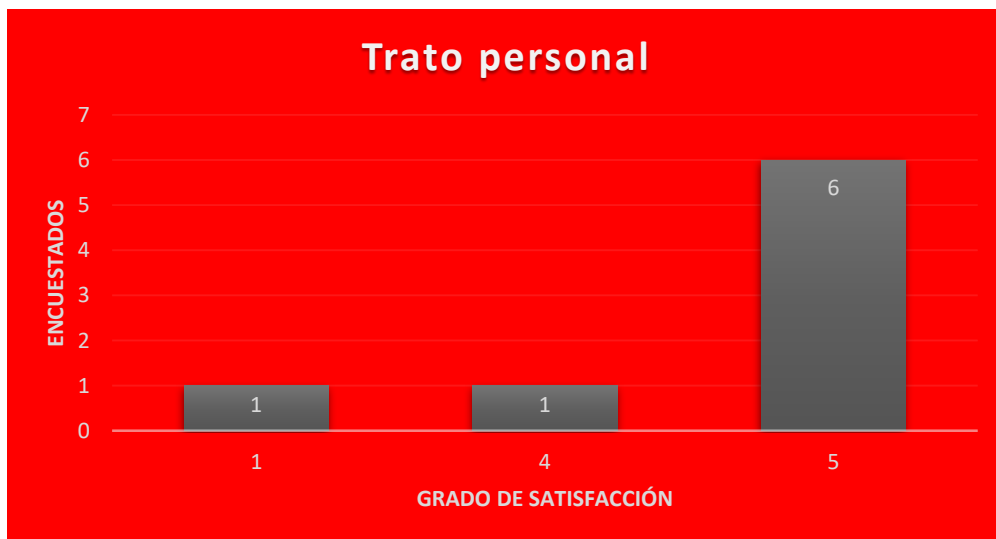
3.3 Dominio técnico del deporte o actividad física

En cuanto al dominio técnico del deporte por parte del instructor a cargo, los encuestados se encuentran muy satisfechos, mostrándose así el 87.5% con esta calificación para el instructor, sin embargo, un 13.5% presentó descontento, muy insatisfecho.



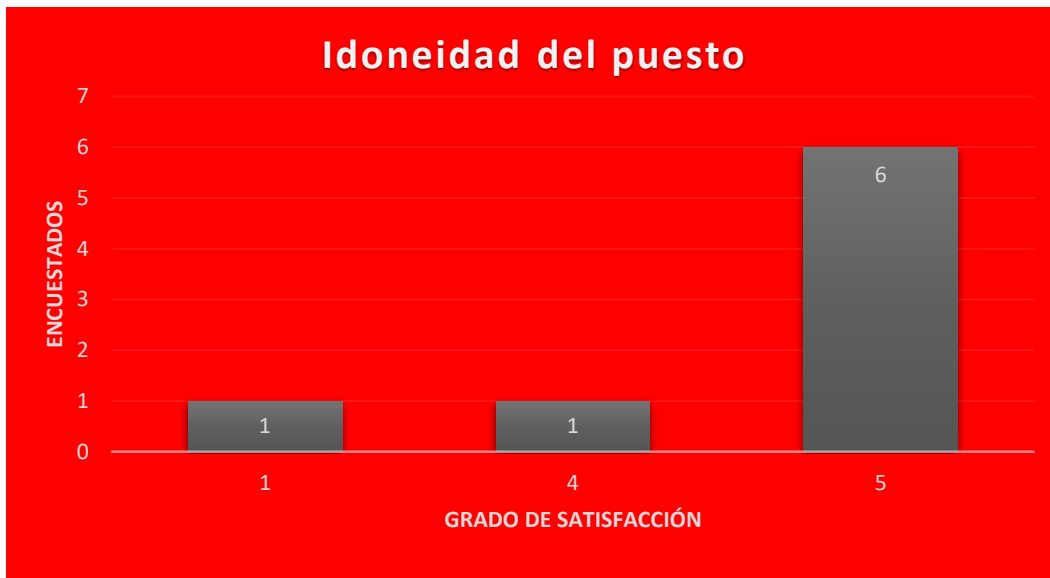
3.4. Título o acreditación.

En esta gráfica está representado el porcentaje de satisfacción sobre el tema de título o acreditación del personal técnico, donde el 62.5% manifiesta estar muy satisfecho, un 12.5% está satisfecho, mientras que otro 12.5% le es indiferente y otro 12.5% dijo estar insatisfecho.



3.5 Trato Personal

Se le solicitó a la población muestra exteriorizar su opinión sobre el trato que le ofrecía el personal que labora en nuestra empresa para lo cual un 75% sugirió que el trato es excelente, calificando su percepción como muy satisfecho, un 12.5% se mostró satisfecho, empero otro 12.5% considera que aún hay mucho por trabajar en el área, mostrándose muy insatisfecho.



3.6. Idoneidad del puesto.

Dentro de esta gráfica está el porcentaje de satisfacción con respecto al tema de Idoneidad de puesto en el personal técnico, en donde el 75% de los encuestados muestran estar muy satisfechos, un 12.5% dicen estar satisfechos y el otro 12.5% dijo estar muy insatisfechos.



3.7 Puntualidad

Finalmente, se les invitó a los encuestados a dar su opinión sobre su nivel de satisfacción en cuanto a la responsabilidad de puntualidad del instructor de la clase; un 75% de la población muestra se encuentra muy satisfecha con la puntualidad del instructor, otro 12.5% satisfecha con esta área, y solamente un 12.5% mostró mucha insatisfacción al respecto.

V. CONCLUSIONES

Cuando divisamos las distintas asimilaciones respecto a las gráficas encontramos, tres divisiones convergentes en el mismo sentido de atención al cliente, con ello se encuentra así:

Sección I: Administración y servicios

Sección II: Instalaciones deportivas

Sección III: Personal técnico

En cuanto, a la sección número uno las disposiciones de ella en ello resultan ser muy satisfechas con una media del 60 a 70% manteniendo así un buen servicio al cliente teniendo como ventaja las buenas condiciones para los clientes, creando las condiciones favorables de crecimiento.

Tenemos la sección número dos, con ello se mantiene un servicio con totalidades de satisfacción ante el servicio, solo tomando algunas situaciones aisladas respecto a la infraestructura y espacios para el desarrollo de la actividad

En la sección número tres, el personal técnico tiene la mayor calificación ya que se presenta mayormente con un 75% de satisfacción ante el servicio brindado, abriéndonos puertas hacia un futuro prometedor en relación a las metodologías o sesiones de entrenamiento.

SUSANA PANAMEÑO

PRIMERA BOXEADORA
PROFESIONAL DE EL
SALVADOR



PRESENTADO POR:

RODRÍGUEZ BONILLA, JOSÉ AMILCAR RB12031

PACAS APARICIO, VIOLETA BETSABÉ PA15010

TEJADA MEDRANO, KILMAR WILFREDO TM16013

**PLAN DE
PATROCINIO**

IDEA FUNDAMENTAL

Acudir a distintas organizaciones expertos, proveedoras de servicio y productos que logren favorecer y contribuir a Susana Panameño, atleta de Boxing Pride Gym, en sus ocupaciones deportivas y la masificación del Boxeo, y ser aliados estratégicos en el desarrollo integral de los atletas nuevos talentos del deporte.

Buscamos de forma primordial encontrar beneficios que contribuyan a la optimización del material por parte de Boxing Pride Gym sacando el máximo provecho de empresas que se encuentren a la disposición de apoyar a la atleta ya sea en eventos, o su preparación física; esto con el propósito de lograr que las marcas de nuestros patrocinadores puedan tener mayor acercamiento a las masas y reconocimiento más amplio a nivel nacional e internacional en la diversidad de los productos que estos ofrezcan.

De la misma forma Boxing Pride Gym asumirá el compromiso de aportar de forma recíproca a nuestros patrocinadores brindando espacios de visibilidad que sean beneficiosos para su publicidad comercial (menciones en los medios, marca en uniforme deportivo de competencia y presentación, marca en podio de premios, etc.) esto a entregarse al patrocinador de acuerdo al convenio que se llegue por ambas partes.

Es necesario que los compromisos por parte de la marca sean con la mayor frecuencia posible ya que de esta manera ambas partes de verán beneficiados, a mayor tiempo e inversión de la marca hacia la Atleta mayor posibilidad de aumentar vistas publicitarias y obtención de recursos para Boxing Pride Gym como representante de Susana Panameño.

DIRECCIÓN DEL PROYECTO

Boxing Pride Gym es una institución que se fundó en el año 2009 por Lic. Dagoberto Pereira con el objetivo principal de forjar el próximo referente de las artes marciales en El Salvador y con ello nace también el proyecto de representar a Boxeadores nacionales con la intención de crecer juntos, en esta ocasión Pride Gym representa a **SUSANA PANAMEÑO** quien es la primera boxeadora profesional de El Salvador, con tan solo 27 años de edad ya escucha su nombre en diversos medios deportivos y además entró a los libros de historia del deporte nacional como la primera mujer salvadoreña en pelear en el boxeo profesional, según la asociación salvadoreña de boxeo profesional y en su primera aparición logró una victoria ante la nicaragüense Junieth Ortega en las 108 libras.

A continuación, presentamos los palmares más destacados de Susana Panameño.

AÑO/COMPETENCIA	TÍTULO/ DESCRIPCIÓN
2018	Campeona Nacional de Boxeo
2018/ Torneo Interfacultades de Boxeo	Campeona
2019/ Primer pelea profesional	Ganada por KOs (nocaut)
2021/ Segunda pelea Profesional	Ganada por KOs (nocaut)

PORQUÉ APOYAR A SUSANA PANAMEÑO

Consideramos que Susana Panameño ha demostrado en tan poco tiempo sus capacidades en el Boxeo profesional y esto solamente comienza ya que la disciplina, el compromiso, la lucha frente a cualquier adversidad y el carácter con el cual se identifica llegara aún más lejos y es necesario que ella cuente con los implementos adecuados y en muy buen estado para poder desarrollarse mejor en el boxeo.

Queremos demostrar a la sociedad salvadoreña que las jóvenes como Susana son el futuro prometedor que tanto anhelamos para nuestro país y, además, una representación digna de ser imitada por otras atletas nacionales y extranjeros.

Esta podría ser una gran oportunidad para dar a conocer a sus consumidores, que la empresa no solo está comprometida con ofrecer un servicio de calidad y excelencia si no también con el apoyo a los salvadoreños que buscan con la mayor animosidad y pasión levantar en alto el nombre de nuestro país a través del deporte, por lo tanto, brindarle apoyo a nuestra atleta demostraría el compromiso que tiene la empresa no solo con el país si no con la sociedad en general al promocionar el deporte, la actividad física, el sano esparcimiento como parte del diario vivir, y una forma natural de mantenerse sanos.

Con el patrocinio tanto a corto o largo plazo se está garantizando el desarrollo profesional en su deporte, conocemos la trayectoria de la atleta y que dará los resultados esperados creando así una excelente relación con las instituciones u empresas que deseen darle ese apoyo.

Teniendo en valoración las distintas necesidades de la atleta para realizar su práctica en su carrera deportiva tanto nacional como internacional de nuestro país surge la valoración del acompañamiento ya sea corto o largo plazo.

Como interés principal buscamos que se reitere el apoyo oportuno para los eventos pertenecientes al ciclo deportivo en el redondo nacional, al cual está sometida la atleta, este incluye fogeos nacionales e internacionales que formen parte de su planificación anual de entrenamiento del atleta en discusión.

El alcance del apoyo por parte del patrocinador queda totalmente a discusión del mismo para posibles negociaciones de ello, partiendo de las siguientes necesidades de la atleta Susana Panameño, las cuales se solventarían a través del patrocinio que el patrocinador considere pertinente

- Obtención de uniforme deportivo para competencias nacionales e internacionales
- Implementos deportivos para entrenamiento
- Implementos deportivos para competencias
- Hidratación
- Suplementación deportiva
- Campamentos de preparación deportiva
- Gastos de transporte para competencia
- Viáticos para competencias de representación nacional y/o internacional

IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE POTENCIALES PATROCINADORES

Para dar inicio al proceso nos enfocamos en identificar empresas las cuales en reiteradas ocasiones han brindado apoyo a equipos deportivos o atletas destacados.

Nuestras marcas identificadas fueron:



Es una empresa conocida por la distribución de Gas Propano, la cual en muchas ocasiones ha sido patrocinador de eventos deportivos.

BENEFICIOS

- Obtención de apoyo económico para eventos nacionales
- Obtención de apoyo económico para obtención de implementos deportivos
- Apoyo personal al atleta con insumos de su rubro comercial



Es una empresa de origen guatemalteco, su rubro es la producción y distribución de bebidas hidratantes y agua

pura, en nuestro país podemos verlos en las marcas de bebida hidratante *REVIVE* y

Agua Pura

BENEFICIOS

- Obtención de bebidas hidratantes isotónica para eventos, entrenos y competencias
- Obtención de agua embotellada para eventos, entrenos y competencias
- Apoyo económico para obtención de implementos deportivos



Marca reconocida a nivel nacional con muchos años de trayectoria en el área de distribución de material deportivo de alta calidad y fabricación de uniformes deportivos

BENEFICIOS

- Obtención de implementos deportivos para entrenamiento
- Obtención de implementos deportivos para competencia
- Obtención de uniforme deportivo de competencia
- Obtención de uniforme deportivo de presentación



Empresa reconocida a nivel nacional por la alta calidad de sus productos en bebidas alcohólicas y no alcohólicas, son la envasadora oficial de Coca-Cola en El Salvador y tienen a su cargo la reconocida marca *Powerade* reconocida mundialmente como una de las bebidas isotónicas más completas

BENEFICIOS

- Obtención de bebidas hidratantes isotónica para eventos, entrenos y competencias
- Obtención de agua embotellada para eventos, entrenos y competencias
- Apoyo económico para obtención de implementos deportivos



TEXACO

Empresa reconocida a nivel nacional e internacional, dedicada a la distribución de combustible gasolina y diésel de alta calidad.

BENEFICIOS

- Obtención de combustible para viajes deportivos nacionales y regionales
- Obtención de apoyo económico para implementos deportivos



Empresa que se dedica al rubro de distribución de material deportivo económico y de marcas internacionales, con una excelente calidad, también a la realización de uniformes deportivos.

BENEFICIOS

- Obtención de implementos deportivos para entrenamiento
- Obtención de implementos deportivos para competencia
- Obtención de uniforme deportivo de competencia
- Obtención de uniforme deportivo de presentación

CONTACTO Y CONDICIONES CON LOS PATROCINADORES

1. Las formas promocionales serán de carácter flexible, lo que permitirá la adaptación si el patrocinador así lo sugiere y elegir aquella que se adapte mejor a su naturaleza. Esto bajo el respeto de las cláusulas que se acuerden entre ambas partes
2. El proceso de contacto con los potenciales patrocinadores se realizará de la siguiente forma:
 - a. Se identificará al encargado de la publicidad, marketing o redes sociales (si lo hubiera) dentro de la empresa
 - b. Se establecerá la primera conexión por medio telefónico para hacer de su conocimiento la oferta de negocio y solicitar un medio digital al cual hacerle llegar la información precisa para dicho evento
 - c. Se enviará la información necesaria al e-mail del responsable dentro de la empresa y posteriormente se acordará una reunión la cual está puede ser virtual o presencial según lo desee el potencial patrocinador
 - d. Durante el curso de la reunión se expondrá el proyecto con detalle, los beneficios del mismo, los planes de patrocinio y toda la información que este considere pertinente
 - e. Se cerrará convenio bajo los términos y condiciones establecidos
 - f. Se ejecutará el proyecto de patrocinio
3. Mantener de forma constante actualizadas las formas de contacto y estrategias de persuasión y marketing para la obtención de nuevos y mejores patrocinios
4. Posterior a la ejecución de cada evento, realizar una evaluación que permita estudiar a detalle aquellas áreas en las que sería bueno solicitar más apoyo o modificar la forma de patrocinio según se estime conveniente, de esta forma aseguraremos un mejor y más duradero patrocinio.

PLANES DE PATROCINIO

	\$500	\$300	\$100
	1 AÑO	6 MESES	3 MESES
BENEFICIOS	TOP PREMIUM	PREMIUM	BASIC
Mención en redes sociales	X	X	X
Logo en conferencias	X	X	X
Mención de la marca en torneos nacionales	X	X	X
Mención de la marca en torneos internacionales	X		
Promoción de la marca previo a la decisión de los jueces	X	X	X
Logo en uniforme deportivo	X	X	
Logo en uniforme de presentación	X		
Uso de imagen de la atleta con fines comerciales	X		
Mención espacios radiales y/o televisivos	X		

FORMAS PROMOCIONALES

- Mención en redes sociales



- Logo en conferencias y/o ruedas de prensa



- Mención y logo de la marca en torneos nacionales



- Mención y logo de la marca en torneos Internacionales



- Promoción de la marca previo a la decisión de los jueces (a través de accesorios deportivos)



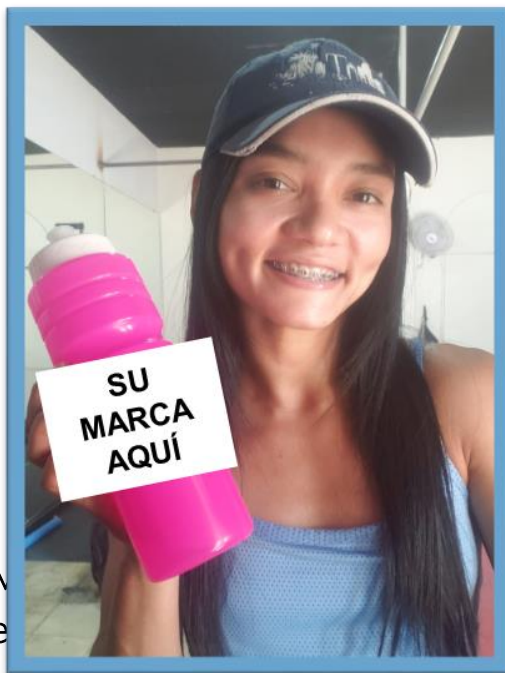
- Logo en uniforme deportivo



- Logo en uniforme de presentación



- Uso de imagen de la atleta con fines comerciales



- N
e
n
ción en espacios radiales y/o televisivos

SU
MARCA
AQUÍ

SU
MARCA
AQUÍ

