

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



TÍTULO:

PLAN DE PATROCINIO DE FUNDACION UN GOL PARA EL SALVADOR

PRESENTADO POR:

CARNÉ

Br. Julio Armides Mena Peña

(MP12070)

Br. Samuel de Jesús Ortiz Amaya

(OA16014)

**INFORME PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADA/O EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, ESPECIALIDAD
EDUCACIÓN FÍSICA, DEPOTE Y RECREACIÓN**

DOCENTE DIRECTOR

Maestro Boris Evert Iraheta

COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

Maestro Javier Vladimir Quintanilla Orellana

CIUDAD UNIVERSITARIA “DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA”, SAN

SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, JULIO 2022.

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

Maestro Roger Armando Arias Alvarado

VICE-RECTOR ACADÉMICO

Doctor Manuel de Jesus Joya

VICE-RECTOR ADMINISTRATIVO

Ingeniero Juan Rosa Quintanilla

SECRETARIA GENERAL

Ingeniero Francisco Antonio Alarcón Sandoval

FISCAL GENERAL

Licenciado Rafael Humberto Peña Marín

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

Maestro Oscar Wilman Herrera Ramos

VICE-DECANA

Maestra Sandra Lorena Benavides de Serrano

SECRETARIO

Maestro Juan Carlos Cruz Cubias

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Doctora Gloria Elizabeth Arias de Vega

COORDINADOR DE LOS PROCESOS DE GRADUACIÓN

Maestro Javier Vladimir Quintanilla Orellana

DOCENTE DIRECTOR

Maestro Boris Evert Iraheta.

INDICE

RESUMEN	4
INTRODUCCION	5
1.0 JUSTIFICACION	6
2.0 OBJETIVOS	7
2.1 General	7
2.2 Especifico	7
3.0 DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS	8
4.0 LECCIONES APRENDIDAS	9
5.0 CONCLUSIONES	10
6.0 RECOMENDACIONES	10
7.0 ANEXOS	11
7.1 MODULO I	11
7.2 MODULO II	30
7.3 MODULO III	52
7.4 MODULO IV	74
8.0 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	89

RESUMEN

Esta Investigación describe el desarrollo de un plan de marketing estratégico con la ilusión de poder ayudar a los clientes que reciben el servicio, por la cual se tuvieron que utilizar herramientas para realizar el plan de marketing en la Fundación Un Gol para El Salvador. Se implemento un diagnóstico inicial, sobre el estado de la Fundación, en los diferentes aspectos como: el equipo de trabajo, los materiales y la infraestructura con la que cuentan en el servicio que ofrecen a los clientes para sus respectivas prácticas deportivas. Esta investigación tiene énfasis en los diferentes factores donde se describe el entorno general; tomando en cuenta el análisis FODA (Fortaleza, Oportunidad, Debilidad, Amenaza), también métodos que potencien el plan de marketing, de igual manera una encuesta de control de calidad que fue presentada los clientes (niños y padres de familia) evaluando a la Fundación, estas herramientas se pusieron en práctica para implementar un diagnóstico estratégico de un plan de marketing completo. También se llevó a cabo un diagnóstico de calidad interna por medio de un cuestionario utilizando el modelo EFQM (Fundación Europa para la Gestión de la Calidad) dividido por etapas dónde se le adjudicaban porcentajes por cada una de las preguntas y al final ofrecer un resultado los cuales, permitieron la pauta para evaluar las necesidades y brindar de esta manera recomendaciones al respecto para buscar el crecimiento. Al final se desarrolló una propuesta de plan de patrocinio o estrategia deportiva para aumentar el número patrocinadores y clientes.

PALABRAS CLAVES: Patrocinador; Marketing; Plan; Propuestas; Clientes; Gestión; Diagnostico; Análisis; Resultado; Implementación; Métodos; Desarrollo.

INTRODUCCION

En el siguiente informe practico de Especialización en Gestión y Dirección Deportiva fue realizado en la Fundación Un Gol para El Salvador se mostrará el desarrollado a lo largo de la Especialización. Implementando por medio de la práctica la importancia del Marketing Deportivo, así como, el control de calidad interna y el nivel de satisfacción de los clientes de la Fundación; también la ejecución de un plan de patrocinio.

Durante la Especialización se enseñaron diferentes técnicas y herramientas que se realizaron, las cuales permitieron conocer el estado de calidad actual de la Fundación con respecto a la atención de los Clientes y la satisfacción del mismo, obteniendo datos estadísticos importantes en los resultados conseguidos.

El Futbol es una Disciplina Deportiva valiosamente importante y es utilizada para la formación en valores y de aptitudes positivas para los participantes en su desarrollo del Futbol base igualmente para toda edad, así también, es competitivo y eso permite que se muestre atractivo para muchos, tomando en cuenta la participación en una liga o formar parte de un equipo, la Fundación Un Gol para El Salvador quiere darle la oportunidad de abrir sus puertas a todos los niños y niñas que anhelan formar parte de del programa y ser beneficiados con becas a jóvenes talento.

Llama la atención hoy en día el marketing siendo fundamental para masificar la Información y orientar a las personas a buscar una marca, es por eso que utilizando el Fútbol como una atención atractiva los padres de familia buscaran una formación deportiva para sus hijos. El target de futuros clientes permite crear un plan de patrocinio para obtener resultados favorables para la suma de niños a la Fundación.

1.0 JUSTIFICACION

Al Inicio de la Especialización para la Gestión y Dirección Deportivas planteo la necesidad de adquirir conocimiento de dicha especialidad por medio de una institución que, tiene una marca establecida para abordar los distintos puntos de vista en que se ve una Empresa, Fundación, la Fundación Un Gol para El Salvador permitió conocer su metodología de trabajo y sus estrategias de marketing; Siendo esta la Guía de apoyo en el área de expansión y comunicación de la Fundación de Fútbol.

Esto resulta ser muy importante para los niños en el desarrollo de fútbol base. Es muy importante aprender y conocer las nuevas herramientas tecnológicas para el crecimiento de la Fundación.

Se tienen expectativas positivas en cuanto a la disciplina del Fútbol porque es un deporte popular en el país y a nivel mundial, es seguido por todas edades y géneros. Se manifiesta el deseo de conocer el trabajo de la Fundación Un Gol para el Salvador. Porque se espera obtener información del estado de satisfacción de los padres de familia y de los niños que son parte de la institución y de esta manera ofertar análisis y propuestas de incremento en el número de clientes.

Sabemos que hoy en día el deporte del Fútbol necesita de estrategias comerciales y de marketing que ayuden a masificar y a darle sentido de pertenencia a los beneficiados que son los clientes de la Fundación.

Ahora las redes sociales y los medios de comunicación son de mucha importancia, porque transmiten información directa y más rápido a las personas utilizando imágenes llamativas, logos que se quedan en la mente de las personas e incluso eslogos y frases que invitan a acercarse a las instituciones, crear esa sugestión en los clientes es lo que queremos implementar en el siguiente trabajo de investigación.

2.0 OBJETIVOS

2.1 General

Desarrollar una serie de actividades dentro de la Especialización para la Gestión y Dirección Deportiva por medio de la elaboración de un plan de marketing, conociendo el nivel de satisfacción de los clientes, identificando el nivel de calidad interna para luego implementar un plan de patrocinio.

2.2 Especifico

- Conocer el estado actual de marketing de la fundación Un Gol para El Salvador.
- Identificar el nivel de satisfacción de los clientes.
- Implementar el Plan de patrocinio.

3.0 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS

- Elección del lugar donde se realizarían las prácticas de Especialización para la Gestión y Dirección Deportiva.
- Realización de un Plan de Marketing considerando muchos factores claves como la misión, visión. Objetivos y valores de la Fundación.
- Observación de las instalaciones (canchas y los materiales deportivos), así como el personal que labora en la Fundación todos estos datos de recopilaron para darle forma a los objetivos del trabajo de investigación objetivos como estudiantes y ayudándonos a recopilar ideas para mejorar e impulsar cambios positivos a la fundación.
- Realización de 2 encuestas dirigidas a las personas clientes que forman parte de la Fundación Un Gol para El Salvador. (La encuesta la respondieron los padres de familia y los niños que entrenan en GOL) Esto fue realizado con el objetivo de conocer el grado de satisfacción de los clientes hacia la fundación, obteniendo resultados favorables y puntos claves para mejorar las sugerencias.
- Realización un estudio a profundidad tomando en cuenta el modelo EFQM según sus siglas Fundación Europea para la gestión de calidad interna de la Fundación, midiendo por medio de 9 criterios de evaluación, asignándoles a cada criterio puntuación y porcentajes. Con el objetivo de saber cómo se está gestionando a nivel interno la fundación.
- Se elaboró un plan de patrocinio para buscar nuevas alianzas estratégicas con nuevos patrocinadores que aporten al fútbol base y que puedan contribuir con servicios profesionales, dinero o con sus productos para fortalecer la propuesta de la gestión deportiva como parte del marketing.

4.0 LECCIONES APRENDIDAS

- Dentro del curso de Especialización se recibió la capacitación sobre cómo funcionan las marcas y la importancia que tiene el marketing en diferentes empresas.
- Llevar a la práctica estos nuevos conocimientos sobre el funcionamiento y el trabajo de una fundación, fue de un exitoso aprendizaje.
- Se aprendió la importancia de la tecnología para llevar y masificar la información de publicidad para la empresa, obteniendo nuevos usuarios para crecimiento de la cartera de clientes.
- Saber elaborar un diagnóstico mediante modelos de encuestas dirigidas a la satisfacción de los clientes, así como identificar la gestión interna de una empresa.
- Una buena lección aprendida es la elaboración de un Plan de Patrocinio y hacer las gestiones para obtener nuevas alianzas con patrocinadores que apoyen a la Fundación.

5.0 CONCLUSIONES

- La Fundación Un Gol para El Salvador tiene mucho futuro a largo plazo en la formación de niños en el Fútbol base
- El estudio realizado ayudó a identificar puntos de mejora continua y buscar alianzas con nuevos patrocinadores

6.0 RECOMENDACIONES

- Continuar sosteniendo buenas relaciones con los patrocinadores existentes y seguir buscando nuevos patrocinadores.
- Continuar con la participación en torneos de Fútbol para seguir manteniendo motivados a los niños y padres, así como aumentar el interés en otros niños para formar parte de la Fundación.

7.0 ANEXOS

7.1 MODULO I

7.1.1 Descripción de la Situación Interna

Dentro de la fundación un gol para El Salvador hay un equipo de trabajo de profesionales en el área del deporte y en comunicaciones, cuenta con 3 profesores de fútbol, licenciados en educación física deportes y recreación, el fundador de un gol para El Salvador es el destacado jugador de fútbol quien milito en diferentes equipos de la liga mayor de Fútbol, así como en la selección mayor de El Salvador. José Orlando Martínez Peña quien también es licenciado y tiene acreditaciones de la FIFA para entrenar a Milpa en el fútbol base.

Un gol para El Salvador nace de un el sueño de enseñar a los niños a jugar Fútbol, así como también la formación humana de cada Niño en valores y normas de convivencia social. El lema más fundamental es que no importara el ganar sino el aprender cada día más como parte de los pilares de enseñanzas a los niños.

Cuenta con material deportivo para todas las categorías. Y se innova en materiales según las necesidades a trabajar con los niños.

Tiene 3 espacios deportivos donde realizan los entrenamientos, en el estadio de santa tecla de las delicias, euro soccer y cancha la Bayer en Antiguo Cuscatlán.

La población de niños en la fundación es cambiante ya que ha habido algunos que desertaron por la pandemia y ahora no han retomado los entrenamientos, las inscripciones de nuevos niños se mueve bien lento ya que no hay un plan de acción de publicidad y mercadeo para lograr más niños.

No cuenta con seguros contra accidente para los niños y no hay prestaciones para los profesores como el AFP y el seguro social.

No se cuenta con un plan de entrenamiento detallado con objetivos y sesiones de clases para los niños en todos los niveles.

Hace falta más publicidad y renovación de plan estratégico de marketing para captar a más padres de familia a que inscriban a sus hijos.

Hay buenas relaciones con los patrocinadores, pero hay que buscar alianzas con patrocinadores más ligados al fútbol.

7.1.2 Entorno General

Podemos observar que la economía actual del país está en un período de reinserción debido a la fuerte crisis generada por la pandemia, todo poco a poco está regresando a la normalidad, de igual forma las academias de fútbol hace poco tiempo iniciaron sus labores, puede verse el apoyo de los padres por llevar a sus hijos aunque aún hay gente que no se ha logrado captar por motivos de publicidad o porque no conocen de la fundación, el sector donde está dirigido la fundación es de clase media alta, padres de familia que puedan pagar la mensualidad y que apoyen el deporte de formación.

Podrían crearse ofertas para captar más niños, pero eso llevaría a ampliar aún más el insumo de materiales, y económicamente la fundación no lograría salir con los gastos a te esto conlleva, ya que los ingresos son prácticamente iguales que los egresos, teniendo un margen de ganancia mínimo es allí donde hay que crear estrategias de marketing que permitan darle más innovación a la fundación y que tenga ganancias.

En el aspecto social el fútbol a lo largo de la historia a tenido un desarrollo gigantesco y quienes lo practican saben que no acabará y q he seguirá en constante cambio, lo

importante es que desde pequeños los niños inician su formación deportiva teniendo un proceso desde los 4 años de edad hasta llegar a competir en equipos de la liga mayor de fútbol o fuera del país teniendo como máximo sueño llegar a cumplir esa meta, eso es algo de lo cual hay que aprovechar y poner atención, al proceso que los niños tienen, no se tiene un conteo exacto de las escuelas de fútbol qué hay para niños en San Salvador y zonas aledañas, pero son muchísimas, y en todo El Salvador son incontables, ya que la necesidad de abrir espacios para que haya un sano esparcimiento y alejar a los niños y jóvenes de las malas prácticas es algo que solo el deporte lo puede lograr y tiene que estar en buenas manos para darle una buena dirección a lo que se pretende alcanzar con los niños, en un gol para El Salvador el proceso inicia desde los 4 años hasta los 15 años de edad donde se les va buscando un perfil de equipos a los jugadores encaminando desde su formación en el fútbol base, para luego pasar al fútbol más competitivo.

Cómo mayor logro y objetivo sería que los niños que inicien en el programa de baby fútbol el nivel 1 continúen su formación en la Fundación hasta llegar al nivel 4 y luego poder llevarlos y abrirle espacio en equipos de más competencia, hasta llegar a la mayor.

Dentro de los aspectos sociales que van a estar presentes siempre es la seguridad y en los lugares donde la fundación entrena, hay buena seguridad y no hay problemas de delincuencia, dando un respaldo a los padres para sentirse más seguros al llevar a sus hijos a las canchas.

Hay un especialista en marketing digital Raúl Ayala; quien lleva el funcionamiento de las redes sociales así también el contenido y las fotos e imágenes son tomadas y editadas por él, para luego compartirlas al público, ahora en día es importante estar en constante movimiento con las redes sociales ya que esto tiene un gran impacto por el alcance que hay en la población al hacer una publicación en Facebook, Instagram o la página web.

Hay que poner más atención a las nuevas tazas de nacimiento en San Salvador y zonas aledañas y a esos nuevos padres de familia venderles el programa de entrenamiento y formación de fútbol base de la Fundación Un Gol para El Salvador ya que ellos serán quienes darían el Aporte económico para seguir. Teniendo y desarrollándose.

En los aspectos tecnológicos de la Fundación no hay mucho material tecnológico ya que es demasiado alto el costo y para los niños en formación no es tan necesario, si se cuenta con material deportivo adecuado, también por la enfermedad por COVID-19 la fundación hizo algunos cambios y se adquirieron termómetros digitales para la temperatura, así como el aparato para el alcohol gel, la tecnología sería de mucha utilidad si se puede emplear en los entrenamientos y juegos ya que se puede captar de mejor forma la biomecánica del movimiento en los jugadores, si se quiere mejorar la técnica o así también si lo que se busca es mejorar la táctica de juego, es algo que no está empleado en ninguna de las escuelas de fútbol base en el país, hay una escuela llamada college cup que ellos tienen un sistema de cámaras áreas que captan a cada jugador y muestra una visión amplia del juego y los movimientos de los jugadores.

Alguno de los materiales como vallas y porterillas son elaboradas, artesanalmente, así como otros materiales importantes como cajas o grasas para que los niños salten también son elaboradas artesanalmente.

El fútbol es apoyado bastante a comparación de otros deportes, por las instituciones encargadas de velar por su desarrollo, la nueva gestión del gobierno de nuevas ideas es ya apostando al desarrollo del deporte con el INDES y con un nuevo programa de fútbol llamado LA LIGA donde se busca formar niños salvadoreños en el fútbol y crear alianzas con equipos españoles para luego mandar a esos niños talentos a probarse, eso sería ideal para buscar y abrir espacio a nuevos caminos y oportunidades para la fundación un gol para El Salvador, el buscar convenios con el gobierno y abrir diálogo con estas escuelas

de fútbol y proyectos que van surgiendo para darse a conocer más dentro del país y por ende tener más niños dentro de la fundación, y pensando en un futuro poder tener más sedes en otros municipios.

Otros factores externos que son importantes para ese desarrollo son los padres de familia, ellos tienen que conocer bastante bien que es lo que se está trabajando con los niños, por eso creemos que es de mucha importancia crear planes de entrenamiento que sean alcanzables y duraderos en el tiempo. También la creación de espacios de diálogo con los padres de familia para reforzarlos porque es fundamental que continúen llevando a sus hijos a los entrenamientos, la contribución de ellos a la Fundación es vital para que se continúe avanzando y cubrir los gastos y limitantes que se van presentando.

También dentro de otros factores que ayudan son los patrocinadores ahorita hay patrocinadores que ofrecen en sus productos entre alguno de ellos está Quesos Petacones, balance un salón de belleza que regala corte de cabello a los niños que mejor asisten no la tienen a los entrenamientos, Jaguar Sportic que da descuento en sus materiales deportivos, así como da regalías para que puedan ser rifadas u obsequiadas a los niños.

Creemos que alianzas con patrocinadores más ligados al deporte como canales de televisión, estaciones de radio, otras marcas deportivas o empresas privadas que quieran apoyar el fútbol de formación hay que presentarles las propuestas de marketing y hacerles ver que son importantes para la

Sociedad y para el futuro de los niños, por medio de sus contribuciones llámeseles monetarias o por especies.

7.1.3 Entorno Sectorial

La Fundación Gol en su desarrollo deportivo muestra interés en el mejoramiento integral en la disciplina deportiva del fútbol tomando en cuenta el profesionalismo de personas capacitadas en dicha área, la fundación cuenta con la implementación deportiva necesaria para la cantidad de participantes en dicha institución deportiva.

Cabe mencionar que ciertos competidores como la liga, FESA y college cup de dicha disciplina deportiva cuentan con implementaciones más sólidas, todo el apoyo necesario de insumos deportivos en grandes cantidades, cuentan con instalaciones propias y adecuadas para el desarrollo masivo del futbol, más rodaje y de la misma manera más patrocinadores.

La fundación cuenta con patrocinadores que apoyan en la compra de materiales, brindan cortes de cabello a los jugadores gratuitamente, estadías en hoteles consultas nutricionales y lo más fundamental son las becas que los niños con bajos recursos económicos reciben por parte de los patrocinios para una formación deportiva integral.

7.1.4 Entorno competitivo

La Fundación Gol cuenta con un equipo de marketing el cual maneja la publicidad de la institución, dejando así la dirección deportiva a personas conocedoras de ese rubro. Cabe mencionar que no cuenta con instalaciones propias para realizar los entrenos, deben estar en constante movimiento y eso perjudica las personas involucradas en relación a que no tienen un sentido de pertenencia que los caracterice, no es el caso de los competidores directos ellos no necesitan variar de instalaciones para realizar las practicas. Un aspecto positivo de la academia gol es que cuentan con becas deportivas gracias al convenio con patrocinadores que ayudan a padres de familia de escasos a pagar con la mensualidad. Cuentan con la dirección de José Martínez ex jugador de primera división y seleccionado

nacional, la gente reconoce la academia por el uso de su imagen, que atrae a los padres de familia a que sus hijos formen parte de la academia.

7.1.5 Mercado

En cuanto a precios la fundación un gol para El Salvador compite con ventaja sobre otras escuelas de fútbol, Ya que además de brindar becas para los diferentes jóvenes talentos que forman parte de la fundación también se interesan en formarlos no sólo en el área deportiva sino también en las diferentes áreas como nutrición, psicología, Y formación de valores. Es importante resaltar que además de esto todas las personas que trabajan y forman parte de la fundación un gol para El Salvador son profesionales en las diferentes áreas que desempeñan como trabajo en la fundación un gol para El Salvador.

El segmento al que está dirigido es a los padres de familia con hijos entre tres a 16 años que están interesados en formar a sus hijos en el área deportiva (Específicamente en el fútbol con valores) Y la mayoría de padres de familia que forman parte de la Fundación Un Gol para El Salvador son conscientes de esto.

7.1.6 Cómo marca se promueve

BABY FUTBOL (de 3a5 años) Introducción del fútbol a 4- 15 años.

Los niños y jóvenes talento de la mano con la empresa privada BECA GOL.

Participación en torneo “liga juvenil del cafetalon “Alrededor de 50 equipos sábados y domingos. Análisis FODA.

7.1.7 Fortalezas

- Equipo de entrenadores calificados.
- Staff de marketing deportivo.

- Servicio de controles nutricionales.
- Alianza con empresas privadas.
- Becas a los niños talentos.
- Canchas disponibles para entrenar (estadio las delicias, euro soccer y la cancha la Bayer) Participación de torneos.

7.1.8 Oportunidades

- Cultura futbolística en El Salvador por la popularidad del deporte.
- Interés de los padres por que sus hijos practiquen el futbol.
- Crecimiento económico por el apoyo de patrocinios, becas y mensualidades que se pagan.
- Nuevos patrocinadores y personas simpatizantes al futbol.
- Apertura a los estudiantes universitarios para que realicen sus prácticas deportivas. Crear 2 grupos distinguidos por género de niños y niñas en todas las categorías.

7.1.9 Debilidades:

- Cambio de instalaciones de entrenamiento por espacios ocupados.
- No hay un rotulo distintivo de la fundación durante los entrenamientos.
- Tráfico de vehículos en horario de 4 a 5 pm.
- Poco espacio para guardar el material deportivo.
- No se cuenta con un espacio deportivo propio para las prácticas.
- No hay una herramienta que sirva para medir el impacto de marketing y la dirección de la fundación.
- No hay grupos de niños y niñas separados todo el tiempo en los entrenos.

7.1.10 Amenazas

- Las estaciones lluviosas dan problemas para entrenar.
- Cercanía a otras academias de futbol.
- Hay un mercado bastante saturado y demandado del futbol.
- Las actividades y tareas escolares de los niños a veces interfieren para que los padres los lleven a sus entrenamientos.

7.1.11 Fijación de Objetivos

7.1.11.1 Objetivo General

Incrementar el prestigio de la fundación un gol para El Salvador con la creación de programas de entrenamiento de fútbol base adaptado para las diferentes edades en los niños, así como el incremento de seguidores en redes sociales con alianzas estratégicas y de la mano con patrocinadores claves.

7.1.11.2 Objetivos Específicos

- Crear un programa de entrenamiento de fútbol base novedosa y atractivo para la Fundación Un Gol para El Salvador, y así aumentar el valor del proyecto a largo plazo, iniciando desde los 4 años hasta los 15 años de edad.
- Alcanzar a más seguidores y gente que ve la información de la fundación en redes sociales; expandir los canales informativos de contenidos deportivos con respecto al desarrollo y avance de los niños.
- Atraer nuevos patrocinadores interesados en apoyar el fútbol base.

7.1.12 Estrategias y tácticas

Realizar un programa de entrenamiento para cada categoría y venderlo como un programa a largo plazo de formación del fútbol y de valores, ya que ninguna academia o escuela de fútbol cuenta con un programa sistematizado de enseñanza y aprendizaje.

Usando métodos de entrenamientos de última generación, atractivos y divertidos, por ejemplo:

- Método coorveer
- Incorporando los siguientes métodos de enseñanza.

7.1.13 Tipos de métodos de enseñanza

7.1.13.1 Sistema inductivo

El futbolista aprende y realiza la técnica adecuada a través de juegos en función de los diferentes elementos que existen en un partido. De ese modo puede llevar a la práctica diferentes acciones en las que se combinan varios fundamentos.

Se trata de un sistema muy eficaz, ya que el jugador aprende a ser efectivo en sus acciones a través de un aprendizaje inconsciente, llevando a cabo por lo tanto los gestos necesarios y adaptándolos de ese modo a las exigencias del juego.

De este sistema de enseñanza derivan dos métodos:

7.1.13.2 El método global o integral

A través de este método se presenta una situación de competición real, por lo que intervienen diversas variables, así como otros aspectos que deben ser entrenados. En estos juegos participan un número determinado de jugadores, y se realizan en espacios con diferentes dimensiones, aunque siempre reducidos.

Este método supone una gran motivación para los participantes, ya que a través de él ponen a prueba sus capacidades tanto físicas como mentales para superar a un contrario. El futbolista se enfrenta a situaciones que le pueden surgir durante un partido de competición, y las resuelve de la manera que cree más conveniente, sin tener que llevar a cabo de manera obligatoria una orden que le haya dado su entrenador.

Gracias al método global o integral, el jugador entrena simultáneamente aspectos tácticos, técnicos y físicos, lo cual le permitirá desarrollarlos al mismo tiempo posteriormente durante un partido.

7.1.13.3 El método lúdico

Se trata de un método a través del cual se pretende enseñar al futbolista a desarrollar su capacidad de juego complejo, es decir, de una manera integral. Para ello es preciso utilizar diversos modos de juego.

Gracias al método lúdico, el jugador aprende automáticamente diferentes técnicas al mismo tiempo que se divierte. Estos juegos se seleccionan de una forma adecuada para garantizar que los futbolistas lleven a cabo múltiples acciones técnico-tácticas.

Las actividades realizadas en una sesión de entrenamiento según el método lúdico parten de la idea de que por medio de los juegos se consigue que las acciones utilizadas durante los mismos se aprendan y se mejoren de una forma inconsciente, es decir, no se centran tanto en el aprendizaje como en el método de ejercicios repetitivos.

7.1.13.4 El sistema deductivo

En este método el futbolista lleva a cabo diversas actividades, las cuales están dirigidas expresamente al aprendizaje de una serie de fundamentos, pero de una manera completamente aislada al juego. El objetivo que se pretende conseguir a través de este

sistema de enseñanza es que el jugador sea capaz de deducir conscientemente y de realizar los movimientos correctos para alcanzar la tarea táctica que le haya ordenado su entrenador, es decir, se trata de una actividad con un objetivo claramente definido.

De este sistema de enseñanza derivan otros dos métodos:

7.1.13.5 El método analítico

Este método se basa en la técnica individual, es decir, está dirigido al entrenamiento de las diferentes habilidades de cada jugador de un modo aislado a las situaciones reales que pueden ocurrir durante un partido. Lo que se desea conseguir a través de este método es mejorar el rendimiento general del equipo por medio de la mejora del rendimiento técnico individual. El problema del método analítico reside en la escasa motivación para el futbolista al no apreciar los resultados en un entorno competitivo. Además, la mejora de sus habilidades no se manifiesta en su totalidad, ya que en el entrenamiento individual no se tienen en cuenta determinadas variables y otra serie de elementos que intervienen en la competición.

7.1.13.6 El método de ejercicios simples

Se trata de una forma especial del método analítico, ya que en él también se practican actividades o ejercicios de manera aislada al juego a base de muchas repeticiones, pero al mismo tiempo los elementos técnico-tácticos tan importantes para el rendimiento completo del juego. En el método de ejercicios simples, las actividades que se llevan a cabo en la sesión están enfocadas hacia el aprendizaje. Los jugadores realizan simples ejercicios de técnica, es decir, no se elaboran jugadas complicadas, por lo que no disponen de muchas alternativas de ejecución. Por lo tanto, este método es ideal para perfeccionar una técnica a corto plazo.

Sin embargo, cabe mencionar que un entrenamiento de fútbol no debe estar basado principalmente en el método de ejercicios simples, ya que evidentemente no sería suficiente. Es necesario combinarlo con otros métodos para obtener mejores resultados.

7.1.13.7 El método de ejercicios complejos

A través de este método se intentan reproducir y practicar aquellas situaciones de juego que tienen lugar en un partido real. De este modo se entrenan las acciones técnico-tácticas, combinadas con jugadas reales, en las que hay que practicar varias veces.

En lo que se refiere a efectos y objetivos, el método de ejercicios complejos se encuentra a medio camino entre el método de ejercicios simples y el método lúdico. Su grado de dificultad se puede aumentar progresivamente por medio de los pasos metodológicos que se mencionan a continuación:

7.1.13.7 Practicar jugadas específicas con rivales medio activos.

Practicar jugadas específicas y sus variantes con rivales medios activos.

Resolver circunstancias de juego específicas aplicando para ello todas las técnicas aprendidas por el futbolista hasta ese momento.

En el método de ejercicios complejos también se pueden variar una serie de factores con el fin de ir agregando mayor dificultad a los ejercicios, como por ejemplo modificar el número de defensas, de modo que en un principio los atacantes actúen en superioridad numérica, después en igualdad de condiciones y, por último, en inferioridad numérica. Incluso se pueden cambiar las exigencias de los ejercicios, ya sea aumentando o reduciendo el espacio de juego.

7.1.13.8 El método mixto

Este método es el resultado de la combinación del método lúdico, del método de ejercicios simples y del método de ejercicios complejos. Se considera un método que ayuda a obtener mejores resultados y grandes éxitos, ya que combina lo mejor de cada uno de los tres métodos antes mencionados en una o varias sesiones de entrenamiento, sobre todo si se aprovechan todas las ventajas de los mismos.

7.1.13.9 La estrategia

La venta de un programa de formación en el fútbol base es a largo plazo, estos métodos de entrenamiento se implementarían dentro del programa de entreno de la fundación un gol para El Salvador, la idea principal es tener un formato propio de la fundación que sirva de apoyo a todos los profesores para tener un camino definido y con la dirección que se pretende dar a los niños en su desarrollo.

Continuar con buenos lazos de amistad con los patrocinadores y buscar más patrocinadores de marcas deportivas que ayuden a minimizar los costos de materiales deportivos, al crecer la fundación en el número de niños.

Estrategias de marketing para aprovechar más e impulsar la publicidad en redes sociales y en otros medios de televisión deportiva.

Planteándonos estos dos retos como estrategias para aumentar el número de niños y crecer como Fundación.

7.1.14 La táctica que ocuparemos para llevar a cabo nuestros puntos claves en el plan de marketing son los siguientes:

Creación del programa de entrenamiento de fútbol base para todas las categorías, de creará de la mano con los profesores de la fundación respetando los ideales y principios deportivos que la fundación tiene como misión, como visión y en sus objetivos.

Ofrecer y vender a padres y madres de familia con niños y niñas de 4 años hasta los 15 años de edad.

Las edades de las personas que se quieren alcanzar con entre los 20 años en adelante, ya que en la publicidad ese será el rango de edad que se manejará para que llegue al público.

Mostrar el programa de la fundación a futuras marcas deportivas o no deportivas que sean los próximos patrocinadores de la fundación.

Las fechas para lanzar el programa de entrenamiento de fútbol base serían claves en todo el año, ya que hay que despertar interés en los padres de familia por la nueva tendencia de entrenamiento.

Para aumentar el contenido de la fundación en las redes sociales y en otros medios de comunicación, se propondrá elaborar, una propuesta de actividades anuales que se pueden realizar distribuidas en el tiempo.

Así también solicitar por medio de cargas nuevos patrocinadores televisivos que quieran aportar contenido de fútbol base como mini cápsulas en sus programas, para darle realce a la labor que se realiza en la formación de los niños.

Puede ser con gente influencer en las redes sociales afines al deporte que comparta contenido de entrenamientos, goles, partidos etc. Alcanzando a más gente y aumentando en popularidad. La fundación irá creciendo y necesitará también de patrocinadores y alianza con la empresa privada o con el gobierno para poder seguir creciendo en su

recurso humano y en el recurso material. Por eso es importante la creación de un programa de entrenamiento propio para hacer planteamientos con autoridad a los nuevos patrocinadores, ya que estaríamos presentándoles propuestas a largo plazo en donde podrán también disfrutar de publicidad en los medios de comunicación que ocupa la fundación y en los eventos que se realizan internamente y externamente donde hay más gente.

7.1.15 Cartera

En la fundación un GOL por El Salvador el desarrollo de sus entrenamientos es lúdicos y recreativos, se realizan bajo objetivos tácticos tomando muy en cuenta que todo va dirigido a la disciplina del fútbol no dejando de lado la participación en torneo que es fundamental siendo esto atrayente tanto para los niños como para los padres toda esta metodología de entrenamiento que los instructores capacitados ejercen.

7.1.16 Segmentación

Padres de familia que tengan hijos de cuatro a 15 años en el área metropolitana que les gusta el fútbol y que además quieran formar a sus hijos en este deporte, con metodologías de entreno dinámicas y con objetivos, siguiendo una planificación específica Sin dejar a un lado los valores y por lo consiguiente que estén en la disponibilidad de pagar una mensualidad. Así como también jóvenes talento que cumplan con los requisitos para tener una beca.

7.1.17 Posicionamiento

La fundación fue creada por José Orlando Martínez Peña Quien fue seleccionado nacional de El Salvador, además con una gran trayectoria en el fútbol nacional, pasando por equipos como Luis Ángel Firpo, Alianza fútbol club, San Salvador etc. y quien además

es licenciado en educación física y graduarse en Estados Unidos como entrenador de fútbol base por la FIFA. Además de eso Contamos con personal profesional y capacitado en el área de educación física deporte y recreación, resaltando que todos los entrenos se realizan bajo una constante supervisión por los entrenadores, bajo un ambiente seguro.

7.1.18 Marketing mix

Producto: El servicio que ofrece la fundación GOL es que el cliente reciba experiencias de realizar entrenos en donde no solo se trabaje sesiones enfocados al futbol sino de implementar otros elementos en el desarrollo motriz que favorezcan al cliente a iniciarse en un eterno más competitivo.

Precio: Debido a que el servicio se vuelva más específico, los precios incrementaran su valor un 3%. Esto en relación a la adquisición de nuevos materiales que faciliten dicho servicio. No obstante, se debe reforzar las relaciones de comunicaciones con los clientes para conocer acuerdo si están de acuerdo con los nuevos precios.

Plaza: Los lugares donde se dé a conocer nuestros nuevos servicios serán en primera instancia en las RRSS, luego se pueden comunicar con los padres de familia que asistan a los entrenos y por último se buscara poner información de los servicios de la fundación los días de juego (partidos) donde se puede captar la atención del mercado donde nos encontramos.

Promoción: La promoción inicial será exonerar la matricula a los nuevos clientes, además de ofrecer las 3 primeras sesiones gratis para transmitir la nueva experiencia en los entrenamientos, así como también ofrecer artículos promocionales con el logo de la fundación para que se identifiquen siempre con nuestra marca.

7.1.19 Plan de acción

Explotar en las redes sociales como recurso principal y que nos ayude a dar a conocer las metodologías diferentes e innovadoras de entrenamientos Y con esto atraer a más padres de familia que quieran formar parte de la fundación un gol para El Salvador. En cuanto a precios De mensualidades se verán reflejados en los materiales que siempre estarán en buen estado y en la disposición de adquirir nuevos e innovadores materiales o implementos deportivos que se aplicarán o utilizarán en cada entreno para brindar nuevas experiencias de entrenamiento y que las mensualidades o cuotas no sean un problema para formar parte de la fundación, además podemos premiar a los nuevos integrantes con exoneración de matrícula en niveles específicos si en algún momento hay pocos niños en siervos niveles.

7.1.20 Presupuesto

De acuerdo a las estrategias implementadas por el grupo que desarrolla este plan de marketing no se generaría ningún gasto porque ya se cuenta con el apoyo de los patrocinadores y de la fundación, y con la venta del programa se utilizaran materiales tecnológicos con los cuales ya se cuentan, la venta del programa será de manera impresa o digital.

Pero tomando en cuenta de manera personal los pasajes para poder trasladarse y poder realizar el trabajo de la publicidad ya sea en los entrenos o en los encuentros deportivos de torneo donde participe la fundación, se generaría un gasto total por cada miembro del grupo de unos 67 dólares.

7.1.21 Plan de Marketing.

El Plan de Marketing radica en algunas deficiencias que se han observado en la fundación y lo que buscaremos es la innovación e la fundación por medio de un programa deportivo, al mismo tiempo impulsado en las redes sociales y llevar el proyecto a la empresa privada en busca de nuevos patrocinadores.

7.1.22 Supervisión

Se realizarán reuniones con el equipo de entrenadores de fútbol de la fundación para darle forma al programa de entrenamiento.

Una vez establecido el programa de entrenamiento, dentro de existirán evaluaciones físicas para los niños para medir sus aprendizajes cualitativamente.

Se establecerán reuniones con el fundador de la fundación y la administradora para proponer el precio que se le puede dar a la venta de este proyecto a largo plazo por Niño.

Llevar un registro detallado de datos de los niños inscritos desde su inicio en la Fundación hasta en el año, se establecerán fechas claves al inicio, a mediados y a finales de año donde se estará dando realce en redes sociales sobre el proyecto a futuro de la fundación.

Se llevará un registro cada mes sobre el movimiento de seguidores en redes sociales y la gente que comparte contenidos en sus páginas.

Participar siempre en torneos para que los patrocinadores estén siempre a la vista y sigan teniendo buenos lazos de amistad y compromiso con la fundación.

Hacer evaluaciones bimestrales o trimestrales sobre la dirección q lleva la fundación respecto a sus ingresos y egresos.

7.2 MODULO II

Análisis de datos, encuesta a los padres de Gol.

Encuesta de control de calidad para padres de familia de la fundación un Gol para El Salvador.

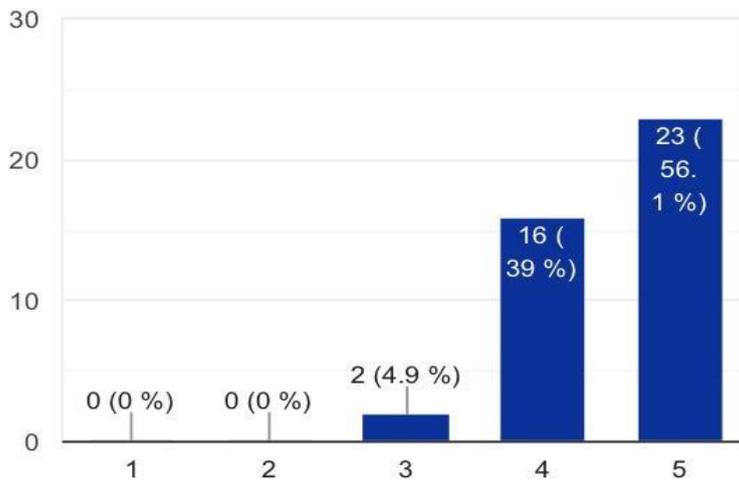
Califica en la escala del 1 al 5 las siguientes preguntas siendo:

- 1 muy insatisfecho.
- 2 Insatisfecho
- 3 No puedo opinar
- 4 Satisfecho
- 5 Muy satisfecho

Se obtuvieron un total de 41 respuestas.

1- ¿ Existe amplio estacionamiento en las instalaciones donde recibe entrenamiento su hijo?

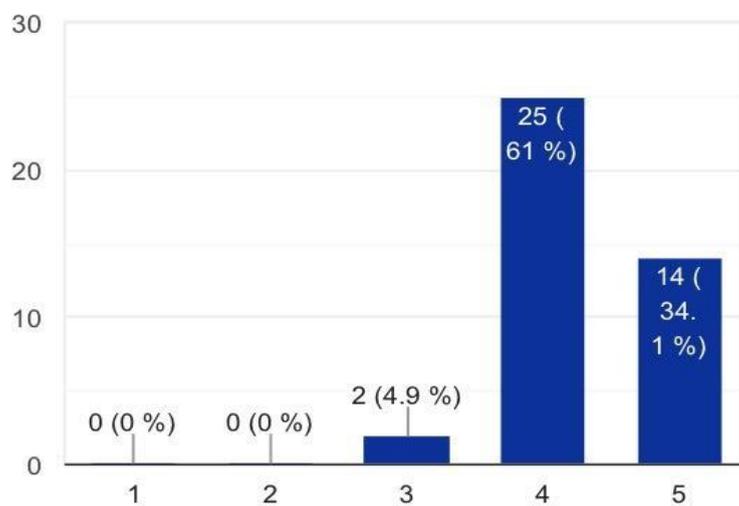
41 respuestas



De los 41 padres encuestados 23 están muy satisfechos representando el 56.1 % con las instalaciones de entreno, 16 padres indicaron que están satisfechos representando un 39% y solo 2 dijeron que no puede opinar con el 4.9 %

2- ¿Cómo observa el estado de las canchas?

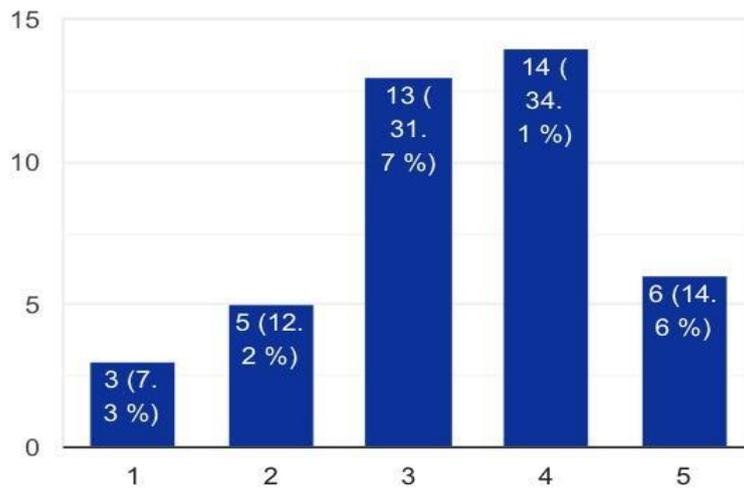
41 respuestas



De los 41 padres encuestados 14 están muy satisfechos representando el 34.1 % con el estado de las canchas, 25 padres indicaron que están satisfechos representando un 61% y solo 2 dijeron que no puede opinar con el 4.9 %

3- ¿Las instalaciones cuentan con servicios sanitarios en buen estado y limpios?

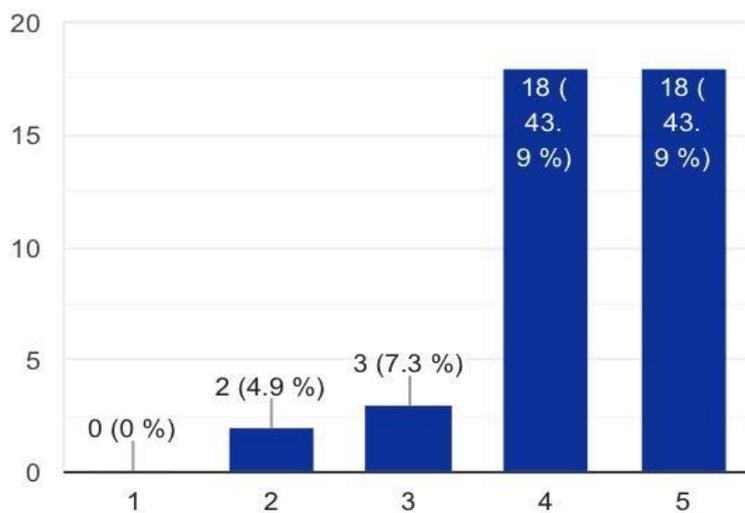
41 respuestas



De los 41 padres encuestados 6 están muy satisfechos representando el 14.6% con los servicios sanitarios, 14 padres indicaron que están satisfechos representando un 34.1%. 13 dijeron que no puede opinar con el 31.7%. 5 están insatisfechos con el 2 % y 3 padres están muy insatisfechos con el 3%.

4- ¿El lugar destinado para ver y esperar a los niños es amplio y en buen estado?

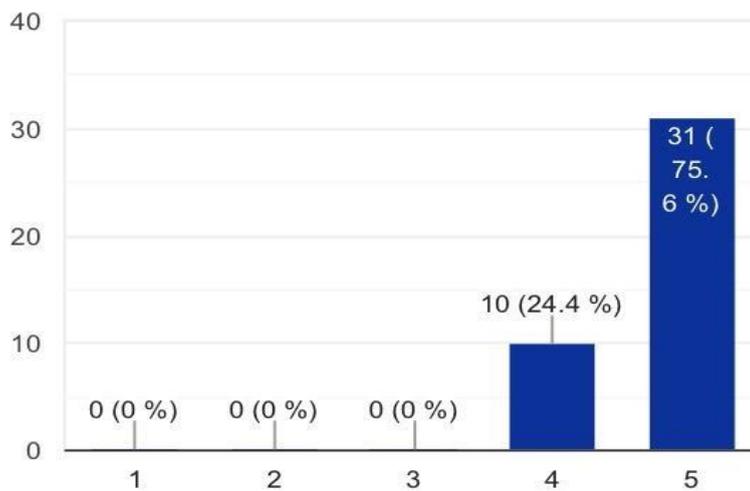
41 respuestas



De los 41 padres encuestados 18 están muy satisfechos representando el 43.9 % con el lugar destinado para esperar a sus hijos; 18 padres indicaron que están satisfechos representando un 43.9%. 3 dijeron que no pueden opinar con el 7.3%. 2 están insatisfechos con el 4.9 %.

5- ¿Los medios informativos de la fundación un Gol para El Salvador los mantiene actualizados de los futuros eventos deportivos?

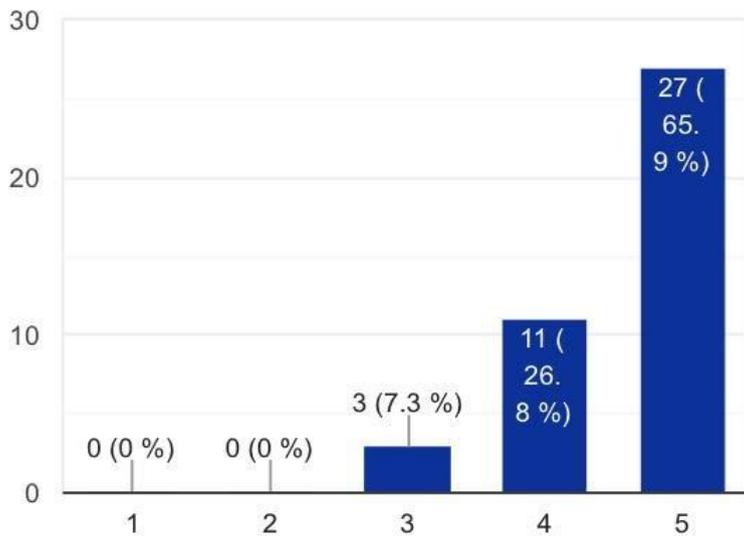
41 respuestas



De los 41 padres encuestados 31 están muy satisfechos representando el 75.6% con los servicios informativos de la fundación. 10 padres indicaron que están satisfechos representando un 24.1%.

6- ¿Es seguro para usted y su hijo la zona donde reciben los entrenamientos?

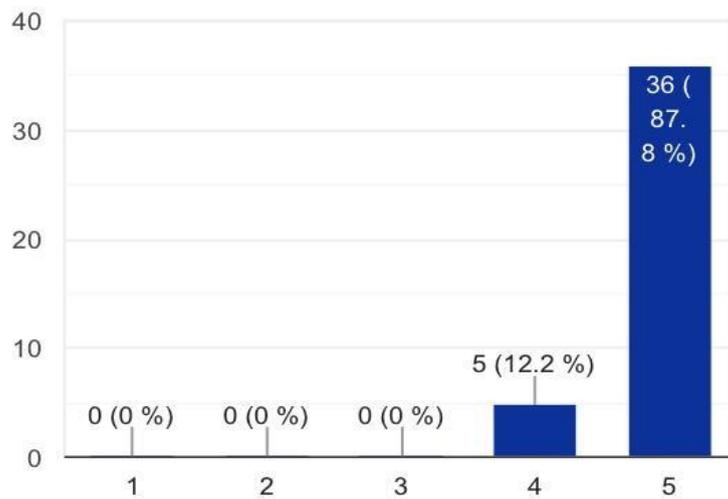
41 respuestas



De los 41 padres encuestados 27 están muy satisfechos representando el 65.9% con la zona donde se reciben los entrenamientos, 11 padres indicaron que están satisfechos representando un 26.8%. 3 dijeron que no pueden opinar con el 7.3%.

7- ¿Cómo ve el profesionalismo de los profesores con sus hijos fuera y dentro de los entrenamientos?

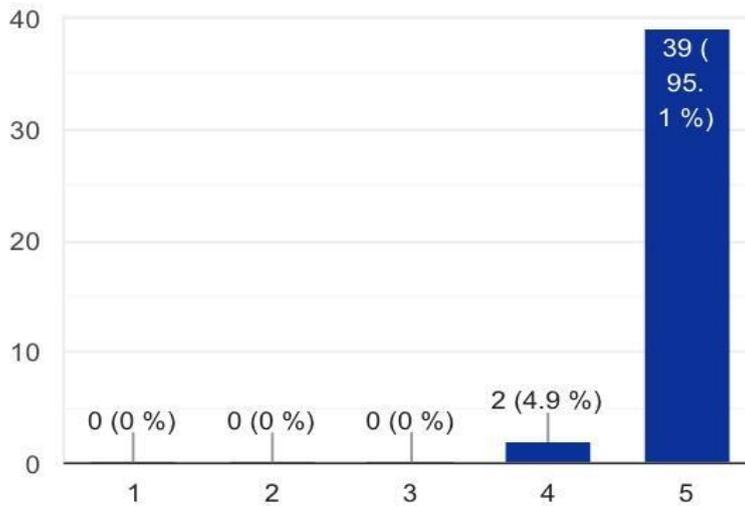
41 respuestas



De los 41 padres encuestados 36 están muy satisfechos representando el 87.8% con el profesionalismo de los entrenadores, 5 padres indicaron que están satisfechos representando un 12.2%.

8- ¿Recomendaría la fundación un Gol para El Salvador a otros padres para que lleven a sus hijos?

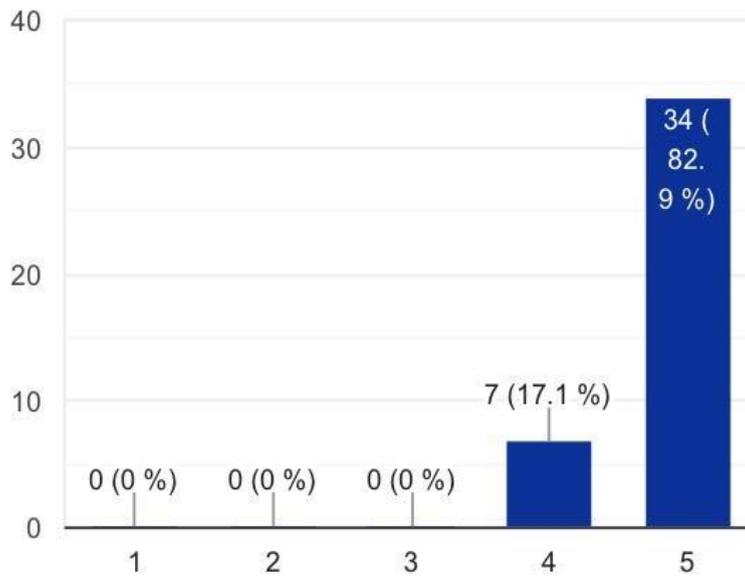
41 respuestas



De los 41 padres encuestados 39 están muy satisfechos representando el 95.1% recomendarían la fundación a otros padres de familia, 2 padres indicaron que están satisfechos representando un 4.9%.

9- ¿Cómo ha sido su experiencia en la fundación un Gol para El Salvador?

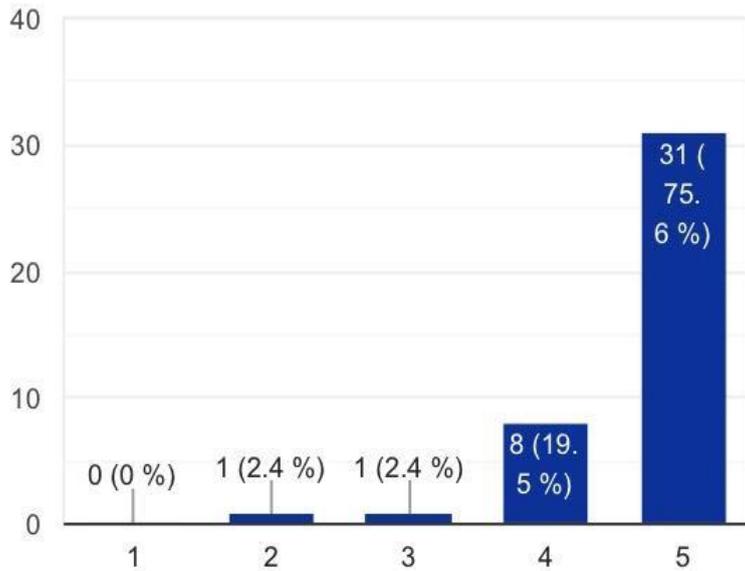
41 respuestas



De los 41 padres encuestados 34 están muy satisfechos representando el 82.9% según la experiencia que han tenido como padres de familia, 7 padres indicaron que están satisfechos representando un 17.1%.

10- ¿La contribución de pago mensual y del uniforme le resulta un buen precio?

41 respuestas



De los 41 padres encuestados 31 están muy satisfechos representando el 75.6% con el pago de uniforme y mensualidad, 8 padres indicaron que están satisfechos representando un 19.5%. 1 dijeron que no pueden opinar con el 2.4%. 1 están insatisfechos con el 2.4%.

Análisis de datos encuesta niños

Encuesta de control de calidad para los atletas de la fundación un gol para El Salvador.

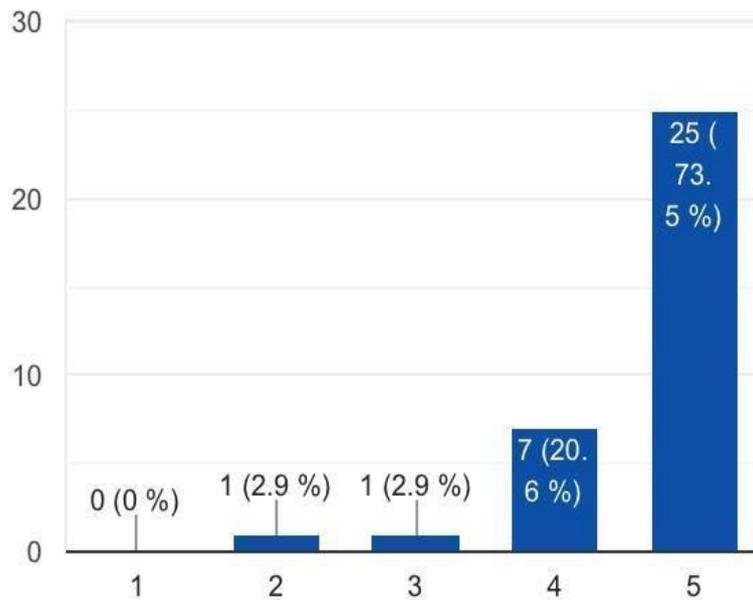
califica en la escala del 1 al 5 las siguientes preguntas siendo:

- 1 muy insatisfecho.
- 2 insatisfecho.
- 3 no puedo opinar.
- 4 satisfecho.
- 5 muy satisfecho

Un total de 34 respuestas de niños de las 4 categorías entre las edades de 4 a 14 años.

1. ¿Té gusta el uniforme?

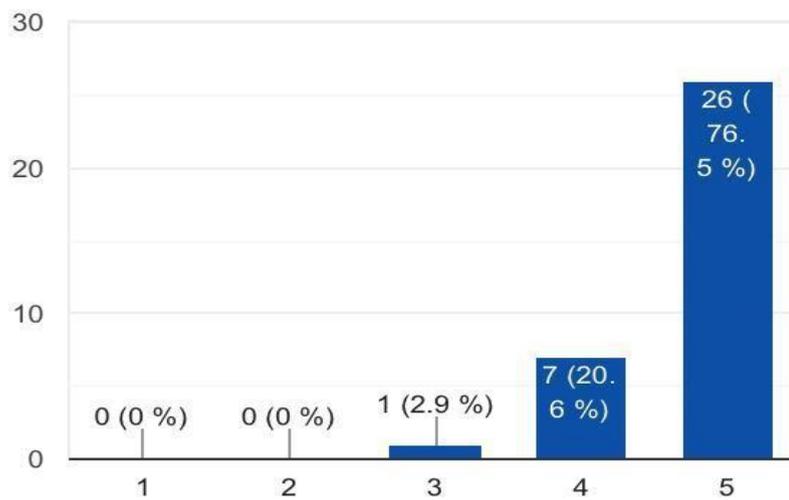
34 respuestas



De los 34 niños encuestados 25 están muy satisfechos representando el 73.5% con el uniforme, 7 niños indicaron que están satisfechos representando un 20.6%. 1 dijeron que no pueden opinar con el 2.9%. 1 están insatisfechos con el 2.9%.

2. ¿Las pelotas que ocupas en los entrenamientos están en buen estado?

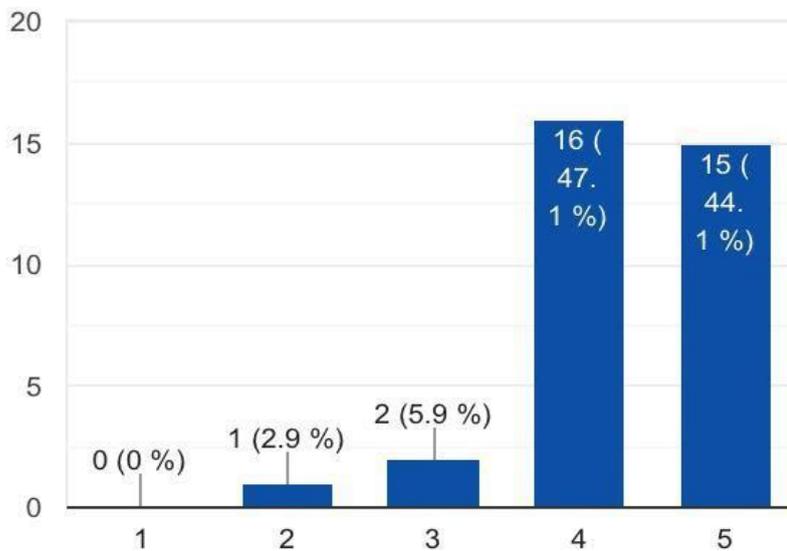
34 respuestas



De los 34 niños encuestados 26 están muy satisfechos representando el 76.5% con el estado de las pelotas; 7 niños indicaron que están satisfechos representando un 20.6%. 1 dijeron que no pueden opinar con el 2.9%.

3. ¿Las canchas dónde entrenas están en buen estado?

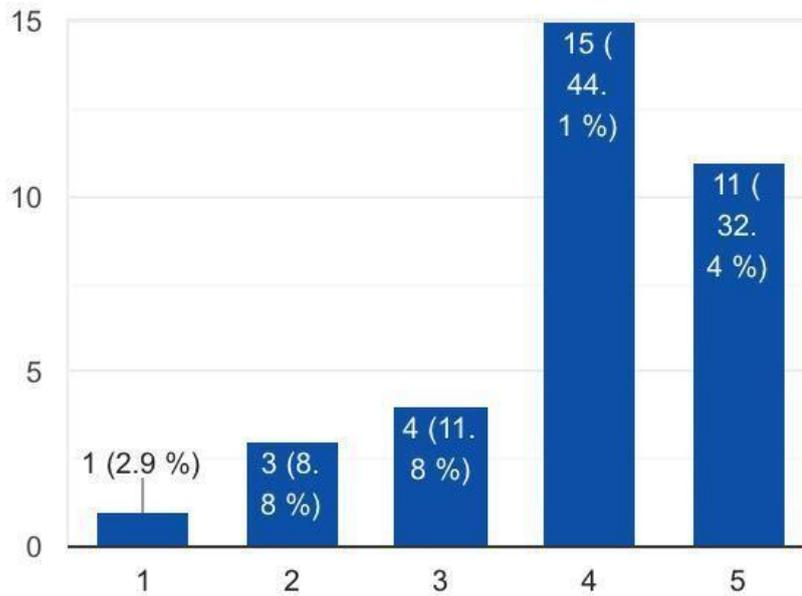
34 respuestas



De los 34 niños encuestados 15 están muy satisfechos representando el 44.1% con las canchas donde reciben entrenamiento; 16 niños indicaron que están satisfechos representando un 47.1%. 2 dijeron que no pueden opinar con el 5.9%. 1 están insatisfechos con el 2.9%.

4. ¿ Están en buen estado las porterías y las redes ?

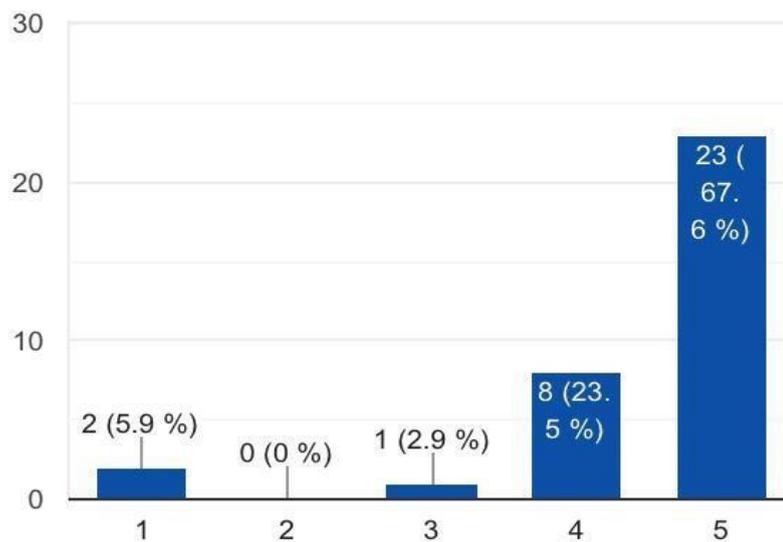
34 respuestas



De los 34 niños encuestados 11 están muy satisfechos representando el 32.4% con el estado de las redes y las porterías; 15 niños indicaron que están satisfechos representando un 44.1%. 4 dijeron que no pueden opinar con el 11.8%. 3 están insatisfechos con el 8.8% y solo 1 está muy insatisfecho con el 2.9%.

5. ¿Los chalecos de entrenamiento están en buen estado?

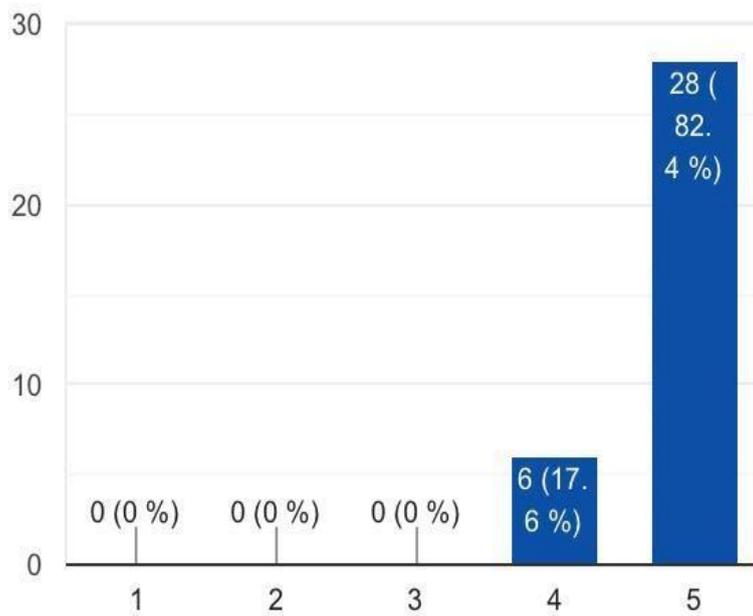
34 respuestas



De los 34 niños encuestados 23 están muy satisfechos representando el 67.6% con el estado de los chalecos, 8 niños indicaron que están satisfechos representando un 23.5%. 1 dijeron que no pueden opinar con el 2.9%. 2 están muy insatisfechos con el 5.9%.

6. ¿Sientes que las clases son divertidas y aprendes a jugar fútbol?

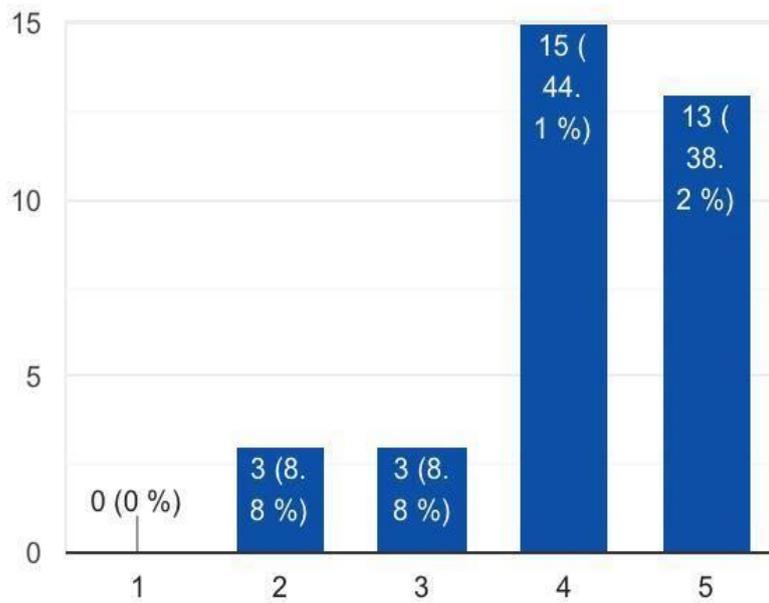
34 respuestas



De los 34 niños encuestados 28 están muy satisfechos representando el 82.4% con las clases y su aprendizaje; 6 niños indicaron que están satisfechos representando un 17.6%.

7. ¿Te gusta recibir las clases de fútbol en dos canchas distintas?

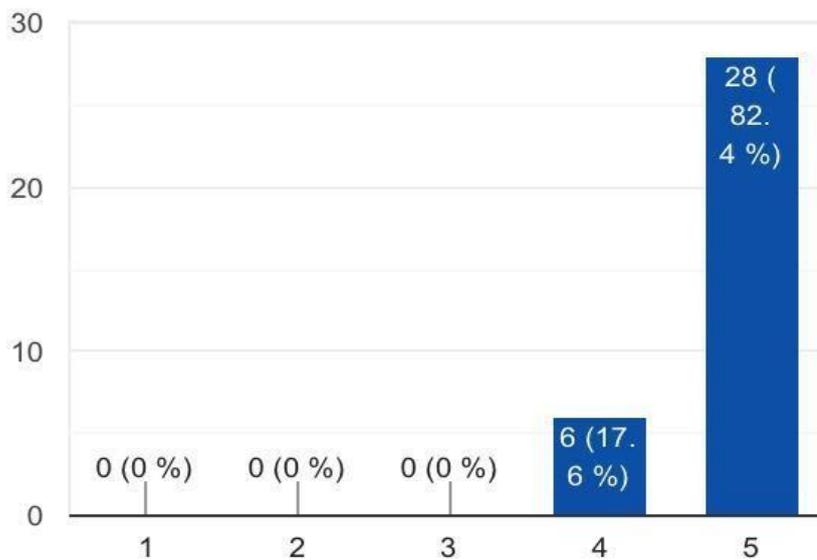
34 respuestas



De los 34 niños encuestados 13 están muy satisfechos representando el 38.2% con recibir los entrenos en dos canchas distintas; 15 niños indicaron que están satisfechos representando un 44.1%. 3 dijeron que no pueden opinar con el 8.8%.

8. ¿Invitarías a tus amigos o primos a que entrenen contigo en la fundación un gol para El Salvador ?

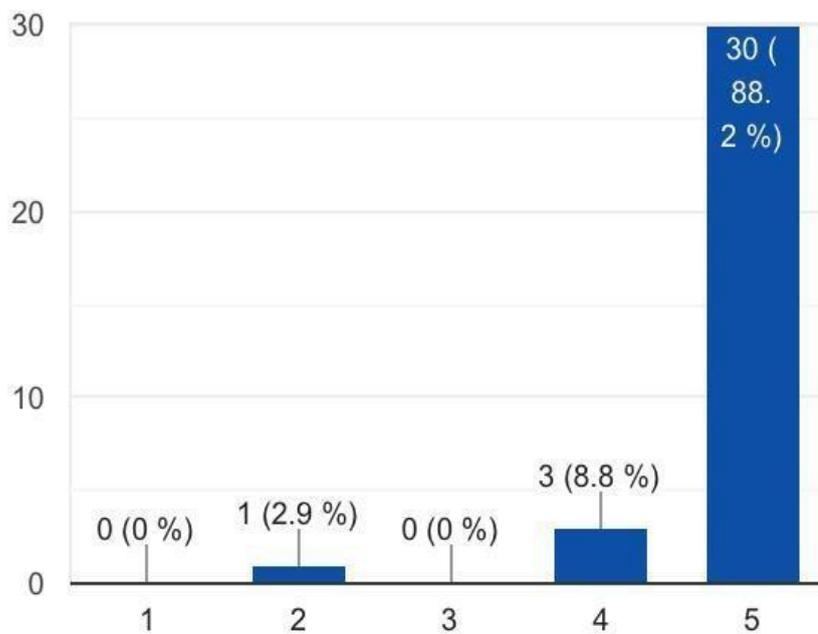
34 respuestas



De los 34 niños encuestados 28 están muy satisfechos representando el 82.4% invitan a un amigo o familiar para entrenar en la fundación, 6 niños indicaron que están satisfechos representando un 17.6%.

9. ¿Te gusta entrenar con tu profesor?

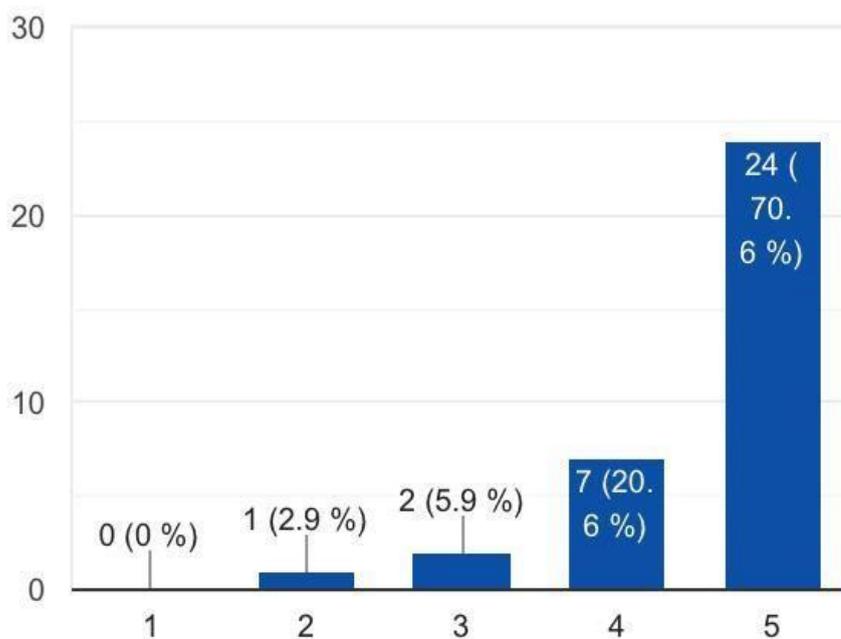
34 respuestas



De los 34 niños encuestados 30 están muy satisfechos representando el 88.2% les gusta entrenar con su profesor; 3 niños indicaron que están satisfechos representando un 8.8%. 1 están insatisfechos con el 2.9%.

10. ¿Te gustaría que el entreno dure más tiempo?

34 respuestas



De los 34 niños encuestados 24 están muy satisfechos representando el 70.6% les gustaría entrenar más tiempo; 7 niños indicaron que están satisfechos representando un 20.6%. 2 dijeron que no pueden opinar con el 5.9%. 1 están insatisfechos con el 2.9%.

7.3 MODULO III

Cuestionario de Diagnóstico

Fundación Un Gol para El Salvador.

DATOS DE CONTACTO DE LA FUNDACION			
Razón social	FUNDACION UN GOL PARA EL SALVADOR.		
Sector de Actividad	DEPORTIVA	CNAE ó IAE:	
Nº de Empleados	Menos de 10. <input checked="" type="checkbox"/> Entre 10 y 15. <input type="checkbox"/> Entre 15 y 20. <input type="checkbox"/> Entre 20 y 25. <input type="checkbox"/>		
Facturación mensual.	Entre \$1000 y \$1500. <input type="checkbox"/> Entre \$1500 y \$2000 <input type="checkbox"/> Entre \$2000 y \$2500 <input type="checkbox"/>		
Dirección postal	JARDINEZ DEL VOLCAN		
Teléfono	79877454		
E-mail*	ungolparaelsalvador@gmail.com		
Nombre*	JOSE MARTINEZ		
Cargo*	DIRECTOR		
Fecha**	Lunes 6 de septiembre de 2021		
Hora de inicio**	8:00	Hora fin**	6:00
Código**			

7.3.1 Características Generales

- Señale el tiempo transcurrido desde que se constituyó su Fundación: 4

 AÑOS

- No. total, de empleados fijos en toda la fundación: 3

Indique el número de empleados en las siguientes funciones del área deportiva:

• Dirección deportiva/ Formativa. (entrenadores).	1
• Mandos inter medios (director deportivo y/o responsables de área).	1
• Personal administrativo de la Fundación.	1

Indique el número de empleados.

• Dirección de Marketing.	1
• Gestor Deportivo.	1
• Gerencia de Recurso Humano.	1
• Asesor Jurídico.	1

7.3.2 Criterios Agentes

Criterio Liderazgo de la Fundación

Indique su grado de conformidad marcando de color azul con las siguientes afirmaciones, respecto al ESQUEMA de VALORES y a la MISIÓN/VISIÓN de su empresa. Si no se especifica otro esquema de respuestas concreto para la pregunta, utilice el siguiente:

1 En total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
-----------------------------	-----------------------	------------------	--------------------	-------------------------------

Criterio 1: Liderazgo (10%)

Enfoque del liderazgo

La fundación tiene definida por escrito su Misión, su Visión, y en la redacción de éstas participó desde la alta dirección hasta el personal de base.	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

La Misión y la Visión de la fundación están enfocadas hacia la satisfacción de nuestros clientes, tanto internos como externos, a través la mejora continua de nuestros procesos.	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

Hay un esquema de valores definido y documentado que guía las relaciones de la fundación con nuestros clientes, patrocinadores, nuestros empleados y entre ellos mismos, nuestras FF.VV.	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Despliegue del liderazgo

Para la comunicación de estos valores y de la Misión, recurrimos a reuniones periódicas, redes sociales.	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Nuestra página web, contiene un apartado dedicado exclusivamente a la presentación de nuestra Misión y de nuestros valores.	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

Control del liderazgo

Nuestros líderes deportivos se implican activamente en la defensa y transmisión de esos valores frente a las presiones internas y externas, y se ha recurrido a ellos cuando ha habido que tomar decisiones importantes en la fundación.	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Qué importancia da a las Tecnologías de la Información (TI) como herramienta para dar a conocer la Misión y los valores de su organización dentro de la propia fundación y hacia el exterior: *correo electrónico, redes sociales, canal de YouTube, página web, grupos de noticias, software para presentaciones...*

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

1=Nula; 2=Escasa; 3=Regular; 4=Alta; 5= Muy Alta

7.3.3 Criterio de política y estrategia de la fundación

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones. Si no se especifica otro esquema de respuestas concreto para la pregunta, utilice el siguiente:

1 En total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
-----------------------------	-----------------------	------------------	--------------------	-------------------------------

Criterio 2: Política y Estrategia (10%)

Enfoque de la estrategia

Respecto al grado de definición de las orientaciones estratégicas en su fundación, y cómo éstas se formulan...

Para la definición de nuestros objetivos y estrategia, analizamos indicadores de previsiones económicas, demográficas, políticas, tecnológicas.	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

Nuestras reflexiones sobre el futuro de la fundación, las amenazas del entorno y oportunidades, y las líneas de actuación a seguir para conducir la fundación a donde queremos, <u>están documentadas formalmente</u> en nuestros Planes Estratégicos, Planes de Marketing anuales y Presupuestos anuales.	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Llevamos a cabo estudios de mercado con nuestro personal de ventas de manera continuada.	1	2	3	4	5
Recurrimos <u>periódicamente</u> a modelos de formación continua/ innovadores deportivos.	1	2	3	4	5
En el proceso de planificación, hacemos un análisis periódico de nuestra organización, en cuanto a capacidades, recursos, servicios, necesidades de formación, etc.	1	2	3	4	5

Se tiene en cuenta en el análisis del entorno competitivo a: escuelas deportivas, competencia actual, posibles instituciones en el área deportiva.	1	2	3	4	5
Se tienen claras cuáles son nuestras ventajas competitivas y nuestro posicionamiento (cómo queremos que el cliente nos vea), en cada uno de esos segmentos.	1	2	3	4	5

Cuál de estas formas sea justa mejor a la manera de establecer los objetivos de su fundación (marcar con una X)	
• No nos enfocamos objetivos de inscripción de niños.	
• Lo enfocamos en la inscripción de los niños.	
• Lo enfocamos en función de la cuota que queremos conseguir.	
• Lo enfocamos en función de las necesidades financieras de la fundación.	
• Lo enfocamos en función del crecimiento previsto en nuestro Plan Estratégico.	X

Valore de 1 a 5 la importancia que tienen en el gasto total en comunicación promocional las siguientes acciones:					
• Edición de fotos y videos	1	2	3	4	5
• Manejo de las redes sociales	1	2	3	4	5
• Pago por mayor alcance en las redes sociales	1	2	3	4	5
• Publicidad directa	1	2	3	4	5

Valore de 1 a 5 las opciones que mejor describan las ventajas competitivas o factores de éxito de su fundación:					
• Capacidad tecnológica	1	2	3	4	5
• La calidad de los procesos de entrenamiento y formación	1	2	3	4	5
• El precio de contribución mensual	1	2	3	4	5
• Facilidad de pago	1	2	3	4	5
• Imagen de la fundación como marca diferente	1	2	3	4	5
• La diferenciación en todos nuestros servicios formativos contra otras escuelas deportivas	1	2	3	4	5
• Innovación del plan de trabajo	1	2	3	4	5
• Alcance sectorial de la fundación por medio de redes sociales	1	2	3	4	5
• Capacidad de crecimiento de la fundación	1	2	3	4	5
• Imagen de Marca difundida en el entorno social	1	2	3	4	5
• El trato personalizado del entrenador/niños	1	2	3	4	5
• Servicio continuo de información eventos	1	2	3	4	5
• Seriedad en los horarios de entreno	1	2	3	4	5
• Cercanía con nuestros clientes	1	2	3	4	5
• Experiencias deportivas en torneos	1	2	3	4	5

Despliegue de la estrategia

Respecto a la forma en que su empresa comunica y pone en práctica las estrategias adoptadas:

Se elaboran por escrito Planes de Acción que despliegan las estrategias al resto de la organización, con la participación activa del personal implicado en el desarrollo de los mismos.	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

Se distribuyen copias (por escrito, por e-mail, se publican en la Intranet...) a los responsables de ejecución de cada tarea contemplada en los Planes de Acción, y éstos a su vez se encargan de explicarlos al resto de los participantes.	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Revisamos mensualmente la planificación de marketing y anualmente los planes estratégicos.	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

En la revisión de la planificación, participan los directivos y mandos intermedios de la fundación.	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

7.3.4 Criterio de personas que trabajan en la fundación.

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones. Si no se especifica otro esquema de respuestas concreto para la pregunta, utilice el siguiente:

1 En total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
-----------------------------	-----------------------	------------------	--------------------	-------------------------------

Criterio de personas que trabajan en la fundación.

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones. Si no se especifica otro esquema de respuestas concreto para la pregunta, utilice el siguiente:

1 En total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
-----------------------------	-----------------------	------------------	--------------------	-------------------------------

Criterio 3: personas (10%)

La fundación elabora un Plan anual de Formación Deportiva para todas las categorías, los entrenadores son participantes en la elaboración.	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

El encargado de R.R.H.H. lleva a cabo directamente o sub contrata procesos de selección y elabora planes de contratación. También diseña planes de desarrollo profesional y promoción para los empleados actuales y para los de nueva incorporación.	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

En la fundación estimulan al personal para que tome decisiones e implante cambios dentro de unos parámetros acordados.	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

La fundación contempla además del salario de convenio, otros sistemas de remuneración adicional como: reparto de beneficios, primas por consecución de objetivos, primas por calidad, por participación en proyectos, etc.	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

La liquidación de la comisión es a nuestros entrenadores y/o representantes la realizamos (marque con una X, la opción que mejor sea justa a la práctica de su fundación)					
• Quincenalmente					X
• Mensualmente					
• Trimestralmente					

Hacemos uso de Internet/Intranet para pasarencuestas a nuestros empleados o recibir sugerencias de los mismos.	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Disponemos en nuestra página Web de un apartado específico para la publicación de los eventos deportivos que se tiene como fundación.	1	2	3	4	5
Recogemos en una base de datos propia los datos personales, C. V. y resultados de entrevistas de posibles candidatos a incorporarse a la fundación.	1	2	3	4	5

7.3.5 Criterio alianza y recursos de la fundación

Si no se especifica otro esquema de respuestas concreto para la pregunta, utilice:

1 En total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
-----------------------------	--------------------	------------------	--------------------	-------------------------------

Criterio 4: Alianzas y Recursos (10%)

Enfoque

Destinamos los recursos necesarios (instalaciones, tiempo de trabajo de los empleados)	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> Gestión del Conocimiento (Capital Intelectual, Aprendizaje Organizativo). 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> Gestión de la Información (Conocer otras plataformas informáticas Ofertadas además de las incorporadas por su fundación, capacitar a los empleados). 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> Gestión de la Innovación (Conocer las nuevas tecnologías emergentes en el sector, programas de I+D, desarrollo de productos y servicios, nuevas tecnologías...). 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> Gestión de la Calidad (actividades sistemáticas de mejora continua en procesos y/o productos/servicios...). 	1	2	3	4	5

Despliegue

Siempre que nos es posible, establecemos acuerdos con otras fundaciones del sector para:	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> Acuerdo con escuelas deportivas 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> Acuerdos con patrocinadores 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> Becas deportivas 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar otro tipo de alianzas estratégicas. 	1	2	3	4	5

Antes de contratar los servicios de un nuevo entrenador verificamos si está certificado, o procedemos a su evaluación mediante cuestionario.	1	2	3	4	5
Disponemos de un sistema de evaluación continua de nuestro personal de trabajo, en función de nuestros requerimientos de calidad respecto a: metodología de entrenamiento, planificación...	1	2	3	4	5
Habitualmente recurrimos a la ayuda económica o de productos por parte de nuestros patrocinadores.	1	2	3	4	5

Indique el nivel de cambios tecnológicos y organizativos introducidos por su fundación en los 4 últimos ejercicios, con relación a: (1=Nulo,2=Escaso,3=Moderado,4=Alto,5=Excelente)					
• Mejora en el equipamiento deportivo	1	2	3	4	5
• Mejora del proceso productivo, incorporación de nuevas tecnologías.	1	2	3	4	5
• Mejora o adquisición de sistemas de gestión.	1	2	3	4	5
• Mejora en la infraestructura.	1	2	3	4	5

7.3.6 Criterio de procesos de la fundación.

Si no se especifica otro esquema de respuestas concreto para la pregunta,

utilice el siguiente:

1 En total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
-----------------------------	-----------------------	------------------	--------------------	-------------------------------

Criterio 5: Procesos (10%)

Despliegue:

Indique qué procesos de su fundación están informatizados:					
• Control de calidad.	1	2	3	4	5
• Seguimiento escrito de (control de inventario, órdenes de compra), Logística y Distribución, control de actividades y eventos anuales, estrategias publicidad)	1	2	3	4	5

• Contabilidad, gestión de tesorería.	1	2	3	4	5
• Gestión R.R.H.H. (gestión de información de personal, cálculo y Tramitación de nóminas, selección y contratación, gestión de la formación, control de presencia).	1	2	3	4	5
• Análisis de resultados, control de indicadores de gestión, toma de decisiones y elaboración de informes y previsiones por parte del director deportivo.	1	2	3	4	5

<p>Evalúe globalmente la <u>calidad</u> de las aplicaciones informáticas usadas en el <u>área deportiva</u> por sus <u>directores</u> (análisis de resultados, control de indicadores de gestión, toma de decisiones y elaboración de informes y previsiones) (1=Muybaja;2=Baja;3=Regular;4=Alta;5=Excelente)</p>					
<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de uso: presenta una herramienta informativa que ayuda a dar a conocer la actualidad de la fundación (eventos, promociones) 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad: Se ponen a disposición a cada tipo de usuario las diferentes plataformas para la distribución de toda la información. 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> • Fiabilidad/Contrastabilidad: proporciona datos actuales y coherentes con los disponibles mediante otras aplicaciones de la fundación, pudiéndose filtrar y/o corregirlos erróneos para no desvirtuar los análisis. 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> • Selectividad: dispone de varios niveles de agregación, de manera que el usuario puede visualizar en cada momento sólo la información que le interesa, sin abrumarlo con demasiados datos. 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilidad: permite visualizar la información en distintos formatos (listados, gráficos, imágenes, videos), personalizando el Aspecto de las pantallas en función del usuario. Está habilitada la introducción manual de datos. 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de respuesta: proporciona rápidamente la información solicitada y las respuestas a las preguntas requeridas por los usuarios. 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> • Adaptabilidad: cubre todas las funcionalidades requeridas para cada tipo de usuario (directores, entrenadores, padres de familia, niños deportistas de la fundación), y permite ampliarlas si las circunstancias lo requieren. 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> • Integración/Conectividad: permite la interacción y actualización de datos residentes en otras aplicaciones que utiliza la fundación, así como exportar los datos a otras herramientas informativas. 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> • Accesibilidad/ Cobertura: todos los empleados que necesitan acceder a la aplicación pueden hacerlo desde sus equipos móviles con acceso a internet (Teléfono celular) 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad: permite asignar distintos perfiles a los usuarios para el Control del acceso a la información almacenada en el sistema, con el objetivo de consultar o modificar datos. 	1	2	3	4	5

Indique cómo explota la información de su sistema informático, para la obtención de datos que le permitan tomar decisiones o elaborar previsiones relacionadas con:

SUS PRODUCTOS y/o SERVICIOS					
• Ventas de uniformes.	1	2	3	4	5
• Aportación de patrocinadores	1	2	3	4	5
• Matriculas	1	2	3	4	5
• Mensualidades	1	2	3	4	5
• Otros servicios	1	2	3	4	5

Indique la frecuencia con que su fundación sub contrata servicios de:
(1=Nunca...5=Siempre)

• Mantenimiento de equipos informáticos.	1	2	3	4	5
• Consultoría informática.	1	2	3	4	5
• Formación en TI.	1	2	3	4	5
• Desarrollo de software.	1	2	3	4	5

Indique el número de empleados que integran el manejo de las aplicaciones.
(colocar el número de integrantes a un extremo)

--	--

7.3.7 Criterios Resultados

Criterio 6: Resultados en los Clientes (20%)

Realizamos periódicamente encuestas de satisfacción a los padres de familia y niños que por parte de la fundación para evaluar aspectos tales como: calidad de nuestros servicios, atención telefónica, solución reclamaciones, etc.	1	2	3	4	5
Los resultados obtenidos en estas encuestas, presentan una evolución positiva en los entrenamientos y sus metodologías.	1	2	3	4	5
Los resultados obtenidos en estas encuestas son iguales o mejores que los de la competencia.	1	2	3	4	5
Nuestro sistema de información nos permite conocer en cada momento cuáles son las necesidades y expectativas que los padres y niños de la fundación buscan.	1	2	3	4	5

Evalúe la percepción media de los padres de familia y niños, respecto a los productos y/o servicios, <u>en relación con los de la competencia</u> , en su sector de actividad: (1=Mucho peor;2=Peor;3=Igual;4=Mejor;5=Mucho mejor)					
• Tiempo de entrenamiento.	1	2	3	4	5
• Tiempo de entrega del uniforme.	1	2	3	4	5
• Acompañamiento de los padres a los niños tomados de la mano al proceso de formación por parte de la fundación.	1	2	3	4	5

• Recolección de información de padres de familia y niños.	1	2	3	4	5
• Número de reclamaciones.	1	2	3	4	5
• Tiempo de respuesta a reclamaciones.	1	2	3	4	5
• Tratamiento de las mismas.	1	2	3	4	5
• Atención a los niños becarios de la fundación.	1	2	3	4	5

• Publicidad y convenios y patrocinadores claves.	1	2	3	4	5
• Recurso humano de calidad.	1	2	3	4	5
• Infraestructura de última generación.	1	2	3	4	5
• Materiales deportivos en buen estado.	1	2	3	4	5
• Accesibilidad al lugar de entrenamiento.	1	2	3	4	5
• Participación destacada en torneos deportivos.	1	2	3	4	5

7.3.8 Criterio Persona de la Fundación

Criterio 7: Resultado en Persona (10%)

¿Está satisfecha la Dirección Deportiva de la fundación con? (1=Muy insatisfecha; 2=Insatisfecha; 3=Indiferente; 4=Satisfecha; 5=Muy satisfecha)					
• La fundación cuenta con dirección de mercado y publicidad.	1	2	3	4	5
• Se cuenta con dirección de actividades previamente planificadas.	1	2	3	4	5
• Buena capacidad de recursos y servicios ofrecidos a los padres y niños.	1	2	3	4	5
• Existe formación continua con los entrenadores de la fundación.	1	2	3	4	5
• El apoyo del área de marketing y publicidad ayuda para la toma de decisiones y estrategias.	1	2	3	4	5
• El salario de los entrenadores es bien remunerado con respecto a su horario de trabajo.	1	2	3	4	5
• Existen buenas relaciones entre el personal de trabajo de la fundación.	1	2	3	4	5

Criterio de Resultados en la Sociedad

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones. Si no se especifica otro esquema de respuestas concreto para la pregunta, utilice el siguiente:

1 En total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
-----------------------------	-----------------------	------------------	--------------------	-------------------------------

Criterio 8: Resultados en la Sociedad (10%)

Enfoque hacia la calidad total

Hemos identificado nuestro mapa de procesos y distinguido aquellos procesos estratégicos, clave y de soporte para nuestra actividad físico-deportiva.	1	2	3	4	5
En la fundación se asignan equipos de mejora para los procesos de planificación, éstos a través de un sistema de indicadores, controlan dichos procesos y trabajan en la mejora continua de los mismos.	1	2	3	4	5

En las actividades de mejora e innovación que se desarrollan en la fundación participan también los siguientes agentes del entorno: patrocinadores, padres de familia, entrenadores, niños, consultores externos.	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

La innovación y mejora en las metodologías responden en gran medida a las necesidades y expectativas que los padres de familia esperan tanto de sus hijos como la de la fundación.	1	2	3	4	5
Dada la elevada competitividad en el sector deportivo, es necesario ofrecer mejoramiento (de infraestructura, planificación, personal más calificado...), que nos diferencien de la competencia.	1	2	3	4	5
Continuamente introducimos cambios tecnológicos y organizativos en la fundación, para ser capaces de responder a las nuevas exigencias de los padres de familia, niños y patrocinadores.	1	2	3	4	5

7.3.9 Criterio Resultado Clave

Criterio 9: Resultado Clave (10%)

Resultados económicos de su fundación correspondientes a los últimos 4 años de ejercicios, en miles de dólares:

	Ejercicio-2 primero 2 años	Ejercicio- segundos 2 años	Ejercici o total
Activo.	No se tienen datos actualizad os	no se tienen datos actualizados	
Fondos propios	no se tienen datos actualizados		
Ventas de uniforme y otros.	Mas o menos \$1,000	Mas o menos \$1,200	Más o menos \$2,200 y las utilidades de este ingreso es bien mínimo.
Pago del lugar de entrenamient o.	No hay pago por convenio	No hay pago por convenio	
Margen (Pago de matrícula. mensualidades.)	Matricula \$ no se paga Mensualidad: \$45 (los becados no pagan nada)	Matricula \$ no se paga Mensualida d: \$45 (los becad os no pagan nada)	
Impuesto.	No hay	No hay	

Indique la evolución de su cartera de clientes:

	Ejercicio- primeros 2 años	Ejercicio- segundos 2 años	Ejercicio Total
N.º de clientes activos	40 niños inscritos aproximadamente	50 niños inscritos	90 familias

¿Cómo ha sido la evolución de los siguientes indicadores en los últimos 4 años de ejercicios?

(1=Muy negativa; 2=Negativa; 3=Media; 4= Positiva; 5=Muy positiva)

Aumento de la cartera de clientes.	1	2	3	4	5
Deserción de la cartera de clientes.	1	2	3	4	5
Fallos de producción detectados internamente o por los clientes.	1	2	3	4	5
Cuota de mercado.	1	2	3	4	5
Captación de nuevos clientes.	1	2	3	4	5

Criterio de liderazgo de la fundación.	escala del 1 al 5.	Porcentaje de cada pregunta por escala.	puntos de cada pregunta por escala
Pregunta 1.	5	1.4%	14.28
Pregunta 2.	5	1.4%	14.28
Pregunta 3.	2	0.56%	5.72
Pregunta 4.	2	0.56%	5.72
Pregunta 5.	4	1.12%	11.44
Pregunta 6.	5	1.4%	14.28
Pregunta 7.	5	1.4%	14.28
Total.	28	7.84%	80 puntos.

CRITERIO DE POLITICA Y ESTRATEGIA DE LA FUNDACION.	ESCALA DEL 1 AL 5.	PORCENTAJE DE CADA PREGUNTA POR ESCALA.	PUNTOS DE CADA PREGUNTA POR ESCALA.
PREGUNTA 1.	5	0.66%	6.66
PREGUNTA 2.	4	0.53%	5.33
PREGUNTA 3.	3	0.4%	3.9
PREGUNTA 4.	2	0.26%	2.7
PREGUNTA 5.	3	0.4%	3.9
PREGUNTA 6.	3	0.4%	3.9
PREGUNTA 7.	3	0.4%	3.9
PREGUNTA 8.	5	0.66%	6.66
PREGUNTA 9.	4	0.53%	5.33
PREGUNTA 10.	4	0.53%	5.33
PREGUNTA 11.	5	0.66%	6.66
PREGUNTA 12.	3	0.4%	3.9
PREGUNTA 13.	3	0.4%	3.9
PREGUNTA 14.	3	0.4%	3.9
PREGUNTA 15.	4	0.53%	5.33
TOTAL.	54	7.16%	71.3 PUNTOS.

CRITERIO ALIANZA Y RECURSOS DE LA FUNDACION.	ESCALA DEL 1 AL 5.	PORCENTAJE DE CADA PREGUNTA POR ESCALA.	PUNTOS DE CADA PREGUNTA POR ESCALA
PREGUNTA 1.	4	1.12%	11.44
PREGUNTA 2.	2	0.56%	5.72
PREGUNTA 3.	4	1.12%	11.44
PREGUNTA 4.	2	0.56%	5.72
PREGUNTA 5.	2	0.56%	5.72
PREGUNTA 6.	4	1.12%	11.44
PREGUNTA 7.	3	0.84%	8.58
TOTAL.	28	5.88%	60.06 PUNTOS.

CRITERIO DE PERSONAS QUE TRABAJAN EN LA FUNDACION.	ESCALA DEL 1 AL 5	PORCENTAJE DE CADA PREGUNTA POR ESCALA	PUNTOS DE CADA PREGUNTA POR ESCALA
PREGUNTA 1.	2	0.5%	5
PREGUNTA 2.	2	0.5%	5
PREGUNTA 3.	3	0.75%	7,5
PREGUNTA 4.	3	0.75%	7,5
PREGUNTA 5.	5	1.25%	12.5
PREGUNTA 6.	2	0.5%	5
PREGUNTA 7.	2	0.5%	5
PREGUNTA 8.	2	0.5%	5
TOTAL.	21	5.25%	52.5PUNTOS.

CRITERIO PROCESOS.	ESCALA DEL 1 AL 5.	PORCENTAJE DE CADA PREGUNTA POR ESCALA.	PUNTOS DE CADA PREGUNTA POR ESCALA
PREGUNTA 1.	2	0.8%	8
PREGUNTA 2.	3	1.2%	12
PREGUNTA 3.	3	1.2%	12
PREGUNTA 4.	5	2%	20
PREGUNTA 5.	2	0.8%	8
TOTAL	15	6%	60 PUNTOS

CRITERIO CLIENTES.	ESCALA DEL 1 AL 5.	PORCENTAJE DE CADA PREGUNTA POR ESCALA.	PUNTOS DE CADA PREGUNTA POR ESCALA
PREGUNTA 1.	2	1.32%	13.32
PREGUNTA 2.	3	1.98%	19.98
PREGUNTA 3.	2	1.32%	13.32
PREGUNTA 4.	3	1.98%	19.98
PREGUNTA 5.	5	3.33%	33.33
PREGUNTA 6.	4	2.64%	26.64
TOTAL	19	12.57%	126.57 PUNTOS

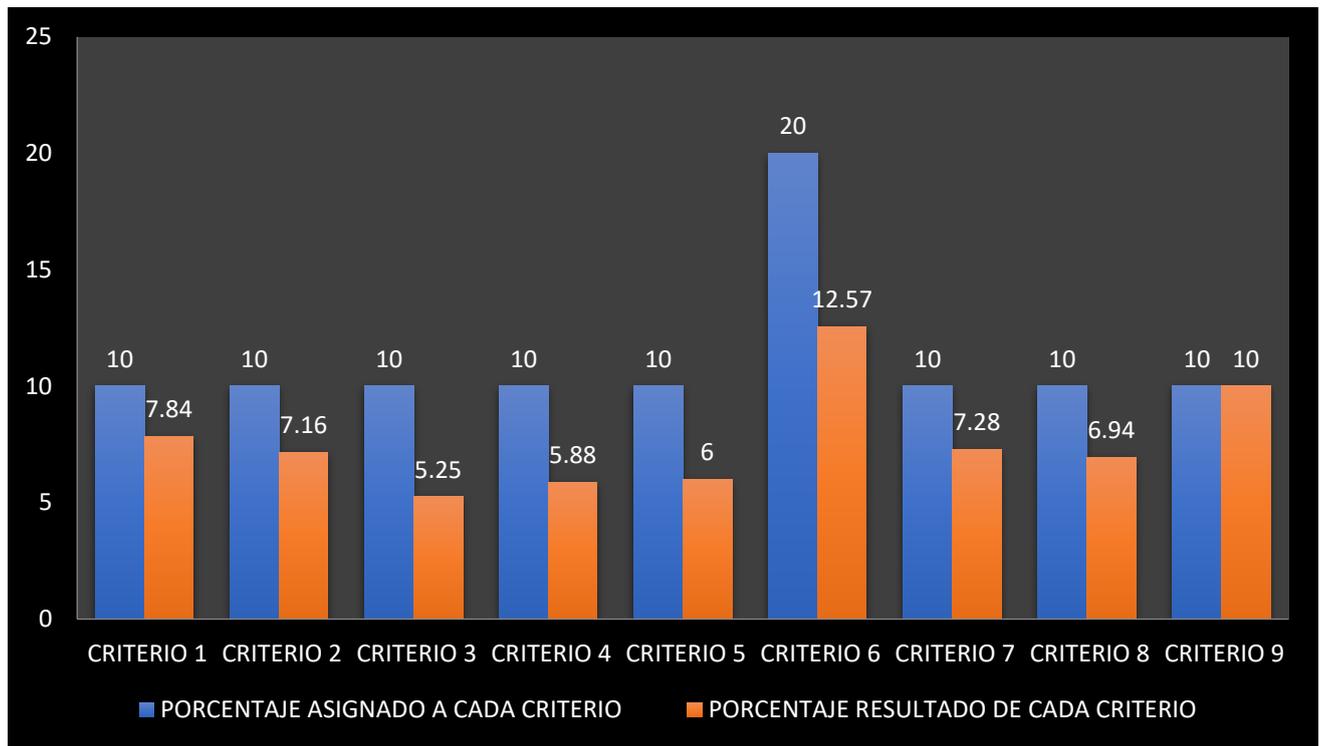
CRITERIO PERSONAS DE LA FUNDACION.	ESCALA DEL 1 AL 5.	PORCENTAJE DE CADA PREGUNTA POR ESCALA.	PUNTOS DE CADA PREGUNTA POR ESCALA
PREGUNTA 1.	3	0.84%	8.56
PREGUNTA 2.	3	0.84%	8.56
PREGUNTA 3.	4	1.12%	11.44
PREGUNTA 4.	4	1.12%	11.44
PREGUNTA 5.	4	1.12%	11.44
PREGUNTA 6.	4	1.12%	11.44
PREGUNTA 7.	4	1.12%	11.44
TOTAL.	26	7.28%	74.32 PUNTOS.

CRITERIO SOCIEDAD.	ESCALA DEL 1 AL 5.	PORCENTAJE DE CADA PREGUNTA POR ESCALA.	PUNTOS DE CADA PREGUNTA POR ESCALA
PREGUNTA 1.	3	0.99%	9.99
PREGUNTA 2.	3	0.99%	9.99
PREGUNTA 3.	3	0.99%	9.99
PREGUNTA 4.	4	1.32%	13.32
PREGUNTA 5.	5	1.66%	16.66
PREGUNTA 6.	3	0.99%	9.99
TOTAL	21	6.94%	69.94 PUNTOS

CRITERIO RESULTADOS CLAVE.	ESCALA DEL 1 AL 5.	PORCENTAJE DE CADA PREGUNTA POR ESCALA.	PUNTOS DE CADA PREGUNTA POR ESCALA
PREGUNTA 1.	5	3.33%	33.3
PREGUNTA 2.	5	3.33%	33.3
PREGUNTA 3.	5	3.33%	33.3
TOTAL	15	10%	100 PUNTOS

CRITERIOS	PORCENTAJE (%)	PUNTOS
LIDERAZGO.	7.84%	80 PUNTOS
POLITICA Y ESTRATEGIA.	7.16%	71.3 PUNTOS
PERSONAS QUE TRABAJAN.	5.25%	52.5 PUNTOS
ALIANZA Y RECURSOS.	5.88%	60.06 PUNTOS
PROCESOS.	6%	60 PUNTOS
CLIENTES.	12.57%	126.57 PUNTOS
PERSONAS.	7.28%	74.32 PUNTOS
SOCIEDAD.	6.94%	69.94 PUNTOS
RESULTADOS CLAVE.	10%	100 PUNTOS
TOTAL:	68.92%	694.69 PUNTOS.

**RESULTADO FINAL DE LA ENCUESTA DE LA CALIDAD INTERNA DE LA FUNDACION
UN GOL PARA EL SALVADOR CON EL MODELO DE CALIDA Y EXCELENCIA (EFQM)**



Analisis: según los resultados se observo que del 100% asignados del total de la encuesta, solamente se alcanzo **68.92%**, dando indicadores para poder asi, desarrollar un plan de mejora continua, no siendo este un mal resultado pero, se puede mejorar a mediano plazo.

PLAN DE PATROCINIO



POTENCIALES PATROCINADORES

Cuatro, Cuatro, Dos.	Nixon Deporte.
IMDER.	Pizza la Hacienda.



Se han identificado estos potenciales patrocinadores a los cuales se les propondrá un evento deportivo para el desarrollo del fútbol base, y así lograr en ellos la colaboración de patrocinio para el evento, buscando fortalecer el crecimiento deportivo.

7.4.1 Argumento para patrocinio

Somos una Fundación de Fútbol que busca el crecimiento del mismo para impactar en la sociedad de forma positiva a las nuevas generaciones de niños y niñas. Con seis años de trayectoria y hasta el momento con una continua formación.

7.4.1.1 Misión: Formar ciudadanos íntegros a través del fútbol, desarrollando una cultura de integración y tolerancia que contribuya al bienestar social y deportivo de El Salvador.

7.4.1.2 Visión: Ser el referente en la formación integral de ciudadanos y futbolistas salvadoreños.

7.4.1.3 Valores: Pasión, Tolerancia, Liderazgo, Integridad, Innovación, Respeto.

Se busca obtener un estándar de alta calidad, siendo esto muy importante para la expansión de nuevas alianzas con empresas que puedan gestionar patrocinios a la fundación.

Adquirimos el compromiso de mencionar las marcas patrocinadoras en todos los canales de comunicación, publicidad y redes sociales.

7.4.2 Proyecto para el patrocinador.

Copa un gol por el salvador.

“Formando Amistades por medio del Deporte” Invitados:

OLIMPIA F.C.



7.4.3 Ubicación geográfica



Urbanización Jardines de Cuscatlán, Santa Tecla, Bulevar Merliot.



Zona Celeste: Mesa de Honor y patrocinadores.

Zona Roja: Calentamiento.

Zona Azul y Amarilla: afición de fundación Gol y Olimpia F.C.

Zona Negra: Sonido.

Zona verde: protocolo de bioseguridad.

7.4.4 Objetivo del proyecto:

- Establecer un torneo anual y mantenerlo en el tiempo para crear conciencia deportiva y nuevos talentos, invitando a diferentes escuelas deportivas.

7.4.5 PRESUPUESTO PARA LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO			
Trofeos.	Patrocinio.	Refrigerio.	Patrocinio \$100
Árbitros.	\$40.00	Diploma de Participación.	\$5.00
Hidratación.	\$30.00	Instalaciones Deportivas.	\$80.00

7.4.6 Público objetivo:

Niños y niñas de 5 hasta los 14 años de edad.

- Nivel 1: 5-7 años.
- Nivel 2: 7-9 años.
- Nivel 3: 9-12 años.
- Nivel 4: 12-14 años.

7.4.7 CRONOGRAMA.	
Fecha de inicio del Evento.	Sábado 27 de noviembre de 2021.
Llegada del STAFF de la Fundación.	7:30 am
Hora de Inicio.	9:00 am.
Saludo de bienvenida, presentación de la mesa de honor y patrocinadores.	9:00 am.
Juramentación.	9:20 am.
Saque de honor.	9:25 am.
Fotografía de todos los niños por niveles.	9:30 am.
Calentamiento.	9:35- 9:45 am.
Llamado a los Equipos.	9:50 am.
Inicio de juegos simultáneos de los primeros 2 niveles (N1, N2). A un solo juego, con 2 periodos de tiempo de 25 minutos entre tiempos de 10 minutos.	10:00 am.
Finalización de los primeros partidos (Nivel 1, Nivel 2 y Nivel 3) Nivel 1: 8 niños en cancha, Nivel 2: 9 niños en cancha, Nivel 3: 9 niños en cancha.	11:00 am.
Finalización del último partido (Nivel 4) Nivel 4: 11 niños en toda la cancha.	12:00 md.
Premiación.	12:10 md.
Refrigerio y palabras de agradecimiento a todos los participantes y patrocinadores.	12:30 md.
Culminación del Evento.	1:00 pm.

7.4.8 Resultados

- Esperamos la presencia de alrededor de 120 niños y niñas.
- Publicidad durante todo el evento.
- Premiación a los ganadores de diferentes niveles.
- Buscar nuevos seguidores en nuestras redes sociales.
- Nuevas inscripciones de niños y niñas a la Fundación.

7.4.9 Necesidad de patrocinio

- Refrigerio.
- Hidratación.
- Indumentaria deportiva.
- Materiales deportivos.
- Trofeos.

7.4.10 Retorno para patrocinadores

- Mención de la marca en todos los canales de comunicación antes durante y después del evento.

7.4.11 Materiales de comunicación

- Carta de presentación institucional de la Fundación Un gol por El Salvador.
- **Dossier y memorias de eventos pasados:** En el 2018 se realizó un evento alusivo al Mundial de Futbol, caminata familiar al Eco parque el Espinos 2020, convivio familiar y deportivo en el estadio las delicias 2020.
- **Dossier de marca patrocinadora que sean sumado a la Fundación:**
“Demostae” corte de cabello a los chicos, “Cien” área de nutrición, “Hotel Paradise”, Maca Uniformes.

7.4.12 Convenio con los patrocinadores

- Nos ofrecen sus productos con un porcentaje menor al precio del mercado, en ocasiones de manera gratuita para el beneficio de los niños y padres de familia y miembros de la fundación.

7.4.13 Control de la gestión de patrocinadores

- Buscamos patrocinadores con alto sentido social que apoyen al deporte y que sean afines al Fútbol, manteniendo contacto continuo para los siguientes eventos.

7.4.14 Informe de seguimiento de patrocinadores

- Informamos a los patrocinadores la publicidad de sus marcas en nuestros canales de comunicación.
- Informamos sobre futuros eventos para su apoyo.
- Envíos de correos, fotos y videos para evidenciar el evento realizado.

7.4.15 Contacto con potenciales patrocinadores

- Cada uno de los patrocinadores se contactó por teléfono.
- Se desarrolló una reunión online con la empresa Cuatro, Cuatro, Dos, se propuso la idea y objetivo del evento y nuestro interés por su apoyo.

7.4.16 Seguimiento de gestión de patrocinios

- Calendario de contenidos a los patrocinadores.
- Reunión vía Google Meet con el restaurante Pizza la hacienda, donde se abordó el desarrollo del cronograma el inicio, desenlace y finalización del mismo.
- Se mantuvo en contacto telefónico a los patrocinadores.

San Salvador, octubre 25 de 2021.

Señores,

OLIMPIA F.C.

Atn:

Carlos Patricio Rivas.

CUIDAD.

San Salvador, municipio de San Salvador.

Ref.: Evento COPA UN GOL POR EL SALVADOR.

Respetado director técnico **Carlos Patricio Rivas**, Reciba un cordial saludo.

El motivo de esta, es para invitarle al evento "COPA UN GOL POR EL SALVADOR", en la mañana del sábado 27 de noviembre de 2021, a partir de las 9 horas.

Sería muy placentero para nosotros la participación de los niveles (nivel 1, nivel 2, nivel 3, nivel 4) de futbol base que tienen en su escuela deportiva OLIMPIA F.C. siendo una escuela deportiva que busca el desarrollo del futbol de sus integrantes.

Esperamos su participación en el evento y así poder fomentar la amistad y la alegría en los niños.

Agradecemos su tiempo y colaboración. Esperamos su respuesta.

Atentamente:

Julio Armides Mena Peña.

Estudiantes de la licenciatura en Educación Física.



Firma.



Sello.

San Salvador, octubre 25 de 2021.



Señores.

CUATRO CUATRO DOS.

Atn:

Raúl Antonio Ayala Chacón.

CUIDAD.

San Salvador, municipio de San Salvador.

Ref.: Patrocinio Evento COPA UN GOL POR EL SALVADOR.

Respetado director técnico Raúl Antonio Ayala Chacón, Reciba un cordial saludo.

El motivo de esta, es para solicitarle su colaboración con su patrocinio, en el evento "COPA UN GOL POR EL SALVADOR", en la mañana del sábado 27 de noviembre de 2021, a partir de las 9 horas.

Sería muy placentero para nosotros, sabiendo que su empresa CUATRO CUATRO DOS, representa una marca de alta calidad en diseños de ropa deportiva en nuestro país y por ello solicitamos un acuerdo patrocinio con ustedes.

Se le dará publicidad al logo de la empresa, y se les mencionará durante todo el evento en nuestros canales de comunicaciones y redes sociales.

Solicitamos los diseños de la indumentaria del STAFF deportivo de la fundación, así también el diseño del uniforme de los niños y la barra del equipo.

Agradecemos su tiempo y colaboración. Esperamos su respuesta.

Atentamente:

Julio Armides Mena Peña.

Estudiantes de la licenciatura en Educación Física.

Firma.



Sello.

San Salvador, octubre 25 de 2021.



Señores.

IMDER.

Atn:

Sthephanie Liseth Campos Barrera

CUIDAD.

San Salvador, municipio de San Salvador.

Ref.: Patrocinio Evento COPA UN GOL POR EL SALVADOR.

Respetada Coordinadora Deportiva **Sthephanie Liseth Campos Barrera**, Reciba un cordial saludo.

El motivo de esta, es para solicitarle su colaboración con su patrocinio, en el evento "COPA UN GOL POR EL SALVADOR", en la mañana del sábado 27 de noviembre de 2021, a partir de las 9 horas.

Sería muy placentero para nosotros su apoyo, conocemos que **IMDER**, apoya en gran manera al deporte de nuestro país, buscando el desarrollo mismo.

Solicitamos de parte de ustedes el apoyo de trofeos para la premiación de los equipos ganadores del evento.

Agradecemos su tiempo y colaboración. Esperamos su respuesta.

Atentamente:

Julio Armides Mena Peña.

Estudiantes de la licenciatura en Educación Física.

Firma.

Sello.

San Salvador, octubre 25 de 2021.

Señores.

PIZZERIA LA HACIENDA.

Atn:

Flor Ixchel Clará

CUIDAD.

San Salvador, municipio de San Salvador.

Ref.: Patrocinio Evento COPA UN GOL POR EL SALVADOR.

Respetada propietaria de la Pizzería la Hacienda Flor Ixchel Clará, Reciba un cordial saludo.

El motivo de esta, es para solicitarle su colaboración con su patrocinio, en el evento "COPA UN GOL POR EL SALVADOR", en la mañana del sábado 27 de noviembre de 2021, a partir de las 9 horas.

Sería muy placentero para nosotros su apoyo, conocemos que **LA PIZZERIA LA HACIENDA**, es preferida por los niños de la fundación.

Solicitamos de parte de ustedes el apoyo de refrigerios para el día del evento.

Agradecemos su tiempo y colaboración. Esperamos su respuesta.

Atentamente:

Julio Armides Mena Peña.

Estudiantes de la licenciatura en Educación Física.



Firma.



Sello.





San salvador, 15 de Noviembre de 2021

Señores.
Departamento de Ciencias de la Educación
Facultad de Ciencias y Humanidades
Universidad de El Salvador

Estimados Señores:

Reciban un cordial saludo de parte de nuestra fundación un GOL para El Salvador, expresándoles nuestros mejores deseos de éxito en su importante labor educativa.

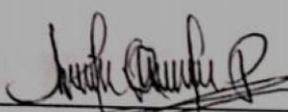
Nos dirigimos a Ustedes para informarles que el **Br. Samuel de Jesús Ortiz Amaya, carnet: OA16014** y **Br. Julio Armides Mena Peña, carnet: MP12070** ha realizado satisfactoriamente su Practica de Especialización del Módulo IV, en el proyecto: **"COPA UN GOL PARA EL SALVADOR"** Durante el periodo de 01 de Septiembre al 29 de Octubre de 2021, cumpliendo con sus prácticas en las siguientes actividades.

- Gestión de Patrocinadores.
- Gestión Recurso Humano y materiales.
- Gestión de torneo "COPA UN GOL PARA EL SALVADOR"

Agradecemos de antemano la colaboración brindada por su institución, así como el valioso aporte del Br. Ortiz y el Br. Mena.

Nos despedimos de ustedes,
Atentamente,

F. _____


Lic. José Orlando Martínez Peña.
D.T. de la Fundación.

8.0 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

<https://www.misentrenamientosdefutbol.com/diccionario/metodos-de-ensenanza>

[https://www.misentrenamientosdefutbol.com/diccionario/metodos-de-ensenanza.](https://www.misentrenamientosdefutbol.com/diccionario/metodos-de-ensenanza)

<https://www.cyberclick.es/marketing/plan-de-marketing>

<https://www.casadellibro.com/libro-patrocinio-deportivo-el-plan-de-exito-para-lograr-asociaciones-r-entables-en-la-era-de-la-tecnologia/9788499933795/9630847>

https://www.libreriadeportiva.com/libro/patrocinio-deportivo-el-plan-de-exito-para-lograr-asociaciones-rentables-en-la-era-de-la-tecnologia_72973

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://ungolparaelsalvador.org/&ved=2ahUKEwic95ab74f4AhVzSTABHZsiDqUQFnoEAcQAQ&usg=AOvVaw04qytFRhVqARH3ZsLKz8Vq>