

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



**TÍTULO:
“PLAN DE MARKETING FÚTBOL CLUB CARASQUE”**

PRESENTADO POR:	CARNÉ
José Ronal Murcia Álvarez	(MA17038)
Juan Francisco Menjivar Cruz	(MC16016)
Erick Saúl Hernández Salguero	(HS17020)

INFORME FINAL DEL “CURSO DE ESPECIALIZACIÓN PARA LA DIRECCIÓN Y GESTIÓN DEPORTIVA”, PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN ESPECIALIDAD EDUCACIÓN FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Maestro: Boris Evert Iraeta.

COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO

Maestro: Javier Vladimir Quintanilla Orellana

CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, ENERO DEL 2023

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR:

MAESTRO: ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICERRECTOR ACADÉMICO:

DOCTOR: RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO:

INGENIERO: JUAN ROSA QUINTANILLA

SECRETARIO GENERAL:

INGENIERO: FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

FISCAL GENERAL:

LICENCIADO: RAFAEL HUMBERTO PEÑA MARÍN

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO:

MAESTRO: ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

VICEDECANA:

MAESTRA: SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

SECRETARIO:

MAESTRO: YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

AUTORIDADES DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

DOCTORA: GLORIA ELIZABETH ARIA DE VEGA

COORDINACIÓN DE LO PRECESO DE GRADO

MAESTRO: JAVIER VLADIMIR QUINTANILLA ORELLANA

DOCENTE CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

MAESTRO: BORIS EVERT IRAETA

INDICE

Resumen	5
Entorno General	6
Población	7
Entorno competitivo	8
Mercado	9
Oportunidades	10
Debilidades y Fortalezas	11
Público Objetivo	12
Fijación de objetivos	13
Objetivos Específicos	14
Estrategias Tácticas	15
Posicionamiento	16
Marketing Mix	17
Plan de acción	18
Presupuesto	19
Supervisión	20

RESUMEN

El presente proyecto se muestra el informe general en el cual se evalúan aspectos fundamentales los cuales nos permiten conocer la eficacia y la sostenibilidad del mismo, dentro de lo que se evaluó esta, el entorno general, entorno sectorial, el entorno competitivo, el mercado, el FODA, el público objetivo, la fijación de objetivos, las estrategias comerciales del club y tácticas, la segmentación, el posicionamiento, el marketing mix, las plazas, los precios y promociones, estos aspectos permiten a la organización F.C Carasque, analizar las situaciones de su entorno para identificar sus fortalezas y debilidades, para llevar a cabo un proyecto de marketing que le permita al club ser un proyecto estable que genere beneficios a corto y largo plazo. Dentro del informe podemos encontrar los resultados de una encuesta realizada a los habitantes de la comunidad de Carasque, perteneciente al Municipio de Nueva Trinidad, Departamento de Chalatenango, en la cual podemos identificar el nivel de aceptación obtenido por los habitantes con el proyecto. En el desarrollo encontramos la aplicación del modelo EFQM el cual permite a la organización realizar un análisis objetivo, riguroso y estructurado de la actividad y los resultados que está obteniendo la organización, con la aplicación de este método en la institución F.C Carasque, podemos identificar la sostenibilidad del proyecto e identificar las situaciones de mejora para lograr obtener resultados más eficientes a nivel comercial, dentro de la elaboración de este plan se busca también estrategias y técnicas adecuadas para lograr obtener ingresos que faciliten la sostenibilidad del club, a través de negocios propios y sus patrocinadores.

Palabras clave: Entorno competitivo, Entorno sectorial, Marketing mix, Modelo EFQM, Patrocinadores del club.

DESCRIPCION DE LA SITUACION:

1: ENTORNO GENERAL:

El deporte en el municipio de Nueva Trinidad, nunca ha sido visto como una prioridad desde gobiernos anteriores como el actual. Los equipos de fútbol de la zona normalmente con sus propios medios buscan encuentros amistosos con otras comunidades ya sean del municipio como de fuera del mismo, debido a que hay pocos torneos municipales al año y los cuales duran muy poco y así mayor parte del año se pasa inactivo en tema de competición local.

Indes no se reconoce en el municipio por acciones que haya llevado acabo, y así otras instituciones que a nivel nacional apoyan, acá no se ha visto ese tipo de ayuda frecuentemente a los jóvenes. La parte económica de los pobladores de la zona normalmente se dedican a la agricultura y ganadería para el sustento de los mismos. Razón por la cual en las comunidades se menciona mucho el tema inmigración en la población joven y adulta ya que se cuenta con pocas posibilidades de salir adelante por medio de los trabajos que se realizan. Los equipos que existen a nivel municipal llagan a 12 equipos uno o dos por cada comunidad, siendo todos ellos pertenecientes a categoría amateur.

Poco apoyo al deporte el cual afecta el entorno deportivo de las comunidades siendo esto una amenaza latente para que muchos jóvenes tomen otro tipo de distracciones como los son las drogas y otros vicios que afecten de manera negativa el entorno deportivo a nivel municipal. Cabe mencionar que el entorno del equipo es un ambiente rural donde hay pocas oportunidades de desarrollo. El comercio deportivo que genera competencia en el

entorno a proyección esta poco desarrollado, ya que las tiendas que están en el municipio como en la comunidad no cuentan con el ofrecimiento de artículos deportivos lo cual brinda la pauta para ofrecer los futuros productos como equipo. Entre las propuestas se tendrá camisetas personalizadas del equipo, accesorios, bufandas. Todos estos productos no contarían con competencia ya que no hay venta de productos deportivos en la zona.

POBLACIÓN:

Departamento	Municipio	Cantón
Chalatenango	Nueva Trinidad	Carasque
Población	1673	409

ENTORNO SECTORIAL:

El entorno en su totalidad es una zona rural donde la población normalmente se dedica a trabajos domésticos, agrícolas y ganadería lo cual generan el sustento de las familias. El sector comercio forma parte de la diversidad que estos ofrecen ya que por la zona genera productos lácteos y granos de primera necesidad. El área comercial relacionado a implementos de deporte cuenta con poco a nada de desarrollo en el municipio como en la comunidad donde pertenece el equipo Fútbol Club Carasque, una ventaja que genera a los futuros emprendedores en relación a la venta de implementos deportivos. La mayoría de tiendas realizan ventas relacionadas a productos agrícolas, golosinas, productos de primera necesidad en el hogar, la cantidad de tiendas es muy poca lo cual muchas veces se genera el problema de poca variedad de productos. Otros atractivos que el visitante disfruta en la zona

recursos naturales que el entorno ofrece a los pobladores como lo son ríos, montañas, tranquilidad sin delincuencia y la amabilidad que las personas de las zonas ofrecen a sus visitantes, un factor a favor para el mejor ambiente en los comercios locales.

ENTORNO COMPETITIVO:

Todas las comunidades cuentan con su equipo de fútbol organizado de igual manera con su propia cancha de fútbol. La mayoría de equipos de la zona no cuentan con planes de marketing para sus equipos y mucho menos planes para autofinanciar sus equipos como promociones de servicios o productos que generen los mismos. Actualmente fútbol club Carasque es el único equipo que cuenta con una página publicitaria que da a conocer sus actividades como el espacio para que diferentes clientes, proveedores puedan anunciar sus productos generando así una opción más de ingreso al equipo. Productos propios serán producidos por el equipo, se invertirá en la producción de ropa deportiva, accesorios deportivos o paquetes promocionales a beneficio de la población. El entorno competitivo comercial en el área deportiva es muy deficiente lo cual genera ventajas a los nuevos emprendedores con proyectos e iniciativas a ofrecer a la población, generando así una nueva variedad de productos en la zona. Los equipos deportivos no tienen productos y servicios a disposición de la población para la generación de sus propios ingresos.

MERCADO:

Fortalezas:

- Experiencia en el área de organización de equipos.
- Escenario deportivo remodelado y a disposición del equipo y clientes interesados en rentar dicha cancha deportiva.
- Zona adecuada para la mercadería de la zona, compra y venta de productos.
- Dinero en caja para poder realizar inversiones a corto o largo plazo.
- Motivación en jóvenes para formar un equipo competitivo que llame la atención de patrocinios, como instituciones.
- Prestigio a nivel municipal.
- Cancha de fútbol en muy buenas condiciones.

Oportunidades:

- Explotar el recurso humano del equipo.
- Crecer a nivel municipal como departamental en imagen.
- Lograr que más personas se interesen en invertir en nuestra marca.
- Apoyo de instituciones gubernamentales como no gubernamentales.
- Apoyo económico por medio de personas altruistas.
- Competencia.
- Alquiler de cancha de fútbol.

Debilidades:

- Falta de personal técnico para desarrollar mejor las habilidades de los jóvenes.
- Dependencia de fondos de personas altruistas.
- Dificultades económicas para el desarrollo en el área de marketing.
- No se cuenta con patrocinador actualmente.
- Poco apoyo de parte de instituciones.
- Poco compromiso de la municipalidad para el mejor desarrollo del deporte.
- No se aprovecha al máximo el recurso humano dentro del equipo.

Amenazas:

- Creación y organización de los demás equipos para la mejora de ingresos utilizando medios como redes sociales para atraer patrocinios.
- Que las nuevas ADESCOS en años próximos no muestren o den apoyo al deporte de la comunidad.
- Aumento de equipos en la zona.
- Inversión de proyectos para generar ingresos en otros equipos.
- Inmigración de personas.

PUBLICO OBJETIVO:

- Jóvenes universitarios, campesinos entre las edades de 18 a 30 años de edad.
Personas adultas como padres de familia y empleados de distintas organizaciones.
- Personas en los Estados Unidos.
- Instituciones gubernamentales como no gubernamentales.
- Movimientos juveniles en la zona.
- Pequeño y mediano emprendimientos.
- Zona ganadera.
- Equipos deportivos.

FIJACION DE OBJETIVOS:

Objetivo General:

- Aumentar el número de personas interesadas en patrocinar al equipo deportivo.
- Mejorar la imagen de la marca por medio de patrocinios, clientes y organizaciones en la zona.
- Atraer más jóvenes para formar parte del equipo y estructurar un equipo competitivo.
- Creación de nuevos espacios publicitario para dar a conocer la marca.
- Ofrecer servicios a los clientes para nuevos ingresos al club

Objetivos específicos:

- Aumentar la publicidad en los diferentes medios tecnológicos.
- Atraer negocios de la zona para formar parte de la marca.
- Brindar beneficios a los que conformen el equipo deportivo.
- Crear planes de marketing para atraer inversionistas al equipo.
- Hacer alianzas con emprendimientos de la zona como de afuera.
- Atraer equipos de la zona para alquiler de cancha de fútbol.
- Creación de una membresía justa para los clientes

ESTRATEGIAS Y TACTICAS :

ESTRATEGIA	FORTALEZA	DEBILIDAD
Página en Facebook	La red social es muy consumida por las personas de la zona.	La señal telefónica en algunas zonas es mala.
Crear espacios de interés de futuros patrocinadores.	Proyecto que con el largo del tiempo siempre se mantendrán activo.	Poco recurso de equipo para la inversión a proyectos que atraigan nuevos clientes.
Creación de áreas específicas para enfocarse de mejor manera en la obtención de nuevos objetivos.	Personal humano capacitado en área de deporte, psicología, ingeniería, trabajo social.	Poco tiempo de parte del recurso humano.
Un equipo competitivo	Cancha de fútbol y excelentes condiciones, zona segura.	Poca población en la zona, poca juventud en la comunidad.
Hacer espacios de comercio a beneficio del equipo deportivo.	Organización de comité permanente.	La poca población en la comunidad y sus alrededores.
Realizar espacios donde sector ganadero se sienta atraído por nuestros servicios y productos.	Acercamiento y buena comunicación con la población de la zona.	Poco interés de parte de la población ganadera por el deporte.
Brindar servicios de alquiler a equipos de la zona.	Cancha de fútbol en muy buenas condiciones.	Frecuencia con que se alquila la cancha de fútbol.

Segmentación:

- El equipo deportivo fútbol club Carasque tendrá áreas para que futuros patrocinadores de la zona vean como ventaja el formar parte como patrocinadores del equipo.
- Personas jóvenes interesadas en nuestro equipo, de la zona como de fuera de la comunidad para crear una estructura competitiva.
- Organizaciones con fines al apoyo de la juventud en el área deportiva.
- Equipos deportivos de la zona interesados en contar con nuestros servicios.
- Zona ganadera interesada en el apoyo al deporte.

Cartera:

- Espacio publicitario: Pagina en Facebook para poder promocionar cualquier marca interesa el servicio y llegar a un acuerdo de tarifa por publicación.
- Colocación de patrocinadores en los uniformes del equipo pagando un monto por tal patrocinio.
- Cobro de \$0.25 por cada persona que ingresa los días de entreno, excepto niños de 1 a 12 años.
- Organización de eventos para generación de ingresos.
- Venta de productos personalizados.
- Realización de torneos realizando cobro a cada equipo inscrito.
- Membresías.
- Alquiler de instalación en muy buenas condiciones para la práctica del fútbol y otras festividades como cumpleaños, bodas y más

POSICIONAMIENTO

El club en estos momentos cuenta con una posición en primer lugar dentro del municipio a nivel de reconocimientos por méritos futbolísticos, como también a nivel de seguidores en la página de Facebook, a nivel futbolístico es muy importante mencionar que a las personas de otras comunidades toman al club como un ejemplo a seguir, y es el club más popular de la zona, es la única institución que contara con un plan de productos comerciales como, camisetas, bufandas, llaveros, también ofrece el alquiler de las instalaciones de la cancha, y la posibilidad al público en general de ser socios de F.C CARASQUE.

- Es la página número uno en noticias deportivas del club o de cualquier ámbito de la comunidad y municipio.
- La página Fútbol Club Carasque cuenta con un buen posicionamiento en la zona ya que es la única cuenta deportiva activa con más de 800 seguidores.
- F.C Carasque, es el único club que contara con venta de camisetas y otros artículos deportivos con nombre y logotipo del club a través de las tiendas de la comunidad.
- Los fondos se manejan de forma transparentes.
- La marca de camisetas y bufandas estarán elaboradas con tela de calidad.
- Membresías, las cuales permitirán contar con beneficios de descuentos a las personas asociadas al club.
- Alquiler de la cancha de fútbol para encuentros deportivos u otras festividades

MARKETING MIX

Producto:

F.C Carasque y ADESCO, ofrecerán a los seguidores de este club, lo que son vestimentas deportivas, los productos a disposición de los clientes serán:

- Camisas deportivas marca Carasqueña, en tallas L, M, S para personas mayores de 16 años, y tallas infantiles como lo son tallas, 8, 10, 12, 14, los diseños varían en camisas para género Masculino y Femenino. Todas estas llevan en el lado izquierdo de la camiseta a nivel del corazón el escudo del club, y a nivel de cuello parte trasera el Nombre del club (F.C CARASQUE) teniendo los colores NEGRO Y AMARILLO EN forma vertical, cuando se juega de local, Blanco y Amarillo en forma vertical cuando se juega de visita.
- F.C Carasque, también cuenta con Bufandas para que las personas puedan adquirir dicho producto. La cuales son de los colores NEGROS Y AMARILLO Y BLANCO Y AMARILLO, escudo en la parte central.
- Se cuenta con llaveros, con el logotipo del club.
- En los partidos de local el club en coordinación con la ADESCO cuenta con las ventas de comidas, bebidas y golosinas.
- Membresías.
- Alquiler de la cancha de futbol para actividades deportivas, o cumpleaños, bodas o cualquier actividad similar.

Precio: Los precios van a variar dependiendo la talla de la camiseta, y los llaveros tienen un solo precio y las bufandas también cuentan con un precio único.

PRECIOS DE CAMISETAS, LLAVEROS, BUFANDAS, MEMBRESIA Y ALQUILER DE CANCHA.

Camisetas	Tallas	Precio.
	L	\$15.00
	M	\$14.00
	S	\$13.00
	8 Y 10	\$11.00
	12 Y 14	\$12.00
BUFANDAS	UNICA	\$5.00
LLAVEROS	UNICA	\$3.00
COMIDA	PLATO	\$3.00 a 5.00
MEMBRESIAS ANUAL F.C CARASQUE:		\$50.00
ALQUILER DE LA CANCHA DE FUTBOL		\$50.00

Plaza:

- Las camisetas deportivas, bufandas y llaveros se pueden adquirir en las tiendas de la comunidad, TIENDA CARASQUEÑA CENTRAL, frente a plaza pública de la comunidad, y en TIENDA KEIRY, ubicada a un costado del Centro escolar.
- La comida se puede adquirir en el sector de la entrada de la cancha de fútbol Carasque, los domingos que se cuenten con partidos de local por el club.
- Membresías, se vende a través de la ADESCO, de la comunidad las cuales a las personas que gusten asociarse al club, tienen un valor de \$50.00, y las personas que la adquieren se le entrega un carnet de acreditación con sello, y firma del presidente de la ADESCO.
- El alquiler de la cancha de futbol para eventos deportivos u otro tipo de fiestas se deberá coordinar con la ADESCO.

Promoción:

- En la página del club se estará publicando los diseños de camisetas, bufandas y llaveros.
- Por la compra de dos camisas te llevaras un llavero gratis.
- Por la compra de 3 camisas te llevaras una bufanda gratis.
- Si eres de los primeros 50 personas en adquirir una camiseta, te ganaras un Ticket para que puedas ir a cenar a la pupusería la Carasqueña. (4 Pupusas y un Chocolate)
- Membresía: a las primeras 60 personas que se asocien al club, se le entregará, una camiseta y a las siguientes 100 personas, se le entregará una bufanda, las personas

que compren la membresía, podrán disfrutar de todos los partidos que el club tenga durante el año 2022 como local, y entrenamientos. También tendrán la oportunidad de comprar productos deportivos en las dos tiendas antes mencionadas, con un descuento del 10%.

- Para las personas que gusten organizar fiestas de cumpleaños, bodas o festividad similar y a equipos de fútbol que gusten realizar eventos deportivos, el alquiler tendrá un costo de \$50.00, pero para aquellas personas que sean socias del club y deseen alquilar la cancha de futbol, tendrán un descuento del 15%.

Promociones y ofertas:

- La publicidad de nuestros productos se realizará a través de la página en Facebook de F.C Carasque, para que las personas de la comunidad y fuera de ella puedan estar al tanto de nuestros estilos. Se habilitará la opción de mensajería para brindar información a las personas del cómo pueden adquirir las camisetas
- Las tiendas contarán con banner publicitario con los estilos de camiseta del club.
- En la página del club, se tendrá un enlace donde se brinde información del cómo poder adquirir la membresía, para las personas que no cuentan con el uso de la tecnología, podrán pasar por las dos tiendas o ADESCO, pidiendo un afiche, donde puedan saber la información necesaria de cómo obtener los beneficios que genera la membresía.
- El alquiler de la cancha se puede tratar con ADESCO y también con la directiva del Club la cual coordinará con ADESCO

PLAN DE ACCIÓN

- F.C Carasque y ADESCO, se cuenta con un acuerdo con la sastrería del lugar, SASTRERIA AGUAS VIVAS, la cual es la encargada de fabricar las camisetas, bufandas y llaveros, nosotros como equipo ejercemos una compra directa a ellos y como equipo se tiene un acuerdo con las dos tiendas antes mencionadas de la comunidad para que sean estas las encargadas de revender nuestros productos, en los cuales se les brinda un precio dependiendo la talla y ellos nos hacen una compra directa al club de todos estos productos luego ellos venden en base a lo que consideran apropiado poder ganar a cada camiseta, bufanda o llavero.
- Con la venta de comida, bebidas y golosinas el domingo que el club juega de local, el equipo paga dos cocineras para que sean las encargadas de poder preparar la comida y un integrante de la directiva, es el encargo, de los cobros por cada uno de estos productos vendidos el día del evento.
- La página del club juega un papel importante como medio informativo, para que los habitantes estén al tanto de fechas de partidos, horarios, y ventas de camisetas.
- A través de la página se le da publicidad a las dos tiendas que cuentan con la venta de productos deportivos, que adquieren de nuestro club, y se les da publicidad de otras ofertas que ellos manejen.
- Las membresías, se tendrá información en la página en Facebook, como en afiches, en las dos tiendas más importantes de la comunidad, para que las personas puedan comprender la importancia de asociarse al club y ver todos los beneficios que esto genera, y la venta de las, membresías, será a través de la ADESCO, de la comunidad,

por medio de un carné firmado y sellado por presidente de ADESCO. Y con fecha de inicio y fecha de vencimiento.

- Alquiler de la Cancha de fútbol, para actividades deportivas, como cumpleaños, bodas y más en esta se deberá coordinar con la directiva del club o ADESCO, para definir fechas y hora, para que en su momento no vaya a chocar este tipo de eventos, con las actividades deportivas del club, como horas de partidos o entrenamientos.

PRESUPUESTO

- Las instalaciones del Club tienen un valor aproximado de \$20,000.
- Para el mantenimiento de la herramienta de la página en Facebook se tiene un fondo de \$900,00 para el año 2022.
- El club actualmente cuenta con un presupuesto de \$2000,00 en los cuales invertirá el 75% de este presupuesto en costos de las camisetas, llaveros y bufandas, que se le compren a la Sastrería local, el otro 25% se tendrá como una fuente de ahorro del club por cualquier necesidad que se presente de invertir en más producto.
- La recaudación que se hagan de las entradas en los días de entreno y de partidos, se irán sumando al presupuesto de ahorro del club.
- En el presupuesto es importante mencionar que en etapas del año se reciben ayudas de personas de Carasque que actualmente están en el extranjero, sin tener un dato

especifico de cuanto es la ayuda anual que se recibe, ya que cada año puede variar, es importante rescatar que es una parte importante para el equilibrio de las finanzas del club.

- Membresías: estas últimas generarían la mejor fuente de ingreso al club, ya que se tendrá un parámetro de las personas asociadas al club y los ingresos anuales a través de ellos.
- Alquiler de la cancha de fútbol: esta generara una fuente de ingresos significativos, ya que es un medio bastante usado por los pobladores para realizar fiestas, o para equipos del municipio que les gusta alquilar para jugar en un buen escenario deportivo.

SUPERVICIÓN

- Cronogramas de actividades para el seguimiento todos los indicadores establecidos.
- Los directivos del CLUB Y ADESCO, mensualmente tendrán una reunión para evaluar o dar a conocer la cantidad de personas que se hicieron socias al club, los alquileres de la cancha y los ingresos en las ventas de camisetas, llaveros y bufandas, así también las ganancias de las ventas de comida los días que se tenga eventos deportivos, en este también se darán a conocer las aportaciones económicas o materiales deportivos de personas en el extranjero.
- Una encuesta, para conocer la satisfacción de los consumidores del producto del club, seguimiento a sugerencias o reclamos cada 3 meses.
- Cada 3 meses, se hará un análisis del crecimiento de seguidores por medio de la paganía en Facebook.

- Seguimiento de redes sociales.
- Supervisión en las camisetas, bufandas y llaveros, que la fábrica este elaborando, decalidad tal a lo acordado.
- Supervisión en la venta de los productos del club, en las tiendas, que estas estén dandoal cliente los precios sugeridos por el club.



F.C CARASQUE

ENCUESTA DE MEDICIÓN SOBRE SATISFACCIÓN DE PROYECTO MARKETING F.C CARASQUE

Br. José Ronal Murcia Álvarez	MA17038
Br. Juan Francisco Menjivar Cruz	MC16016
Br. Erick Saul Hernández Salguero	HS17020

Tabla de contenido

INFORME DE RESULTADOS	1
F.C CARASQUE	1
RESUMEN EJECUTIVO	3
FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA	5
SEXO.....	6
EDAD.....	7
OCUPACIÓN	8
COMUNIDAD.....	10
RESULTADOS	11
Conclusiones y recomendaciones.....	26
Conclusiones.....	26
Recomendaciones.....	27

RESUMEN EJECUTIVO

El Marketing deportivo en los últimos años a nivel mundial ha permitido a las empresas posicionar sus marcas en internet y redes sociales, mediante acciones vinculadas al deporte, como lo es el caso de F.C CARASQUE, un equipo de futbol de categoría amateurs pero que a nivel de municipio es muy reconocido por acciones deportivas como también por proyectos de marketing, los cuales le permite tener una muy buena cantidad de seguidores.

El objetivo de la encuesta es poder conocer la aceptación de los habitantes, del Municipio de NUEVA TRINIDAD y sus Comunidades, SANTA LUCIA, ALEMANES, MANAQUIL, EL PLANIADO EL BAJILLO, HUIZUCAR, JAGUATAYA Y CARASQUE. En los precios de los productos a la venta por el Club, la calidad con la que estos están fabricados, como también otros programas como, membresías, horarios en los que las instalaciones del club están habilitadas para que las personas puedan ir a realizar actividades físicas, la calidad de las instalaciones, lo accesibles que las instalaciones son, los medios de transporte que el club tiene para movilizar a sus jugadores y aficionados a partidos de futbol fuera de su comunidad, también la aceptación del manejo que el club hace a su página en Facebook.

La encuesta fue realizada a 50 personas, todas procedentes del municipio de NUEVA TRINIDAD, en sus diferentes comunidades, para la cual utilizamos el: Método de muestreo Probabilístico, los miembros participantes de esta encuesta fueron elegidos al azar.

El instrumento fue a través de una encuesta la cual contiene 15 preguntas con 4 opciones de respuesta, MALA, BUENA, MUY BUENA, EXCELENTE. En las cuales buscamos conocer el nivel de aceptación a los proyectos que F.C CARASQUE, ha implementado a través del Marketing.

Para poder llenar las encuestas buscamos la participación de personas mayores de 13 años y menores de 50 años, y todas residentes del municipio de Nueva trinidad, a las cuales se les explica el objetivo de realizar la encuesta y la forma de cómo debían marcar la opción que ellos consideraban apropiado, para seguidamente poder tener todos los datos necesarios.

Con las respuestas de los encuestados, para lograr procesar los datos tomamos ha bien el poder usar el programa informativo Microsoft Excel, para Windows, en los cuales procesamos en orden cada una de las preguntas y resumíamos sus porcentajes en una gráfica de pastel, utilizando el Análisis Descriptivo, para una mejor calidad de datos.

FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA

Nombre de la encuesta:

PROYECTO DE MARKETINKG F.C CARASQUE.

Responsables:

Br. José Ronal Murcia Álvarez
Br. Juan Francisco Menjivar Cruz
Br. Erick Saul Hernández Salguero

Fecha de recolección de información:

14 de junio de 2022.

Marco de muestra:

Los habitantes del municipio de Nueva Trinidad, y sus comunidades como lo son: SANTA LUCIA, ALEMANES, MANAQUIL, EL PLANEADO EL BAJIO, HUIZUCAR, JAGUATAYA Y CARASQUE.

Tamaño de la muestra:

50 personas

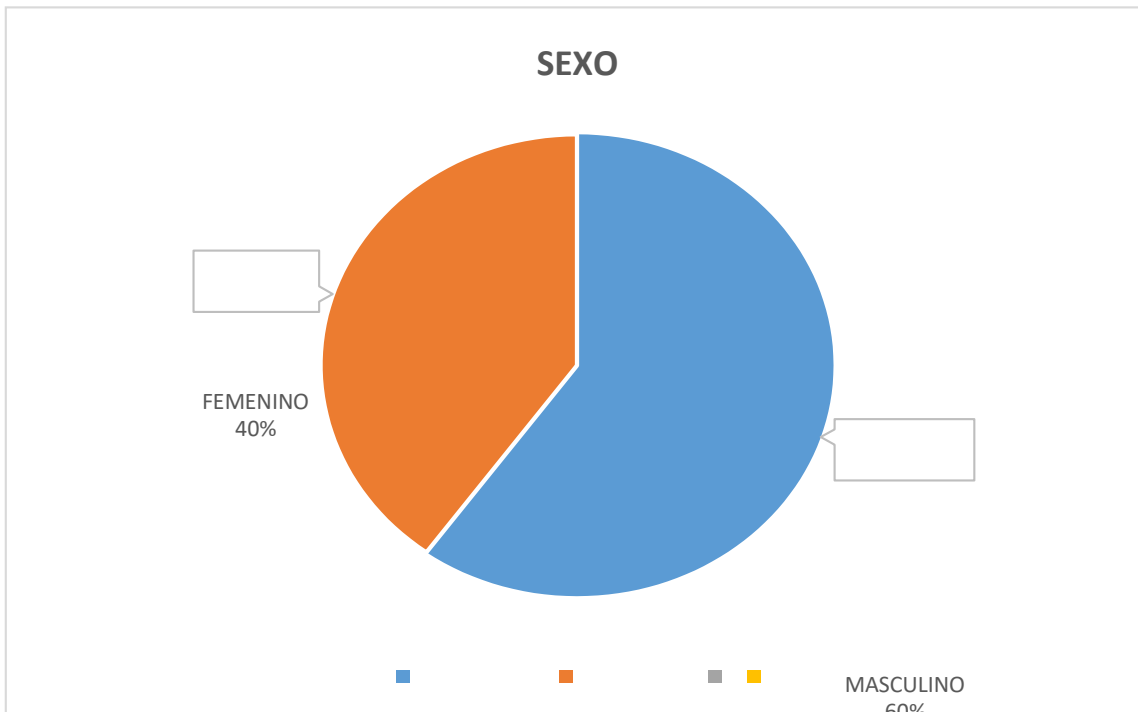
Técnica de recolección de datos:

Cuestionario con cuatro opciones de respuesta en cada pregunta.

Fecha del reporte:

25 de junio 2022.

SEXO

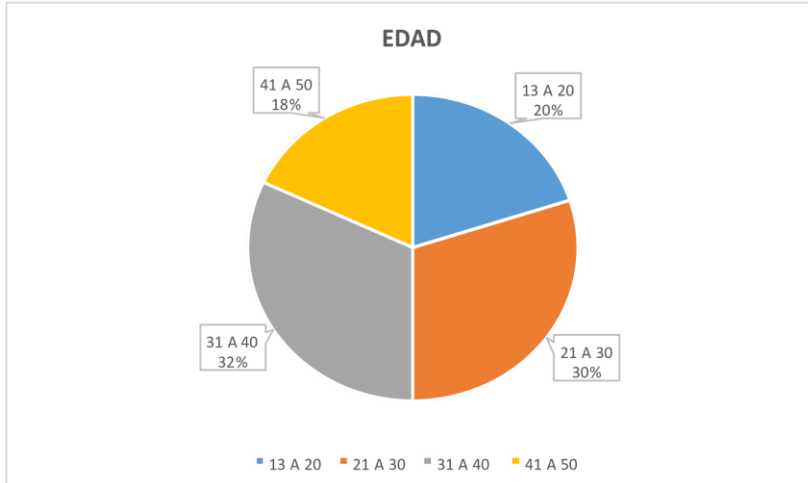


FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANALISIS: En base a los datos brindando detalles de ambos sexos encuestados en donde un 60% fue del género masculino y un 40% femenino.

INTERPRETACION: Las personas de la comunidad tanto en sexo femenino como masculino, nos mostraron mucho apoyo, para la ejecución y llenado de la encuesta, son personas muy amables, y se notan muy seguidores y comprometidos con los proyectos de F.C Carasque.

EDAD

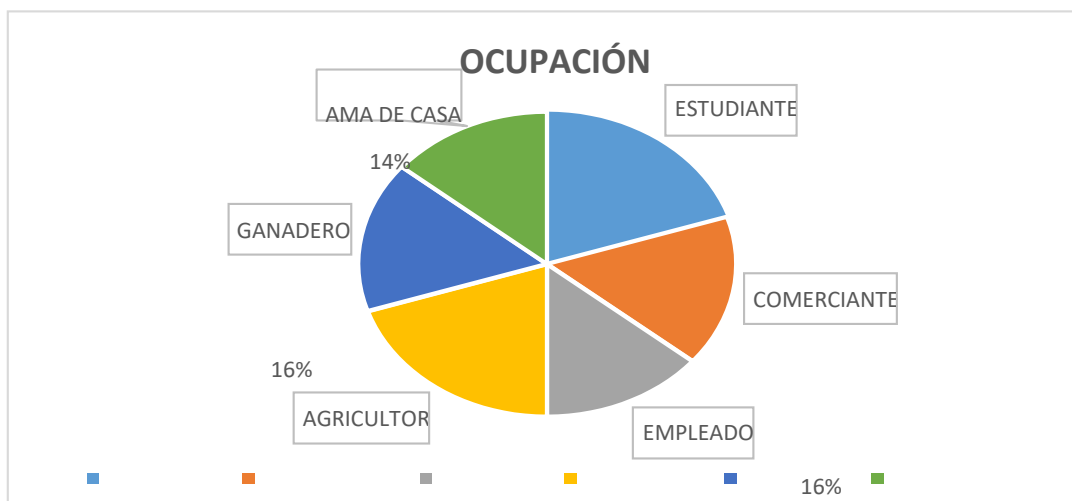


FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANALISIS: Las edades de las personas encuestadas están reflejadas en la gráfica, donde un 32% de la población de 31 a 40 años fue la mayor encuestadas, seguidamente de un 30% de personas entre las edades de 21 a 31 años. Las siguientes edades en menor escala de encuestados no menos importantes encontramos el 20% de personas encuestadas entre las edades de 13 a 20 años y por último encontramos un 18% de personas encuestadas entre las edades de 41 a 50 años.

INTERPRETACION: La edad que fue más encuestada es de 31 A 40 años, ya que son las personas que mostraron un mayor interés en ayudarnos siendo parte de dicha encuesta, seguida de la edad de 21 a 31 años, ya que en su mayoría son miembros de F.C Carasque (jugadores), también encuestamos un buen grupo de personas de edades de 13 a 20 años ya que a los 17 años ya forman parte del club. Además, formaron parte de la encuesta personas de 41 a 50 años, las cuales se encontraban en las instalaciones del club, realizando actividad física.

OCUPACIÓN



FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANALISIS: En la siguiente grafica damos por concluido nuestros resultados donde arroja información de los diferentes tipos de labores que realizan las personas encuestadas el cual compartimos los siguientes datos; 20% la conforma la población que realiza trabajos en la agricultura, de igual manera un 20% de población estudiantil, seguidamente encontramos una población encuestada con un porcentaje del 16% en el área ganadería, 16% sector comerciante y por ultimo culminamos con un 14% para el sector de amas de casa y un 14% sector empleado. De esta manera mostramos nuestra población que formo parte de la encuesta llevada a cabo.

INTERPRETACION: En esta grafica podemos notar y así como también nosotros pudimos observar que en los jóvenes de esta comunidad y municipio en general la ocupación que más ejercen es la de estudiante, pero también notamos que el núcleo familiar se dedica en gran manera al trabajo de la agricultura y ganadería, y teniendo en el sexo femenino, la ocupación de ama de casa.

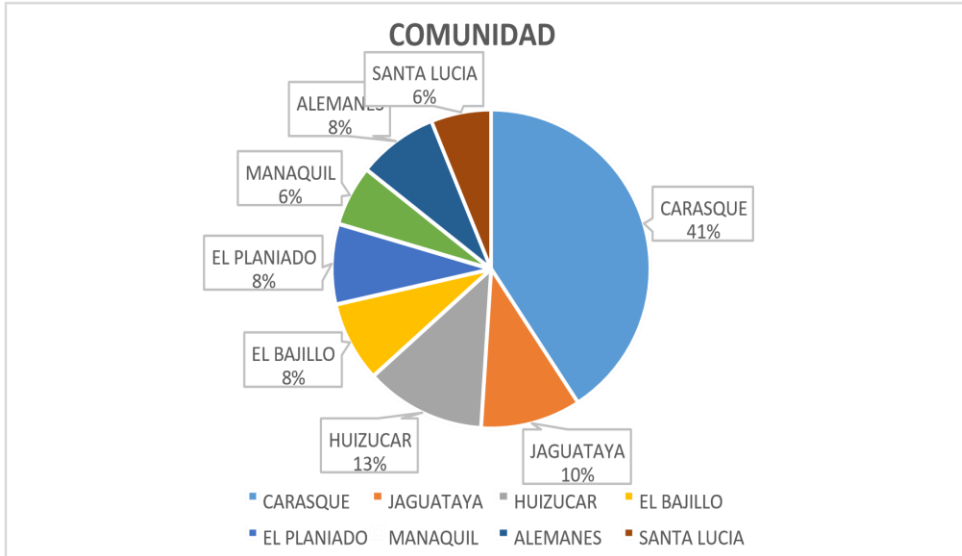


FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANALISIS: La siguiente grafica mostramos el municipio donde se llevó a cabo el total de la encuesta a la población en donde el 100% fue encuestado en el municipio de Nueva Trinidad, Chalatenango.

INTERPRETACION: Como grupo visitamos las viviendas de la comunidad de Carasque para realizar la encuesta, por ese motivo los encuestados son la mayor parte de esta comunidad y las personas de fuera de la comunidad pero del mismo municipio las logramos encuestar ya que se encontraban en la cancha de fútbol de F.C Carasque, realizando actividades físicas, por lo cual todas las personas son pertenecientes al municipio de Nueva Trinidad, y por ser día de semana no se contaba con la visita de personas que llegan a conocer los lugares turísticos del lugar sobre todo en fin de semana.

COMUNIDAD



FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANALISIS: En la siguiente grafica mostramos todas las comunidades de donde pertenece nuestra población que realizo nuestra encuesta; iniciamos con Carasque que fue el mayor número de encuestados con un porcentaje del 41%, seguidamente Huizucar con el 13%, Jaguataya con el 10% y las comunidades de El Bajío, El Planeado, alemanes con un mismo porcentaje del 8% de personas encuestadas y finalizamos con las comunidades de Manaquil y Santa Lucia con un porcentaje del 6%.

INTEPRETACION: La actividad que realizamos para poder encuestar fue visitar las viviendas de la comunidad de Carasque para realizar la encuesta, por ese motivo las personas encuestadas son más las de Carasque, y las personas de fuera de la comunidad pero del mismo municipio las logramos encuestar ya que se encontraban en la cancha de futbol de F.C Carasque, realizando actividades físicas, ya que ellos nos expresaban que era la mejor instalación del municipio y queda accesible su llegada para realizar actividades deportivas.

RESULTADOS

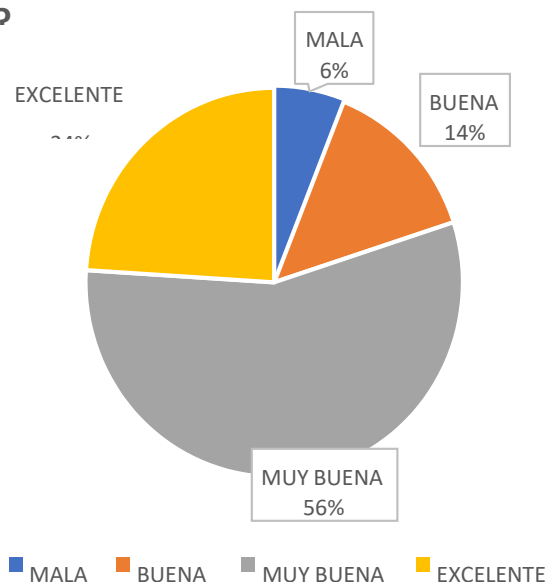


FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANÁLISIS: Concluimos en base a la pregunta número uno que la población encuestada nos deja como dato que el 40% respondieron que la calidad de tela de nuestra vestimenta es excelente y un 30% la considera muy buena, 20% buena y con un porcentaje menor del 10% que considera de mala calidad nuestra tela utilizada en la hecha de nuestras camisas en venta.

ITERPRETACIÓN: La grafica lo muestra las personas consideran muy buenos los precios ya que estos tienen un valor acorde al mercado, y el costo equivale a la calidad, con la que están fabricados estos productos. Para nosotros fue fácil observar que la calidad y precios son adecuados y también notar que las personas sienten más cómodas económicamente hablando los productos del club, a comparación a los otros equipos de futbol de ligas mayores.

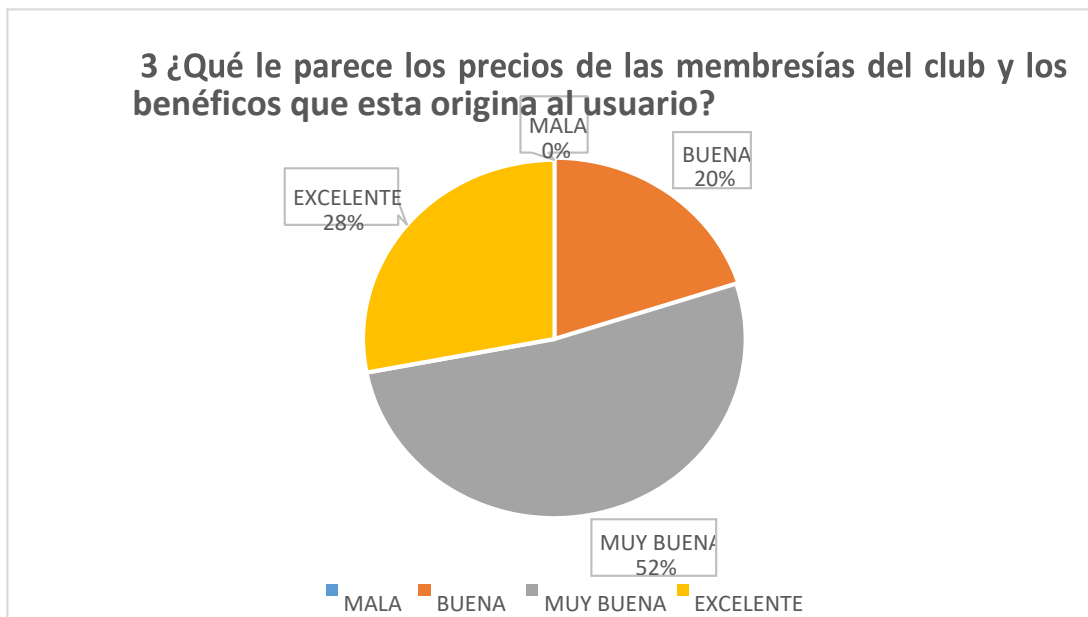
2 ¿Cómo considera los precios de las camisetas, bufandas y llaveros?



FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANALISIS: En base a la pregunta numero dos concluimos con los datos arrojados por la población encuestada en donde un 56% de los encuestados considera muy bueno los precios de las camisetas, bufandas y llaveros, mientras que un 24% menciona que nuestros precios son excelentes, 14% buena y un 6% de la población encuestada considera que nuestros precios son malos.

INTERPRETACION: Como grupo notamos que las personas que han adquirido las camisetas que el club tiene a la venta, muestran mucha satisfacción ya que la tela es de buena calidad siendo un 40% de los encuestados que manifestó que la calidad es excelente, también visitamos las tiendas donde tienen a la venta las camisetas del club y nos decían que las personas prefieren la camiseta de F.C Carasque, por encima de otros equipos de la liga mayor o ligas extranjeras, y esto se debe tanto a los seguidores del club como a la calidad y buenos precios, de los productos del club.



FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANALISIS: En nuestra pregunta número tres concluimos con los resultados arrojados por nuestra población encuesta la cual nos dice que un 52% de la población nos aprueba que el precio de nuestra membresía es considerada muy buena, seguidamente de un 28% que la considera como un precio excelente, seguidamente con un ligero 20% que considera buena los precios y beneficios y un 0% como mala.

INTERPRETACION: Las personas que ya adquirieron la membresías del club nos expresan que realmente el precio está considerado en el rango de muy bueno, y consideran que se obtienen beneficios que valen la pena, como lo son el uso de las instalaciones para eventos familiares a un menor precio, los productos del club poder adquirirlos a mejor precio, y también el poder contribuir a la economía estable del club les genera satisfacción, ya que ante todo se muestran fieles y fans de esta institución. Nosotros como encuestadores podemos notar que las personas están emocionadas y satisfechas con dichos proyectos.



FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANALISIS: En la pregunta número cuatro damos nuestras conclusiones brindando los datos arrojados por las personas encuestadas el cual nos aparece con un 40% de la población nos califica como muy buena las instalaciones que como equipo ofrecemos a la población como a nuestros jugadores, 30% la considera como excelente, 22% nos da la calificación como mala el cual nos deja como compromiso seguir mejorando las instalaciones para un mejor agrado de toda la población que hace uso de la misma, un 8% que la considera buena.

INTERPRETACION: En base a lo observado consideramos que tratándose de un equipo de fútbol amateur, podemos decir que cuentan con un escenario deportivo en muy buenas condiciones, para la práctica de fútbol, pero también para sus seguidores las instalaciones son muy cómodas y el graderío cuenta hasta con techo el cual genera evitar estar bajo el sol o bajo la lluvia a sus aficionados, los baños a disposición de los aficionados se mantienen muy aseados, y como podemos observar e la gráfica, las personas consideran entre muy buena y excelente las instalaciones.

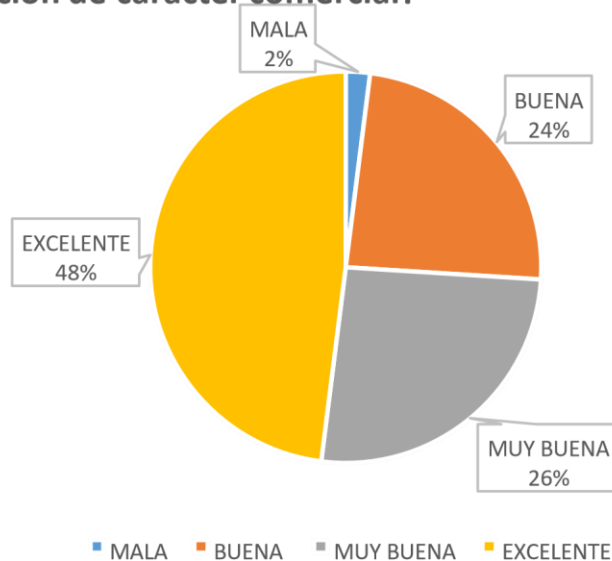


FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANALISIS: En la pregunta número cinco respecto a las respuestas de nuestros encuestados damos por conclusión los siguientes datos; un 40% de las personas nos muestra o califica como muy buena las horas hábiles que se tiene como equipo para que personas puedan realizar sus actividades físicas de preferencia en nuestras instalaciones, 28% excelente, 24% buena y un 8% que considera como mala las horas que actualmente están al servicio de los usuarios.

INTERPRETACIÓN: En nuestra interpretación confirmamos la aceptación de la encuesta, ya que muchos de los que asisten a los días de entrenamiento se muestran muy conformes con los horarios, ya que muchos llegan y se van caminando a sus casas y ven a bien llegar temprano a la cancha para regresar de día a sus hogares ya que la zona es rural y muchas veces sectores del cantón no cuenta con alumbrado público en las calles.

6 ¿Qué tan eficiente valora el trabajo publicitario en la plataforma Facebook de actividades deportivas como de información de carácter comercial?

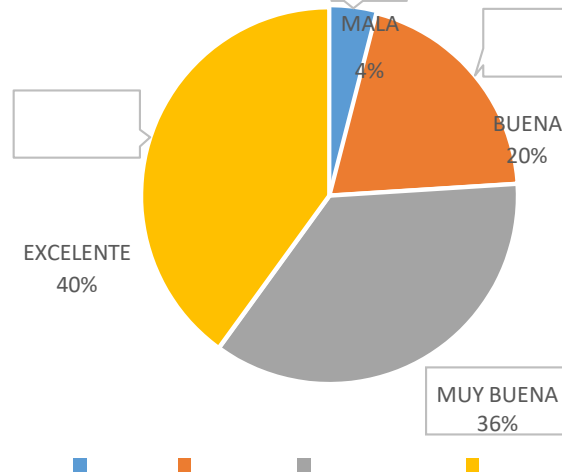


FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANÁLISIS: Concluimos en nuestra pregunta número seis a base de los resultados arrojados por nuestra población encuestada que el 48% considera el trabajo de la plataforma en Facebook como excelente, un 26% como muy buena, el 24% como buena y un 2% como un trabajo poco satisfactorio.

ITERPRETACIÓN: Muchas personas en la comunidad son conocedoras de la página que el equipo de futbol administra, muestran satisfacción ya que algunos padres de familia se informan de lo que hace el equipo y por ende atentos a lo que sus hijos hacen en el club, las publicaciones muchas veces son hechas en el momento que se dan los sucesos como marcadores, actividades comunitarias de necesidad informativa y es por ello que entre la población ven a bien el trabajo publicitario realizado por la página.

7 ¿Cómo evalúa el funcionamiento publicitario de la página deportiva?

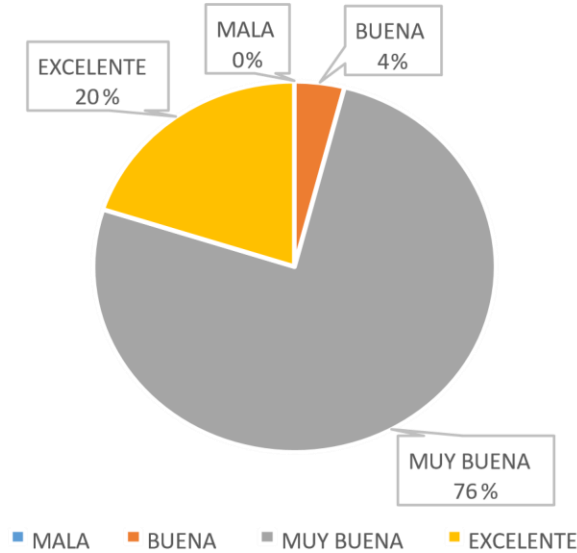


FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANÁLISIS: En la pregunta número siete la pregunta sobre el funcionamiento publicitario de la página deportiva nos llevó a los diferentes resultados los cuales concluimos que un 40% de la población ve un trabajo excelente de parte de la página del equipo, un 36% considera como muy buena el funcionamiento del mismo, mientras que el 20% ve solamente bueno y 4% como mala.

INTERPRETACIÓN: La población ve a bien el funcionamiento de la página ya que no se utiliza para propagandas de partidos políticos, como acontecimientos sociales que no vienen al caso con lo deportivo, brindar información solamente de acontecer deportivo del equipo de la comunidad es lo que los caracteriza y es por lo mismo que la población ve a bien el trabajo realizado hasta ahora.

8 ¿Cómo califica los medios de transporte que el club tiene a servicio de los aficionados y jugadores que Acompañan al club en los partidos como visitantes ?

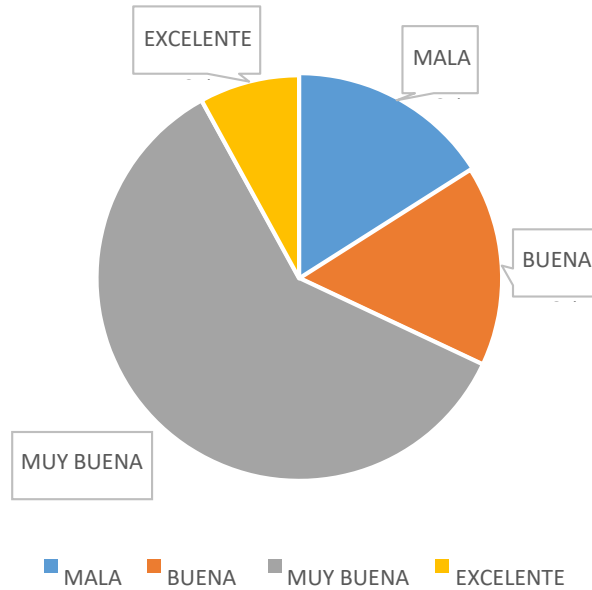


FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANALISIS: La pregunta número ocho nos arroja las siguientes conclusiones con respecto a las calificaciones del servicio del transporte que brinda como equipo, las cuales son las siguientes; 76% Muy Buena, 20% Excelente, 4% Buena y un 0% Mala.

ITERPRETACIÓN: El por qué la calificación excelente no prevalece como dominante es porque los que utilizan el transporte se sienten seguros en los transportes que el equipo contrata para realizar las salidas y por ello califican como muy buena, pero las comodidades no son las adecuadas ya que muchas veces se utilizan pickup 4x4 o camiones de la misma comunidad, es por ello no del todo la calificación es excelente respecto al transporte que se utiliza.

9 ¿El acceso a las instalaciones deportivas son lo suficientemente adecuadas?

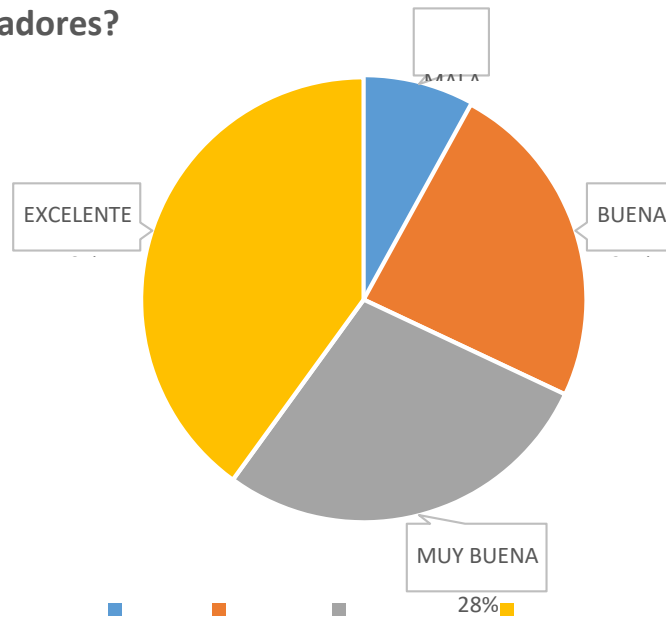


FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANALISIS: Concluimos en la pregunta número nueve mostrando los resultados siguientes: 60% Muy Buena las instalaciones y 16% como Buena, un 16% como mala y un mínimo porcentaje de 8% como excelente.

ITERPRETACIÓN: Las instalaciones son muy buenas pues cuenta con graderíos, cancha totalmente con césped natural, cercado nuevo, zona adecuada de parqueo y con baños sanitarios. La calle principal se encuentra a un costado del recinto deportivo y sin dejar de lado la cancha también cuenta con alumbrado para jugar por las noches, en las mejores que valoramos se encuentra el expandir más la zona del parqueo, agregar más luces para tener un alumbrado más óptimas es por ello que la población se siente satisfecha de las instalaciones mas no conformes.

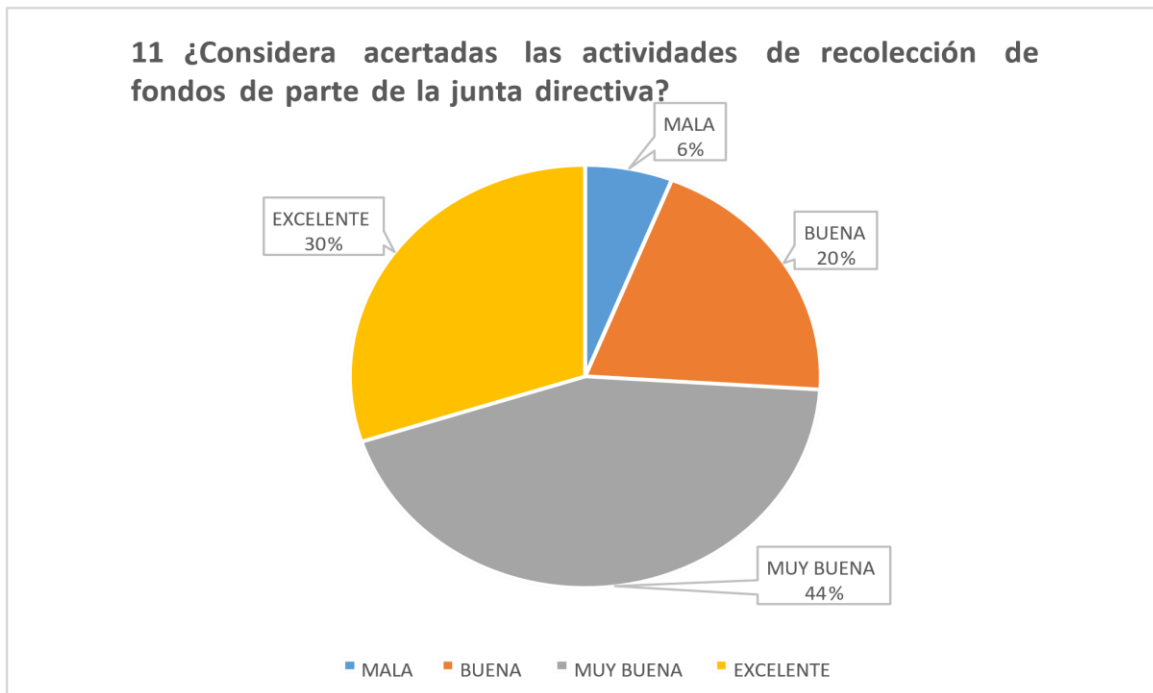
10 ¿Qué calificación proporciona a los estímulos brindados a los jugadores?



FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANALISIS: Los estímulos brindados a los jugadores es la pregunta número nueve la cual arroja datos importantes para concluir que: el 40% de la población encuestada dice que es excelente los estímulos que como equipo se da a los jugadores, y un 28% nos dice que es Muy Buena los beneficios que como jugadores son recibidos, un 24% buena y por ultimo un 8% que considera como mala los estímulos entregados a los jugadores pertenecientes a Fútbol Club Carasque.

INTERPRESTACIÓN: Los estímulos que a veces reciben los jugadores son conscientes que el equipo no cuenta con suficiente recurso, de esa manera se sienten satisfechos por los reconocimientos tanto económicos como en especie que brinda la junta directiva a cada uno de los miembros cuando se cuenta con los recursos.

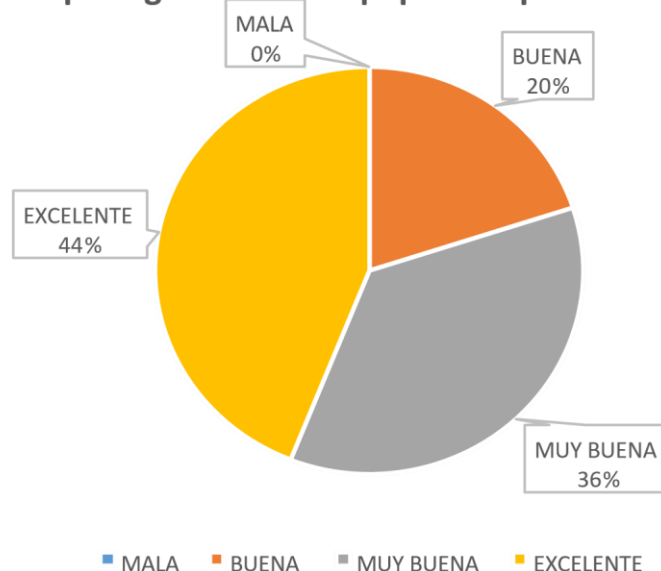


FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANÁLISIS: Nuestra conclusión de la pregunta número once nos indica a través de las siguientes calificaciones los siguientes datos: un 44% nos dice que las actividades de recolección de fondos de parte de la junta directiva son consideradas como Muy Buena un 30% como una excelente labor, 20% buena y un 6% Mínima, lo cual luego de revisar los datos siempre será importante valorar la mejores que se pueden hacer en mejores propuestas para poder tener mejor recolección de fondo, a las cuentas del club.

INTERPRETACIÓN: Las actividades que realiza la junta directiva las consideran como favorables ya que muchas veces se realizan actividades para la misma población como lo son bailes, rifas, excursiones, ventas, y más actividades que ayudan al equipo como a la misma comunidad, es por ello que la población brinda una buena calificación porque además de su aporte se sienten parte del desarrollo del equipo.

12 ¿Cómo calificas la idea de contratar jugadores de otras comunidades para generar un equipo competitivo?

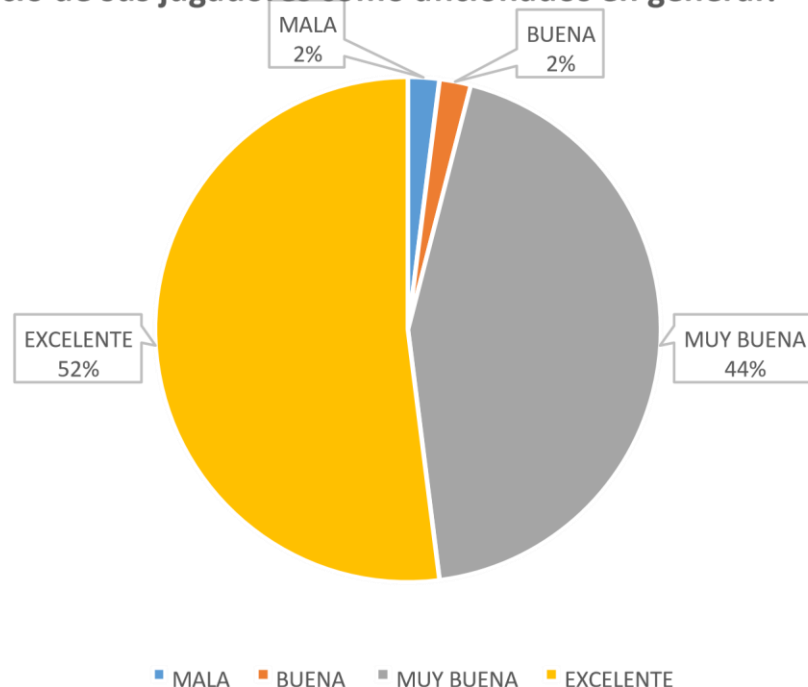


FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANÁLISIS: Concluimos por medio de porcentajes los resultados obtenidos en la pregunta número doce, los cuales son los siguientes: 44% califican como excelente la idea de contratar jugadores de diferentes comunidades para generar un equipo competitivo en la zona, 36% muy buena, 20% buena y un 0% mala.

INTERPRETACIÓN: Con la ola de jóvenes que están inmigrando hacia los Estados Unidos en la comunidad consideran excelente la idea que más jóvenes de fuera se unan al proyecto para que no decaiga y al contrario se refuerce para seguir siendo un equipo competitivo. Las personas de la comunidad siempre gustan de su equipo y si se necesita realizar nuevas ideas como traer nuevos jóvenes de otras comunidades no les molesta en lo absoluto.

13 ¿Cómo considera las ideas, proyecciones, visión, misión de parte de la junta directa a con el equipo de fútbol tanto a beneficio de sus jugadores como aficionados en general?

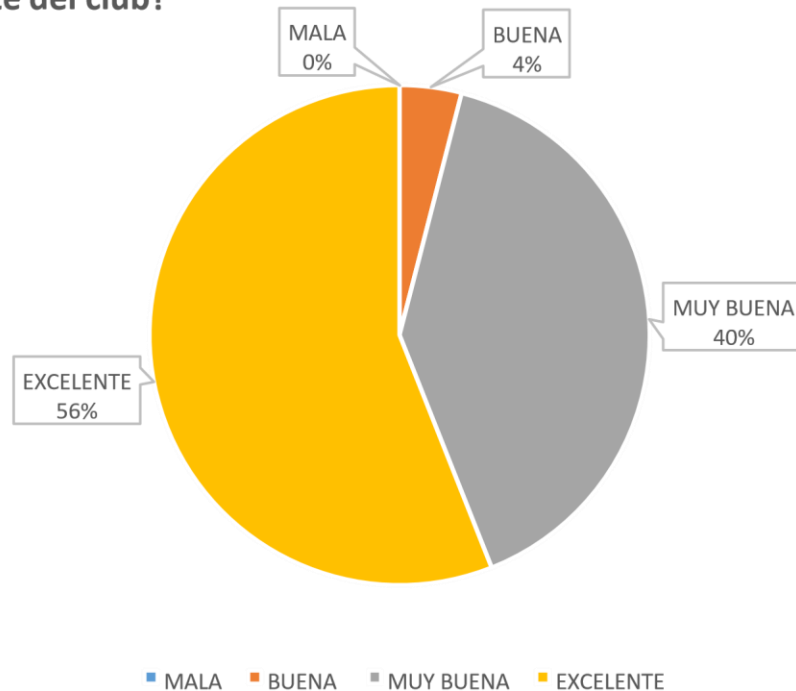


FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANALISIS: ¿Cómo considera las ideas, proyecciones, visión, misión de parte de la junta directa a con el equipo de fútbol tanto a beneficio de sus jugadores como aficionados en general? Preguntas que nos arroja las siguientes conclusiones por medio de porcentajes los cuales son: 52% Excelente, 44% Muy Buena, 2% Buena y 2% Mala.

ITERPRETACIÓN: Las proyecciones de la junta directiva son vistas con buenos ojos ya que siempre mantienen de la idea de crecer como equipo y están abiertos a cualquier situación que venga aportar al desarrollo del club, actualmente se está reorganizando para hacer que el equipo se convierta sustentable económicamente y de esta manera dar un paso más arriba de los demás equipos que convive a su entorno.

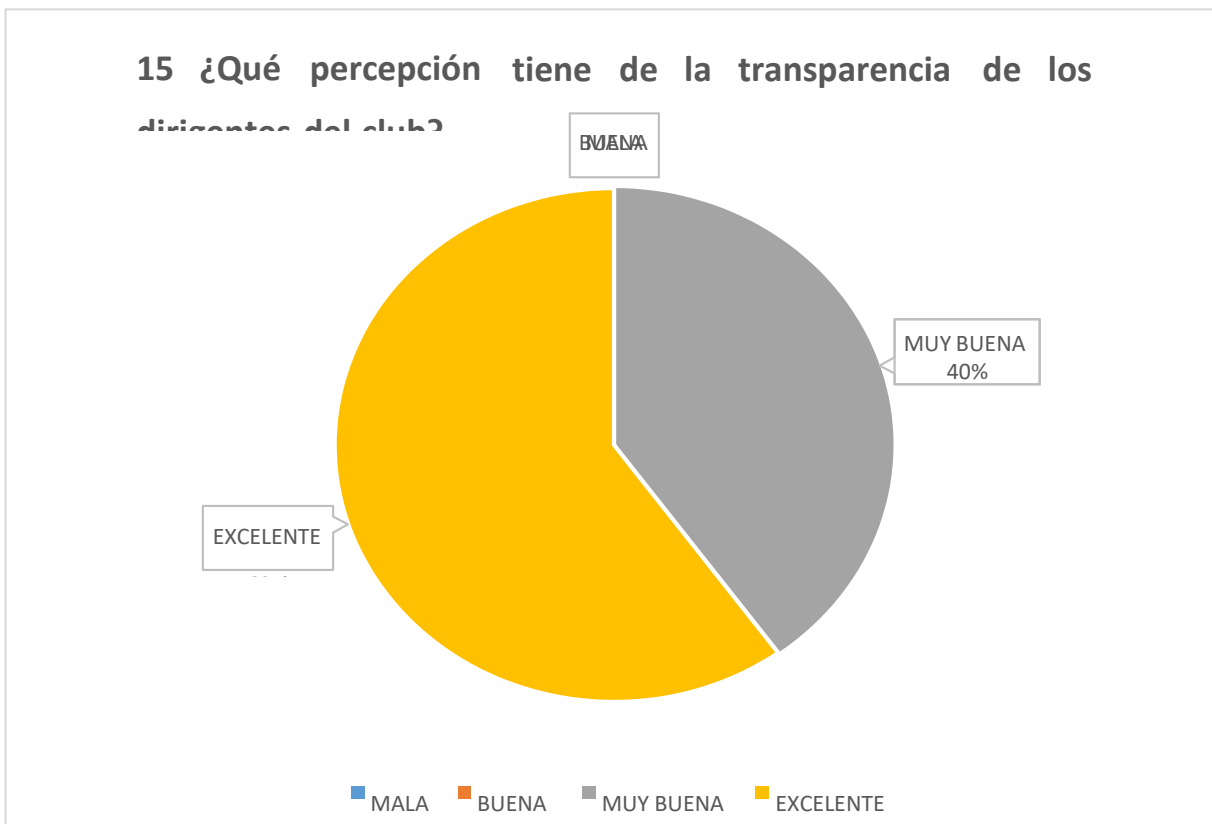
14 ¿Qué le parece el trabajo de los miembros de la directiva del club y ADESCO, que brindan al momento de obtener un servicio de parte del club?



FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANÁLISIS: En la siguiente pregunta concluimos lo siguiente por medio de calificaciones brindadas de parte de los encuestados las cuales son las siguientes: 56% de la población considera Excelente el trabajo de los miembros de la directiva del club y ADESCO, 40% Muy Buena, 4% Buena y un 0% Mala.

INTERPRETACIÓN: La calificación que brinda la población encuestada es favorable, pueda que la buena comunicación de ambas partes y la transparencia que brinda la misma ayuda que exista un buen ambiente entre personas, pues se está mejorando en todo lo que el equipo puede con los recursos que tienen y las ideas y acciones siguen teniendo el visto de la población.



FUENTE: Elaboración propia a base de datos de la encuesta.

ANALISIS: Concluimos en la pregunta número quince la cual es la última de la encuesta realizada a la población, sobre cuál es su percepción de transparencia hacia los dirigentes del club, lo cual nos brinda los siguientes resultados: con un 60% nos dice que la percepción hacia los dirigentes es Excelente, un 40% nos dice que es Muy Buena, 0% Buena y un 0% Mala, notándose así que el trabajo de transparencia se está desarrollando de la mejor manera.

ITERPRETACIÓN: Como hemos mencionado la comunicación que se tiene entre parte administrativa y población es muy buena eso ayuda a que la calificación que se les brinde sea excelente y como compromiso de junta directiva siempre se muestran disponibles al momento de rendir cuentas pues hasta los jugadores y demás cercanos al club saben los recursos con los que el club cuenta.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Las personas que formaron parte de nuestra encuesta, son todas pertenecientes al municipio de Nueva Trinidad, Chalatenango. Entre las edades de 13 a 50 años de edad, las cuales en su mayoría son personas que se dedican a la agricultura como negocios relacionados. Con respecto al nivel educativo un considerable porcentaje cuenta con educación media y una muy poca con educación superior.

El equipo se encuentra en procesos nuevos para sacar adelante económicamente hablando el club, utilizando estrategias como el comercio de la producción propia. Los jóvenes se muestran prestos apoyar todas las iniciativas que sean a beneficio del equipo a pesar que muchos de ellos no cuentan con muchos recursos económicos, pero si brindan trabajos o acciones voluntarias para poder realizar cualquier esfuerzo que la situación lo amerite.

Las instalaciones como la zona son espacios a favor del buen desarrollo del deporte en la comunidad, todos estos factores hacen que las personas se vean atraídas para disfrutar, apoyar al equipo que a pesar de sus deficiencias se mantiene a un ritmo continuo en su desarrollo. Tomando en cuenta también que en su desarrollo dan importancia a las redes sociales en esta ocasión Facebook, son conocedores que muchos de sus seguidores son consumidores de la esta plataforma.

Recomendaciones

Ampliar las propuestas que generen mejores ingresos al equipo ya que mientras más opciones hay mejores son las posibilidades de obtener buenos resultados.

Mejorar y ampliar las plataformas sociales ya que estas traerán mucha ayuda al equipo para darse a conocer, promocionar los productos que se tienen a disposición de la población, como de igual manera brindar comunicados oficiales, todo esto para crear poco a poco un ambiente más profesional que los ayude a salir adelante.

Mantener una junta directiva que siempre este motivada e interesada en ayudar para que el equipo se mantenga bien estructurado tanto en jugadores cuerpo técnico como en mantener vivo el interés de las personas o institución interesadas en colaborar con el proyecto.

Contratar más jugadores para conformar un equipo competitivo dentro y fuera del municipio y que los buenos resultados lleve a la par las áreas como la utilización de plataformas digitales, para vender de mejor manera el club a la población en general.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACION
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA EDUCACION ESPECIALIDAD
EDUCACION FISICA, DEPORTES Y RECREACION



CATEDRA:

Curso de especialización en dirección y gestión deportiva

DOCENTE:

Lic. Boris Evert Iraheta Sanabria

PROYECTO:

Plan de Marketing Fútbol Club Carasque

INTEGRANTES:

José Ronal Murcia Álvarez **MÁ17038**

Juan Francisco Menjivar Cruz **MC16016**

Erick Saul Hernández Salguero **HS17010**

Ciudad Universitaria, de 17 septiembre de 2022

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
2 OBJETIVOS	1
2.1 Objetivo General.....	1
2.2 Objetivo Especifico	1
1	PUNTUACION ASIGNADA A CADA CRITERIO DEL MODELO
.....	2
Escala de valoración	2
4 CRITERIOS AGENTES	3
4.1 Bloque para el criterio de liderazgo (100 pts.).....	3
4.2 Bloque para el criterio de política y estrategia (80 pts.).....	6
4.3 Bloque para el criterio de personas (90 pts.).....	8
4.4 Bloque para el criterio de alianzas y recursos (90 pts.)	11
4.5 Bloque para el criterio de procesos (140 pts.)	14
5 CRITERIOS RESULTADOS	17
5.1 Bloque para el criterio de resultados en los clientes (200 pts.).....	17
Bloque para el criterio de resultados en las personas (90 pts.).....	18
Bloque para el criterio de resultados en la sociedad (60 pts.).....	19
Bloque para el criterio de resultados clave (150 pts.)	20
6 RESULTADOS DE AUTOEVALUACIÓN	21
Bloque para el criterio de liderazgo (100 pts.)	21
Bloque criterio de política y estrategia (80 pts.)	22
Bloque para el criterio de personas (90 pts.).....	23
Bloque para el criterio de alianzas y recursos (90 pts.).....	24
Bloque para el criterio de procesos (140 pts.).....	24
Bloque para el criterio de resultados en los clientes (200 pts.)	25
Bloque para el criterio de resultados en las personas (90 pts.).....	25
Bloque para el criterio de resultados en la sociedad (60 pts.).....	26
Bloque para el criterio de resultados clave (150 puntos)	26
Puntaje total.....	27
Grafica de puntaje global autoevaluación	28
Conclusiones	29
Recomendaciones	29

INTRODUCCIÓN

F.C Carasque es un equipo de fútbol amateurs del Cantón Carasque municipio de Nueva Trinidad, departamento de Chalatenango. El cual se ha implementado una autoevaluación para su mejor desarrollo como estructura deportiva siendo ello el modelo EFQM, el cual permite que cualquier organización realice un análisis objetivo, riguroso de las actividades que realiza día con día y de esta manera le permita elaborar un diagnóstico de la situación.

En la autoevaluación realizada se tomarán en cuenta las áreas organizativas, administrativas, sociales.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Desarrollar un modelo de excelencia en el equipo F.C Carasque que sea sostenible con el tiempo, para cosechar frutos del crecimiento que vaya desarrollando mediante la proyección del modelo implementado.

2.2 Objetivo Especifico

- Medir con el paso del tiempo la calidad obtenida mediante el modelo de excelencia implementado en la estructura deportiva F.C Carasque.
- Identificar, calificar, valorar el modelo EFQM, para mantener siempre actualizado los procesos aplicados a la estructura deportiva.

1 PUNTUACION ASIGNADA A CADA CRITERIO DEL MODELO

Uno de los enfoques para realizar el proceso de autoevaluación es el denominado “por simulación de presentación al premio”. Es el método más laborioso, ya que exige la confección de una memoria Según los requisitos de la EFQM para presentación al denominado Premio Europeo de la Calidad. A continuación, se detallan los criterios que abarca el cuestionario de autoevaluación y su ponderación.

Nº	CRITERIOS AGENTES	PUNTUACIÓN	Nº	CRITERIOS RESULTADOS	PUNTUACIÓN
1	Liderazgo	100	6	Resultados en los Clientes	200
2	Política y Estrategia	80	7	Resultados en las Personas	90
3	Personas	90	8	Resultados en la Sociedad	60
4	Alianzas y Recursos	90	9	Resultados Clave	150
5	Procesos	140			
	SUB-TOTAL	500		SUB-TOTAL	500
TOTAL 1,000 pts.					

European Foundation for Quality Management.

CRITERIOS	PORCENTAJE
AGENTES	50%
RESULTADOS	50%
TOTAL	100%

Escala de valoración

La escala de valoración para calificar la puntuación obtenida en cada criterio y subcriterio del Cuestionario de Autoevaluación es la siguiente:

PORCENTAJE LOGRADO	CALIFICACIÓN
81% - 100%	Excelencia superior
61% - 80%	Excelencia alta
41% - 60%	Excelencia intermedia
21% - 40%	Excelencia baja
0% - 20%	Excelencia inferior

4 CRITERIOS AGENTES

4.1 Bloque para el criterio de liderazgo (100 pts.)

Cómo los directivos y mandos intermedios desarrollan y facilitan la consecución de la misión y la visión, desarrollan los valores necesarios para alcanzar el éxito a largo plazo e implantan todo ello en la organización mediante las acciones y los comportamientos adecuados, implicándose personalmente para conseguir que el sistema de gestión de la organización se desarrolle e implante.

Indique la existencia de evidencia sobre la implementación de acciones relacionadas con las siguientes afirmaciones. Utilice el esquema de respuestas concreto para cada ítem, en el subcriterio 1a utilice el siguiente:

Subcriterio 1a) <i>Los líderes desarrollan la misión, visión, valores y principios éticos y actúan como modelo de referencia de una cultura de excelencia.</i>	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
1a.1) Se desarrolla la misión, visión y cultura de la organización.	0
1a.2) Se desarrollan, actuando como modelo de referencia, los valores, principios éticos y responsabilidades públicas que apoyan la cultura de la organización.	0
1a.3) Se revisa y mejora la eficacia de los comportamientos personales en el área de liderazgo.	0
1a.4) Se implican activamente en las actividades de mejora personas de diversos sectores como directivos, personal y usuarios.	0
1a.5) Se estimula y anima la delegación y asunción de responsabilidades por parte de los empleados, y la creatividad e innovación.	0
1a.6) Se emprenden acciones a partir de las conclusiones extraídas de las actividades de aprendizaje.	0
1a.7) Se establecen y fomentan comisiones o equipos para el trabajo colaborativo en las diversas acciones que se implementan.	0
TOTAL DE PUNTOS	8.2

En el subcriterio 1b utilice el siguiente:

Subcriterio 1b) <i>Los líderes dedican tiempo personalmente para garantizar el desarrollo e implementación.</i>	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
1b.1) La estructura organizativa de F.C Carasque se adecúa para apoyar la implementación de su política y estrategia.	0
1b.2) Se desarrolla e implantan sistema de gestión de procesos.	0
1b.3) Está establecida claramente la propiedad de los procesos.	0
1b.4) Se desarrolla e implanta un proceso que permite el desarrollo, despliegue y actualización de la política y estrategia.	0
1b.5) Se desarrolla e implanta un proceso que permite el gobierno eficaz de este club.	0
1b.6) Se desarrolla e implanta un proceso que permite medir, revisar y mejorar los resultados clave.	0
1b.7) Se desarrolla e implanta un proceso que permite estimular, identificar, planificar e implantar mejoras en los enfoques de los agentes facilitadores.	0
TOTAL DE PUNTOS	7.2

En el subcriterio 1c utilice el siguiente:

Subcriterio 1c) <i>Los líderes interactúan con clientes, socios y representantes de la sociedad.</i>	pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
1c.1) Se satisfacen, comprenden y da respuesta a las necesidades y expectativas de miembros del club y usuarios.	0
1c.2) Se establecen y participa en alianzas con actores locales y regionales.	0
1c.3) Se establecen y participa en actividades de mejora conjunta.	0
1c.4) Se da reconocimiento a personas y equipos de los grupos de interés, por su contribución a los resultados y por su fidelidad, etc.	0
1c.5) Se participa en conferencias y seminarios, fomentando y apoyando, en particular, la excelencia.	0
1c.6) Se fomenta, apoya y participa en actividades dirigidas a mejorar el medio ambiente a nivel global y la contribución del club a la sociedad, con visitas a respetar los derechos e intereses de las generaciones futuras.	0
TOTAL DE PUNTOS	8

En el subcriterio 1d utilice el siguiente

Subcriterio 1d) <i>Los líderes refuerzan una cultura de excelencia entre las personas de la organización.</i>	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
1d.1) Se comunica personalmente la misión, visión, valores, política y estrategia, planes, objetivos y metas de la organización a las personas que la integran.	0
1d.2) Se es accesible, se escucha de manera activa, se es fuente de inspiración y cohesión, y se responde a las personas que integran el Club.	0
1d.3) La Club, ayuda y apoya a las personas que hacen realidad sus planes, objetivos y metas.	0
1d.4) Se motiva y permite a las personas participar en actividades de mejora.	0
1d.5) Se da reconocimiento oportuno y adecuadamente a los esfuerzos de personas y equipos, de todos los niveles de F.C Carasque.	0
1d.6) En el CLUB se fomenta y anima la igualdad de oportunidades y la diversidad.	0
TOTAL DE PUNTOS	7.9

En el subcriterio 1e utilice el siguiente:

Subcriterio 1e) <i>Los líderes definen e impulsan el cambio de F.C Carasque.</i>	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
1e.1) Se comprenden los fenómenos internos y externos que impulsan el cambio en el Club	0
1e.2) Se identifican y seleccionan los cambios que es necesario introducir en el Club en el modelo de la organización y en sus relaciones externas.	0
1e.3) Se lidera el desarrollo de los planes de cambio.	0
1e.4) Se garantiza la inversión, los recursos y el apoyo necesario para el cambio.	0
1e.5) Se gestiona la implantación y los riesgos del conjunto de los programas de cambio.	0
1e.6) Se comunican los cambios y la razón de los mismos a las personas del Club y otros grupos de interés.	0
1e.7) Se apoya y permite a las personas gestionar el cambio.	0
1e.8) Se mide y revisa la eficacia de los cambios y se comparten los conocimientos obtenidos.	0
TOTAL DE PUNTOS	8.7

4.2 Bloque para el criterio de política y estrategia (80 pts.)

Cómo implanta la organización su misión y visión mediante una estrategia claramente centrada en todos los grupos de interés y apoyada por planes, objetivos, metas y procesos relevantes.

Indique la existencia de evidencia sobre la implementación de acciones relacionadas con las siguientes afirmaciones. Utilice el esquema de respuestas concreto para cada ítem, en el subcriterio

2a utilice el siguiente:

Subcriterio 2a) <i>La política y estrategia se basa en las necesidades y expectativas actuales y futuras de los grupos de interés.</i>	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
2a.1) Se efectúa la recolección y análisis de la información para definir los mercados y segmentos de mercado en los que opera F.C Carasque tanto en la actualidad como en el futuro.	0
2a.2) Se identifican, comprenden y anticipan las necesidades y expectativas de los grupos de intereses actuales y futuros, incluidos usuarios, atletas, empleados, miembros directivos, socios, sociedad en general y entidades u organismos que sean propietarios de la Adesco o a los cuales esté adscrita.	0
2a.3) Se identifican, comprenden y anticipan los avances que se producen en el mercado, incluidas las posibles actividades de la competencia.	0
TOTAL DE PUNTOS	5.7

En el subcriterio 2b utilice el siguiente:

Subcriterio 2b) <i>La política y estrategia se basa en la información de los indicadores de rendimiento, la investigación, el aprendizaje y las actividades externas.</i>	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
2b.1) Se analiza la información que se desprende de los indicadores internos de rendimiento descritos en el Plan Estratégico.	0
2b.2) Se analiza la información que se desprende de las actividades de aprendizaje.	0
2b.3) Se analizan los datos obtenidos sobre imagen externa y conocimiento de marca.	0
2b.4) Se analiza el rendimiento de la competencia u otros organismos comparables y de las organizaciones consideradas como las mejores.	0
2b.5) Se analizan los datos relativos a las cuestiones sociales, medioambientales, de seguridad, legales y políticas, a corto y largo plazo.	0
2b.6) Se analizan los datos para determinar el impacto de las nuevas tecnologías, que permiten hacer al club más reconocido.	0
TOTAL DE PUNTOS	6.1

En el subcriterio 2c utilice el siguiente:

Subcriterio 2c) <i>La política y estrategia se desarrolla, revisa y actualiza.</i>	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
2c.1) Se desarrolla, revisa y actualiza la política y estrategia de manera coherente con la misión, visión.	0
2c.2) Se equilibran las necesidades y expectativas a corto y largo plazo de todos los grupos de interés.	0
2c.3) Se evalúan riesgos e identifican modos de abordarlos.	0
2c.4) Se identifican las ventajas competitivas actuales y futuras o la capacidad para aprovechar oportunidades.	0
2c.5) Se identifican las capacidades y necesidades fundamentales para que las alianzas hagan realidad la política y estrategia.	0
2c.6) Se refuerza la presencia en los mercados actuales o se analizan los requisitos para cambiar o abrir nuevos mercados.	0
2c.7) Se alinea la estrategia del club con los socios y patrocinadores.	0
2c.8) Se identifican los factores críticos de éxito.	
2c.9) Se adecuan y desarrollan de manera continua estándares sociales y medioambientales con los socios.	0
2c.10) Se evalúa la importancia y eficacia de la política y estrategia.	0
TOTAL DE PUNTOS	5.8

En el subcriterio 2d utilice el siguiente:

Subcriterio 2d) <i>La política y estrategia se comunica y despliega mediante un esquema de procesos claves.</i>	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
2d.1) Se identifica, diseña y comunica el esquema general de procesos clave necesario para hacer realidad la política y estrategia del club.	0
2d.2) Se comunica la política y estrategia a los socios.	0
2d.3) Se alinean, se establecen prioridades, se acuerdan, se despliegan en cascada y se comunican los planes, objetivos y metas; así como se les da seguimiento a los resultados que se vayan alcanzando.	0
2d.4) Se establecen sistemas de información y seguimiento en el club para analizar el progreso alcanzado.	0
TOTAL DE PUNTOS	5.9

4.3 Bloque para el criterio de personas (90 pts.)

Cómo gestiona, desarrolla y aprovecha la organización el conocimiento y todo el potencial de las personas que la componen, tanto a escala individual, como de equipos o de la organización en su conjunto; y cómo planifica estas actividades en apoyo de su estrategia y del funcionamiento eficaz de sus procesos.

Indique la existencia de evidencia sobre la implementación de acciones relacionadas con las siguientes afirmaciones. Utilice el esquema de respuestas concreto para cada ítem, en el subcriterio 3a utilice:

Subcriterio 3a) Planificación, gestión y mejora de los recursos humanos.	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
3a.1) Se desarrollan las políticas, estrategias y planes de recursos humanos.	2.7
3a.2) Se implica a las personas del club en el desarrollo de las políticas, estrategias y planes de recursos humanos.	2.2
3a.3) Se alinean los planes de recursos humanos con la política y estrategia, la estructura del club y el esquema general de procesos claves.	1.7
3a.4) Se gestiona materiales o implementos deportivos que mejoren las condiciones de los deportistas.	0
3a.5) Se fomenta y garantiza la equidad en todo lo relacionado con la participación, incluidas políticas, estrategias y planes de igualdad de oportunidades.	3.2
3a.6) Se utilizan las encuestas de personal y cualquier otro tipo de información procedente de los empleados para mejorar las políticas, estrategias y planes de recursos humanos.	2.2
3a.7) Se utilizan metodologías organizativas innovadoras para mejorar la forma de trabajar.	0
TOTAL, DE PUNTOS	12

En el subcriterio 3b utilice el siguiente:

Subcriterio 3b) <i>Identificación, desarrollo y mantenimiento del conocimiento y la capacidad de las personas de F.C Carasque.</i>	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
3b.1) Se identifica, clasifica y adecua el conocimiento y las competencias de las personas a las necesidades del club.	1.3
3b.2) Se desarrolla y utiliza planes de formación y desarrollo que contribuya a garantizar que las personas del club se ajustan a las capacidades actuales y futuras, para mantener vivo este proyecto.	0
3b.3) Se desarrolla, apoya con capacitadores y se forma a todas las personas para que se den cuenta y alcancen todo su potencial.	2.9
3b.4) Se diseñan y fomentan oportunidades de aprendizaje a nivel individual, de equipo.	0
3b.5) Se desarrolla la capacidad de trabajar en equipo.	0
3b.6) Se alinean los objetivos individuales y de equipo con los objetivos del club.	1.9
3b.7) Se revisan y actualizan los objetivos individuales y de equipo.	0
3b.8) Se evalúa el rendimiento de las personas, ayudándoles a mejorarlo.	3.1
TOTAL DE PUNTOS	9.2

En el subcriterio 3c utilice el siguiente:

Subcriterio 3c) <i>Implicación y asunción de responsabilidades por parte de las personas de F.C Carasque.</i>	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
3c.1) Se fomenta y apoya la participación individual y de los equipos en las actividades de mejora.	4.7
3c.2) Se fomenta y apoya la implicación de las personas, mediante actos celebrados dentro del club y proyectos comunitarios.	2.3
3c.3) Se proporcionan oportunidades que estimulen la implicación y respalden un comportamiento innovador y creativo.	1.3
3c.4) Se forma a los directivos para que desarrollen e implanten directrices que faculten a las personas del club para actuar con independencia.	0
TOTAL DE PUNTOS	8.3

En el subcriterio 3d utilice el siguiente:

Subcriterio 3d) Existencia de un diálogo entre las personas y directivos de F.C Carasque.	18pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
3d.1) Se identifican las necesidades de comunicación.	1.5
3d.2) Se desarrollan políticas, estrategias y planes de comunicación basados en las necesidades de comunicación.	1.3
3d.3) Se desarrollan y utilizan canales de comunicación a través de redes sociales.	1.7
3d.4) Se identifican y aseguran oportunidades para compartir las mejores prácticas y el conocimiento.	0
TOTAL DE PUNTOS	4.5

En el subcriterio 3e utilice el siguiente:

Subcriterio 3e) Recompensa, reconocimiento y atención a las personas de F.C Carasque.	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
3e.1) Se alinean los temas de remuneración o reconocimientos a las personas que de forma voluntaria han apoyado los proyectos del club.	3.1
3e.2) Se da reconocimiento a las personas con el fin de mantener su nivel de implicación y asunción de responsabilidades.	0
3e.3) Se fomenta la concienciación e implicación en temas de higiene, seguridad, medio ambiente y responsabilidad social.	1.9
3e.4) Se establecen los diferentes niveles de beneficios que puede generar el ser parte del club.	0
3e.5) Se reconoce y tiene en cuenta la diversidad y los distintos entornos culturales de procedencia fomentando actividades sociales y culturales.	3.0
3e.6) Se proporcionan recursos y servicios que satisfagan los mínimos legales y, en algunos casos, excedan estos requisitos.	4.2
TOTAL DE PUNTOS	12.2

4.4 Bloque para el criterio de alianzas y recursos (90 pts.)

Cómo planifica y gestiona la organización sus alianzas externas y sus recursos internos en apoyo de su estrategia y del eficaz funcionamiento de sus procesos.

Indique la existencia de evidencia sobre la implementación de acciones relacionadas con las siguientes afirmaciones. Utilice el esquema de respuestas concreto para cada ítem, en el subcriterio

4a utilice:

Subcriterio 4a) <i>Gestión de las alianzas externas.</i>	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
4a.1) Se identifican las oportunidades para establecer alianzas clave con otras organizaciones y con la comunidad de acuerdo con la política y estrategia y la misión del club.	0
4a.2) Se estructuran las relaciones con los socios y proveedores para crear valor y maximizarlo.	0
4a.3) Se establecen alianzas en la cadena logística que añadan valor para los clientes.	0
4a.4) Se identifican las competencias clave de los socios para apoyar el desarrollo mutuo.	0
4a.5) Se asegura que la cultura de la organización con la que se establece una alianza es compatible con la propia, y que se comparte el conocimiento de ambas.	0
4a.6) Se genera y apoya una filosofía innovadora y creativa mediante el uso de alianzas.	0
4a.7) Se suscitan sinergias trabajando juntos para mejorar procesos y añadir valor a la cadena cliente/proveedor.	0
TOTAL DE PUNTOS	8

En el subcriterio 4b utilice el siguiente:

Subcriterio 4b) <i>Gestión de los recursos económicos y financieros.</i>	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
4b.1) Se desarrollan e implantan estrategias y procesos económicos y financieros para utilizar los recursos económicos y financieros en apoyo de la política y estrategia.	0
4b.2) Se diseña la planificación económica y financiera y sus informes para desplegar en cascada las expectativas financieras del club.	0
4b.3) Se establecen los sistemas adecuados de informes.	0
4b.4) Se evalúan las inversiones y desinversiones en activos tangibles e intangibles.	0
4b.5) Se emplean mecanismos y parámetros económicos y financieros para garantizar una estructura de recursos eficaz y eficiente.	0
4b.6) Se desarrollan e introducen metodologías que permitan gestionar los riesgos económicos y financieros en los niveles adecuados del club.	0
4b.7) Se establecen e implantan, en los niveles adecuados, los procesos claves para la Adesco encargada del club.	

TOTAL DE PUNTOS	9
-----------------	---

En el subcriterio 4c utilice el siguiente:

Subcriterio 4c) <i>Gestión de equipos y materiales.</i>	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
4c.1) Se desarrolla una estrategia de gestión de equipos y materiales que apoye la política y estrategia del club.	0
4c.2) Se gestiona el mantenimiento y uso de los activos para mejorar el rendimiento del club.	0
4c.3) Se gestiona la seguridad de los activos.	0
4c.4) Se mide y gestiona cualquier impacto negativo de los activos del club en la comunidad.	0
4c.5) Se utilizan los recursos del club, de forma que no dañen la estabilidad del mismo.	0
4c.6) Se optimizan los inventarios de material.	0
4c.7) Se optimiza el consumo de suministros (telefonía, internet, electricidad, agua). Por parte de Adesco.	0
4c.8) el club cuenta con encargados de aseo dentro de las instalaciones y si algunos de estos comolas botellas se reciclan para crear material deportivo.	0
4c.9) Se minimiza cualquier impacto global adverso de los productos, de la elaboración de los mismos y de los servicios.	0
4c.10) Se optimiza el uso del transporte.	0
TOTAL DE PUNTOS	15

En el subcriterio 4d utilice el siguiente:

Subcriterio 4d) <i>Gestión de la tecnología.</i>	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
4d.1) Se desarrolla una estrategia de gestión de la tecnología que apoye la política y estrategia del club	0
4d.2) Se identifican y evalúan las tecnologías o herramientas que el club tiene para generar impacto.	0
4d.3) Se gestiona la cartera tecnológica incluida la identificación y sustitución de tecnología obsoleta.	0
4d.4) Se explora la tecnología existente.	0
4d.5) Se desarrolla una tecnología innovadora y respetuosa con los fans del club.	0
4d.6) Se utilizan las tecnologías de la información y comunicación para apoyar y mejorar la eficacia de las actividades.	0
4d.7) Se aprovecha la tecnología para apoyar la mejora.	0
TOTAL DE PUNTOS	11

En el subcriterio 4e utilice el siguiente:

Subcriterio 4e) <i>Gestión de la información y del conocimiento.</i>	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
4e.1) Se desarrolla una estrategia de gestión de la información y el conocimiento que apoye la política y estrategia del club.	0
4e.2) Se comparte solo información verídica dentro de las páginas y medios del club.	0
4e.3) Se recoge, estructura y gestiona la información y el conocimiento en apoyo de la política y estrategia.	0
4e.4) Se proporciona a usuarios internos y externos un acceso adecuado a la información y conocimiento relevantes.	0
4e.5) Se utiliza la tecnología de la información para apoyar la comunicación e información interna y la gestión del conocimiento.	0
4e.6) Se garantiza y mejora la validez, integridad y seguridad de la información.	0
4e.7) Se cultiva, desarrolla y protege la propiedad intelectual que sólo posee del club, para maximizar su valor para el cliente.	0
4e.8) Se trata de adquirir, incrementar y utilizar el conocimiento de forma eficaz.	0
4e.9) Se genera en el club un clima de innovación y creatividad mediante el uso de los recursos adecuados de información y conocimiento.	0
TOTAL DE PUNTOS	10

4.5 Bloque para el criterio de procesos (140 pts.)

Cómo diseña, gestiona y mejora la organización sus procesos para apoyar su política y estrategia y para satisfacer plenamente, generando cada vez más valor, a sus clientes y otros grupos de interés.

Indique la existencia de evidencia sobre la implementación de acciones relacionadas con las siguientes afirmaciones. Utilice el esquema de respuestas concreto para cada ítem, en el subcriterio

5a utilice el siguiente:

Subcriterio 5a) <i>Diseño y gestión sistemática de los procesos.</i>	28 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
5a.1) Se diseñan los procesos incluidos aquellos procesos clave necesarios para hacer realidad la política y estrategia.	4.5
5a.2) Se identifican los grupos de interés de cada proceso y se resuelven las cuestiones de interface que surgen dentro del club y con los socios externos a fin de gestionar de manera eficaz los procesos de principio a fin.	4.3
5a.3) Se establece el sistema de gestión de procesos.	3.1
5a.4) Se aplican en la gestión de procesos estándares de sistemas.	0
5a.5) Se implantan indicadores de proceso y se establecen objetivos de rendimiento.	2.2
5a.6) Se revisa la eficacia del esquema general de procesos a la hora de hacer realidad la política y estrategia del club.	0
TOTAL DE PUNTOS	14.1

En el subcriterio 5b utilice el siguiente:

Subcriterio 5b) <i>Introducción de las mejoras necesarias en los procesos mediante la innovación, a fin de satisfacer plenamente a clientes y otros grupos de interés, generando cada vez mayor valor.</i>	28 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
5b.1) Se identifican y priorizan oportunidades de mejora continua y drásticas, así como otros cambios.	0

5b.2) Se utilizan los resultados de los indicadores internos de rendimiento y de las percepciones, y la información procedente de las actividades de aprendizaje, para establecer prioridades y objetivos de mejora, y métodos operativos perfeccionados.	4.6
5b.3) Se estimula el talento creativo e innovador de empleados, clientes y socios, y hacer que repercuta sobre las mejoras continuas y drásticas.	4.1

5b.4) Se descubren y utilizan nuevos diseños de procesos, filosofías operativas y tecnologías que faciliten las operaciones.	1.4
5b.5) Se establecen los métodos idóneos para llevar a efecto el cambio.	0
5b.6) Se establecen pruebas piloto y se controla la implantación de procesos nuevos o modificados.	0
5b.7) Se comunican los cambios introducidos en los procesos a todos los grupos de interés pertinentes.	0
5b.8) Se garantiza que las personas reciban la formación pertinente para trabajar con procesos nuevos o modificados, antes de su implantación.	3.0
5b.9) se asegura que los cambios de los procesos alcanzan los resultados previstos.	0
TOTAL DE PUNTOS	12.1

En el subcriterio 5c utilice el siguiente:

Subcriterio 5c) Diseño y desarrollo de los productos y servicios basándose en las necesidades y expectativas de los clientes.	28 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
5c.1) Se utilizan investigaciones de mercado, encuestas de clientes y otras formas de adquirir información para determinar las necesidades y expectativas actuales de los clientes en cuanto a productos y servicios existentes.	3.0
5c.2) Se anticipan e identifican mejoras en los productos y servicios de acuerdo con las futuras necesidades y expectativas de los clientes y otros grupos de interés.	0
5c.3) Se diseñan y desarrollan junto a clientes y socios, nuevos productos y servicios que añadan valor a los clientes.	4.0
5c.4) Se comprende y anticipa el impacto de las nuevas Tecnologías en los productos y servicios, así como su valor potencial.	0
5c.5) Se desarrollan nuevos productos y servicios tanto para el mercado actual del club como para lograr acceder a otros mercados.	3.6
5c.6) Se utiliza la creatividad, innovación y competencias clave de las personas del club como para lograr acceder a otros mercados.	0
5c.7) Se utiliza la creatividad, innovación y competencias clave de las personas del club y de los socios externos para desarrollar productos y servicios competitivos.	2.4
TOTAL DE PUNTOS	13

En el subcriterio 5d utilice el siguiente:

Subcriterio 5d) <i>Producción, distribución y servicio de atención, de los productos y servicios.</i>	28 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
5d.1) Se elaboran o adquieren productos y servicios acordes con los diseños previos y los desarrollos posteriores.	4.7
5d.2) Se pone en el mercado/promociona, comunicando la proposición de valor, y se venden los productos y servicios a los clientes actuales y potenciales.	2.3
5d.3) Se distribuyen los productos y servicios a los clientes.	4.2
5d.4) Se presta servicio de atención a los productos y servicios, incluido su reciclado cuando resulte apropiado.	4.3
TOTAL DE PUNTOS	14.5

En el subcriterio 5e utilice el siguiente:

Subcriterio 5e) <i>Gestión y mejora de las relaciones con los clientes.</i>	28 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
5e.1) Se determinan y satisfacen los requisitos de los clientes fruto del contacto habitual con ellos.	3.0
5e.2) Se gestiona la información procedente de los contactos habituales, incluidas las quejas.	0
5e.3) Se implica de manera proactiva con los clientes para debatir y abordar sus necesidades, expectativas y preocupaciones.	2.2
5e.4) Se da seguimiento a las ventas/entregas de productos y servicios, al servicio de atención al cliente y a otros contactos con los mismos, para determinar los niveles de satisfacción con los productos, servicios y otros procesos de venta/promoción y de servicio de atención al cliente.	5.1
5e.5) Se establecen alianzas con clientes que añadan valor a la cadena logística.	0
5e.6) Se emplean las encuestas periódicas y otras formas de recogida estructurada de datos, así como los datos obtenidos de los contactos habituales, para determinar e incrementar los niveles de satisfacción de los clientes en su relación con el club,	4.7
5e.7) Se asesora a los clientes sobre el uso responsable de los productos.	0
TOTAL DE PUNTOS	15.3

5 CRITERIOS RESULTADOS

5.1 Bloque para el criterio de resultados en los clientes (200 pts.)

Qué logros está alcanzando la organización en relación con sus clientes externos.

Indique la existencia de evidencia sobre la implementación de acciones relacionadas con las siguientes afirmaciones. Utilice el esquema de respuestas concreto para cada ítem, en el subcriterio

6a utilice el siguiente:

Subcriterio 6a) Medidas de percepción.	100 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
6a.1) Se obtienen percepciones que tienen los clientes del club mediante la observación	55
TOTAL DE PUNTOS	55

En el subcriterio 6b utilice el siguiente:

Subcriterio 6b) Indicadores de rendimiento.	100 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
6b.1) Se utilizan medidas internas en club para supervisar, entender, predecir y mejorar su rendimiento, así como para anticipar la percepción de sus clientes externos. Valorado bajo la observación	57
TOTAL DE PUNTOS	57

Bloque para el criterio de resultados en las personas (90 pts.)

Qué logros está alcanzando la organización en relación con las personas que la integran.

Indique la existencia de evidencia sobre la implementación de acciones relacionadas con las siguientes afirmaciones. Utilice el esquema de respuestas concreto para cada ítem, en el subcriterio

7a utilice el siguiente:

Subcriterio 7a) Medidas de percepción.	45 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
7a.1) Se obtienen medidas sobre la percepción del club por parte de las personas que la integran, mediante la observación a grupos focales, y evaluaciones del desempeño estructuradas.	0
TOTAL DE PUNTOS	11

En el subcriterio 7b utilice el siguiente:

Subcriterio 7b) Indicadores de rendimiento.	45 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
7b.1) Se utilizan medidas internas en el club para supervisar, entender, predecir y mejorar el rendimiento de las personas que la integran, así como para anticipar sus percepciones.	0
TOTAL DE PUNTOS	12

Bloque para el criterio de resultados en la sociedad (60 pts.)

Qué logros está alcanzando la organización en la sociedad. Indique la existencia de evidencia sobre la implementación de acciones relacionadas con las siguientes afirmaciones. Utilice el esquema de respuestas concreto para cada ítem, en el subcriterio 8a utilice el siguiente:

Subcriterio 8a) Medidas de percepción.	30 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
8a.1) Se obtiene la percepción de la sociedad del club mediante encuestas, informes, reuniones públicas, representantes sociales y autoridades de la administración.	6.5
TOTAL DE PUNTOS	6.5

En el subcriterio 8b utilice el siguiente:

Subcriterio 8b) Indicadores de rendimiento.	30 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
8b.1) Se utilizan medidas internas en el club para supervisar, entender, predecir y mejorar el rendimiento, así como para anticipar las percepciones de la sociedad.	4.4
TOTAL DE PUNTOS	4.4

Bloque para el criterio de resultados clave (150 pts.)

Qué logros está alcanzando la organización en relación con el rendimiento planificado.

Indique la existencia de evidencia sobre la implementación de acciones relacionadas con las siguientes afirmaciones. Utilice el esquema de respuestas concreto para cada ítem, en el subcriterio

9a utilice el siguiente:

Subcriterio 9a) Resultados clave del rendimiento de F.C Carasque.	75 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
9a.1) Se ha definido un mecanismo de medida de resultados clave de F.C CARASQUE acordados en su política y estrategia. (Los resultados económicos y financieros y los no económicos).	17.4
TOTAL DE PUNTOS	17.4

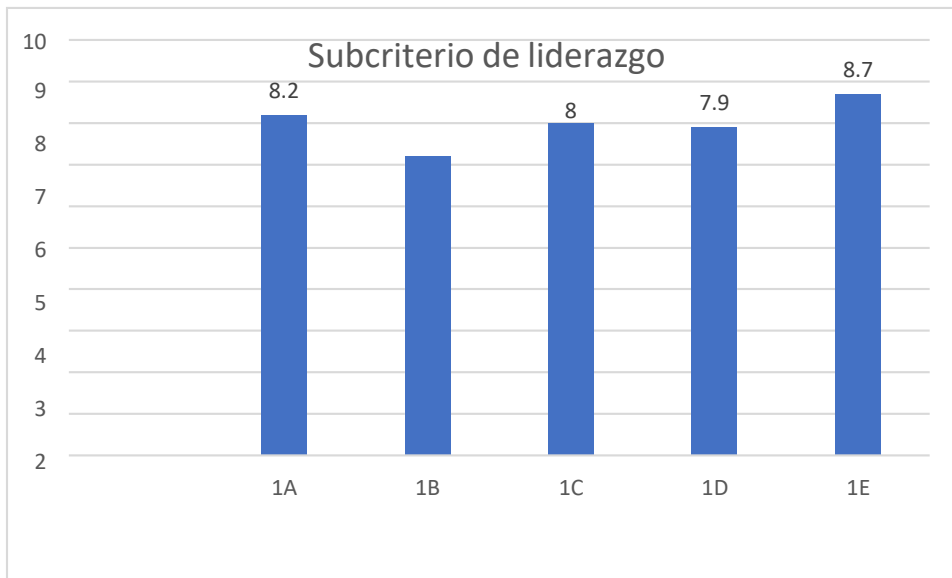
En el subcriterio 9b utilice el siguiente:

Subcriterio 9b) Indicadores clave del rendimiento de F.C Carasque	75 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
9b.1) Se supervisan y entienden los procesos y se predicen y mejoran los probables resultados clave del rendimiento del club mediante medidas operativas. Según el objeto de estas medidas pueden hacer referencia a medidas económicas y financieras y no financieras.	13.3
TOTAL DE PUNTOS	13.3

6 RESULTADOS DE AUTOEVALUACIÓN

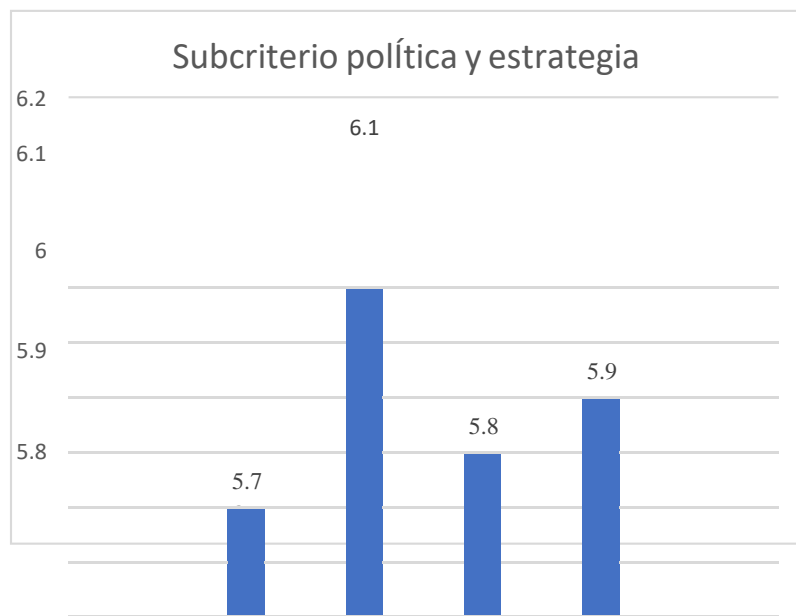
La autoevaluación se llevó a cabo a miembros que conforman la junta directiva del equipo F.C Carasque como representantes de la ADESCO de la comunidad. Se les explico los propósitos e importancia de la implementación del modelo EFQM en estructura del equipo. de esta manera luego de llevar a cabo el proceso nuestros resultados obtenidos fueron los siguientes.

Bloque para el criterio de liderazgo (100 pts.)



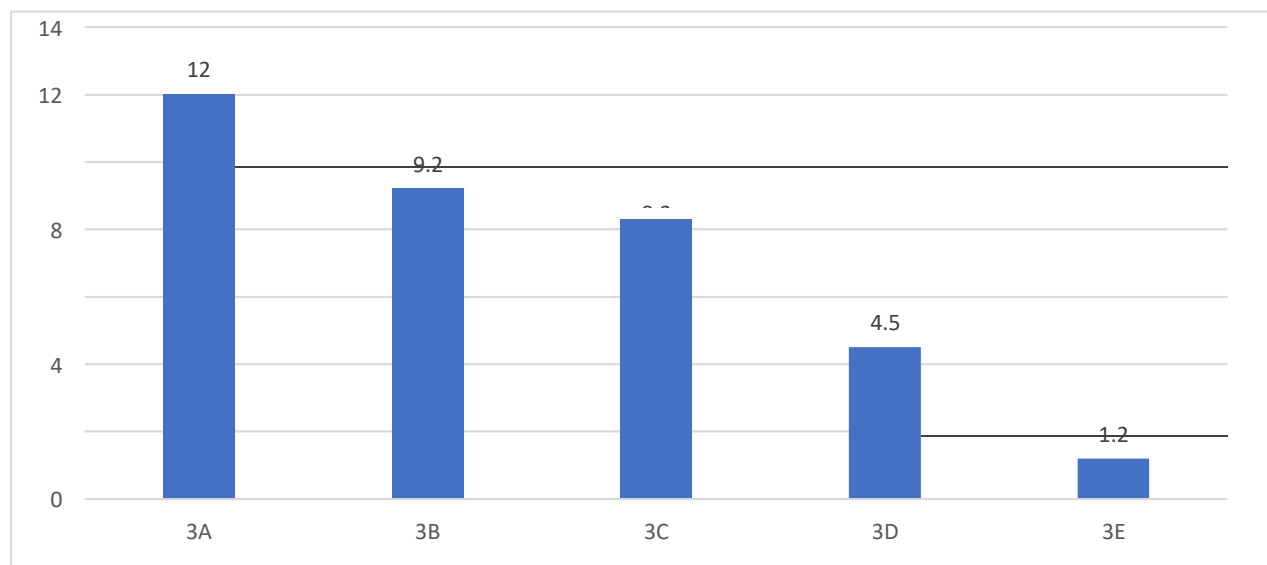
Los puntos que otorga el criterio de liderazgo son de 100 puntos los cuales están distribuidos en cinco subcriterios los cuales se puntúan de 10 a 20 puntos respectivamente. En el subcriterio 1a se logró obtener 8.2 puntos, en el subcriterio 1b se obtuvo 7.2 puntos, subcriterio 1c; 8.0 puntos, subcriterio 1d; 7.9 puntos y finalizamos con el subcriterio 1e; con 8.7 puntos. El cual suma la cantidad de 40 puntos de 100 posibles.

Bloque criterio de política y estrategia (80 pts.)



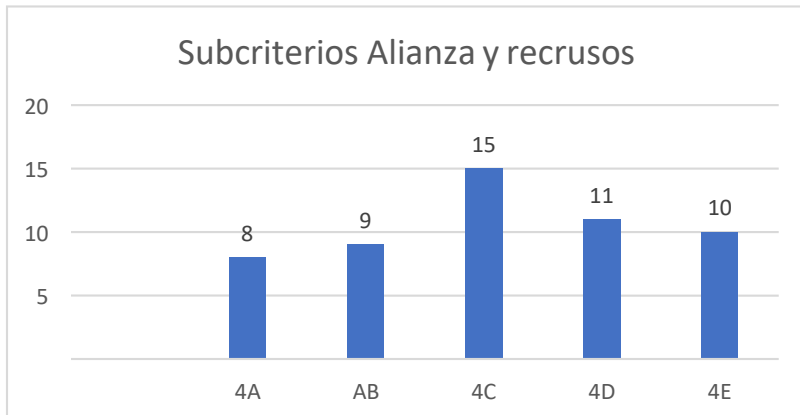
De los 80 puntos que nos brinda el criterio política y estrategia los cuales están divididos en 4 subcriterios los cuales sus puntuaciones van desde 0 a 20 puntos. Iniciamos con el subcriterio 2a; con 5.7 puntos, subcriterio 2b; 6.1 puntos, subcriterio 2c; 5.8 puntos, subcriterio 2d; 5.9 puntos. El cual suma la cantidad de 23.5 puntos de 80 posibles.

Bloque para el criterio de personas (90 pts.)



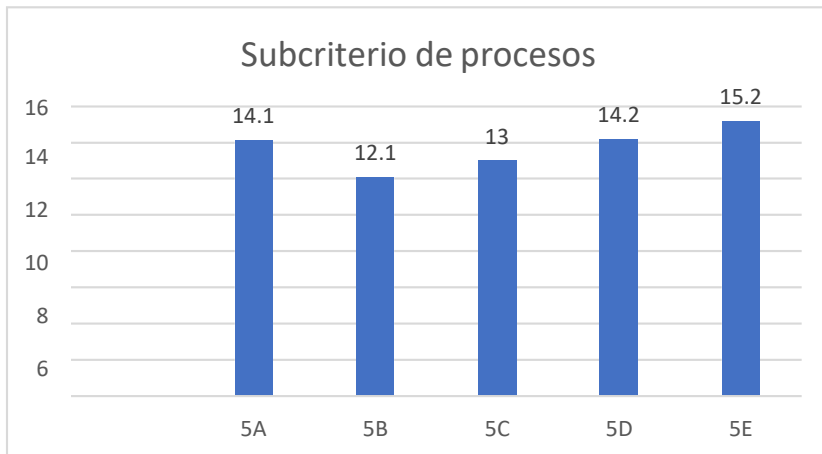
Los 90 puntos que nos brinda el subcriterio de personas se encuentran divididos en 5 subcriterios los cuales su puntuación va desde 0 hasta 18 puntos. Iniciamos con el subcriterio 3a; con 12 puntos, subcriterio 3b; 9.2 puntos, subcriterio 3c; 8.3 puntos, subcriterio 3d; 4.5 puntos y subcriterio 3e; 1.2 puntos. El cual hace la cantidad de 35.20 de 90 puntos posibles.

Bloque para el criterio de alianzas y recursos (90 pts.)



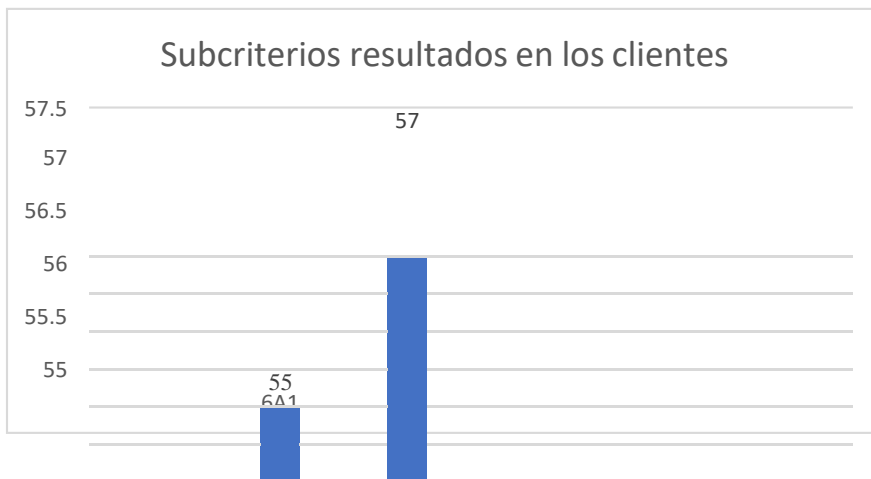
Los 90 puntos que nos brinda alianza y recursos los cuales estos están divididos en 5 subcriterios los cuales puntúan desde 0 a 18 puntos. Iniciamos con el subcriterio 4a; 8 puntos, subcriterio 4b; 9 puntos, subcriterio 4c; 15 puntos, subcriterio 4d; 11 puntos, subcriterio 4e; 10 puntos. El cual hace la cantidad de 53.0 puntos de 90 posibles.

Bloque para el criterio de procesos (140 pts.)



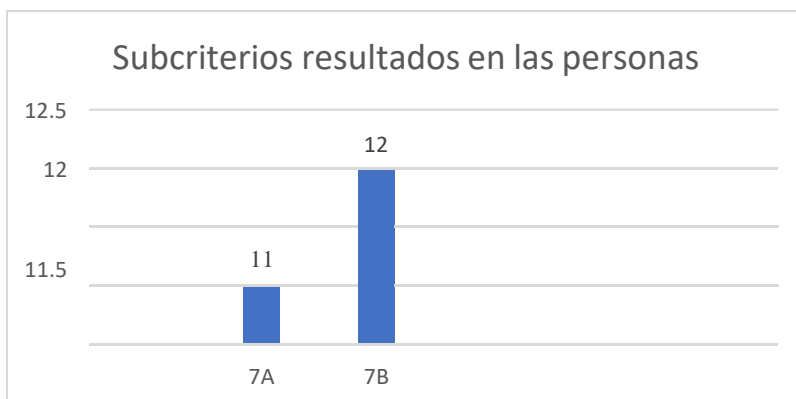
Los 140 puntos que nos brinda el criterio de procesos están distribuidos en 5 subcriterios que se puntúan de 0 a 28 respectivamente. Iniciamos con el subcriterio 5a; 14.1 subcriterio 5b; 12.1 puntos, subcriterio 5c; 13 puntos, subcriterio 5d; 14.2 puntos y en el subcriterio 5e; 15.2 puntos. El cual hace la cantidad de 68.60 puntos de 140 posibles.

Bloque para el criterio de resultados en los clientes (200 pts.)



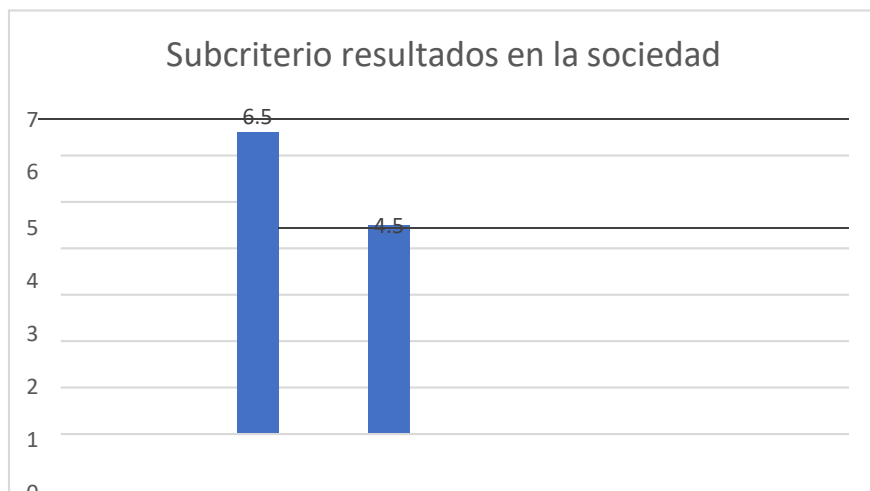
Los 100 puntos que nos brinda el criterio de resultados en los clientes están distribuidos en 2 subcriterios que puntúan de 0 a 100 respectivamente. En el subcriterio 6a; se obtuvieron 55 puntos y subcriterio 6b; 57 puntos. El cual la suma un total de 112 puntos de mil 200 posibles.

Bloque para el criterio de resultados en las personas (90 pts.)



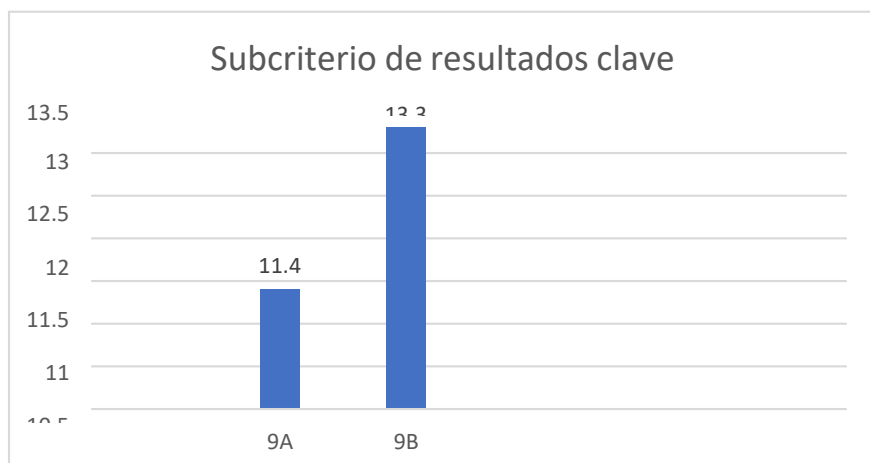
Los 90 puntos que nos brinda el subcriterio de resultados en las personas están distribuidos en 2 subcriterios que puntúan de 0 a 45 respectivamente. En el subcriterio 7a; 11 puntos y 7b; 12 puntos. El cual nos brinda la de 23 puntos de 90 posibles.

Bloque para el criterio de resultados en la sociedad (60 pts.)



Los 60 puntos que nos brinda de resultados en la sociedad están distribuidos en 2 subcriterios que puntúan de 0 a 30 respectivamente. En el subcriterio 8a; se lograron 6.5 puntos y en el 8b; 4.5 puntos. El cual hace la cantidad de 11 puntos de 60 posibles.

Bloque para el criterio de resultados clave (150 puntos)



Los 150 puntos que nos brinda el criterio de resultados clave están distribuidos en 2 subcriterios que puntúan de 0 a 75 respectivamente. En el subcriterio 9a; se lograron 11.4 puntos, y en el 9b; 13.3 puntos. El cual hace la cantidad de 24.7 puntos de 150 posibles.

Puntaje total

CRITERIOS	VALORACION	PUNTAJE OBTENIDO
Criterio 1: liderazgo.	100 PUNTOS	40 PUNTOS.
Criterio 2: política y estrategia.	80 PUNTOS	23.5 PUNTOS.
Criterio 3: personas.	90 PUNTOS	35.2 PUNTOS.
Criterio 4: alianzas y recursos.	90 PUNTOS	53 PUNTOS
Criterio 5: procesos.	140 PUNTOS	68.6 PUNTOS
Criterio 6: resultados en los clientes.	200 PUNTOS	112 PUNTOS.
Criterio 7: resultados en las personas.	90 PUNTOS	23 PUNTOS
Criterio 8: resultados en la sociedad.	60 PUNTOS	11 PUNTOS
Criterio 9: resultados claves.	150 PUNTOS	27.7 PUNTOS.

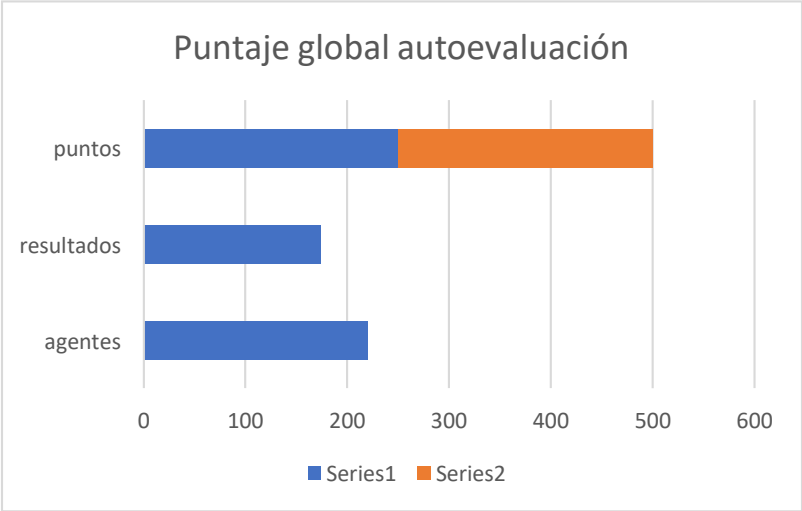
TOTAL, DE PUNTOS OBTENIDOS EN LA PRUEBA: 394 PUNTOS

<p>Entre 201 y 300 puntos EFQM Compromiso hacia la Excelencia Club Excelencia en Gestión (CEG) Committed to Excellence European Foundation for Quality Management (EFQM)</p>	
<p>Entre 301 y 400 puntos EFQM Excelencia Europea 300+ Club Excelencia en Gestión (CEG) Recognised for Excellence 3 Stars European Foundation for Quality Management (EFQM)</p>	
<p>Entre 401 y 500 puntos EFQM Excelencia Europea 400+ Club Excelencia en Gestión (CEG) Recognised for Excellence 4 Stars European Foundation for Quality Management (EFQM)</p>	
<p>Más de 500 puntos EFQM Excelencia Europea 500+ Club Excelencia en Gestión (CEG) Recognised for Excellence 5 Stars European Foundation for Quality Management (EFQM)</p>	

Fuente: Club Excelencia en Gestión

Basándonos al cuadro de puntajes la organización de F.C CARASQUE, se encuentra en la posición de EXCELENCIA EUROPEA.

Grafica de puntaje global autoevaluación



Los agentes (criterios del 1 al 5) se logro obtener 220.3 puntos de los 500 de la autoevaluación,

Los resultados (criterios del 6 al 9) se lograron obtener 173.7 puntos de 500 posibles de la autoevaluación el puntaje obteniendo un puntaje global de 394 puntos de 1000 posibles.

Conclusiones

- El puntaje global de la autoevaluación realizada en el equipo de F.C Carasque, equipo amateur de la comunidad de Cantón Carasque del municipio de Nueva Trinidad, Chalatenango. El cual se implementó el modelo EFQM, donde de esta manera nos arrojó el siguiente resultado; con 394 puntos de 1000 posibles nos deja con una calificación de excelencia europea, en la realización de la autoevaluación ejecutada a miembros de la junta directiva del club, ADESCO y sus jugadores en general.

Recomendaciones

- Mejorar los criterios y subcriterios que obtuvieron menos puntuación para obtener mejoras a la corto y largo plazo.
- Crear alternativas que ayuden a el equipo en una consolidación de proyectos efectivos mejorando su estado económico en un sistema auto sostenible.
- Mantener una alianza entre ADESCO, alcaldía municipal, e instituciones no gubernamentales con el club. Para beneficio y los intereses del equipo para proyectos que necesiten de gestiones externas en futuros proyectos.
- Continuar con la transparencia que existe internamente en el club para mejoras a futuras que ayuden al desarrollo del mismo.

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



Proyecto:

Plan de Marketing Fútbol Club Carasque: Plan de patrocinio.

Curso de Especialización:

Dirección y Gestión Deportiva

Catedrático:

Maestro: Boris Evert Iraheta

Estudiantes:

Br. José Ronal Murcia Álvarez	MA17038
Br. Juan Francisco Menjivar Cruz	MC16016
Br. Erick Saul Hernández Salguero	HS17020

Ciudad Universitaria, 21 de octubre de 2022

PLAN DE TRABAJO

Nuestro plan es poder acercarnos a los negocios más fuertes de nuestra comunidad, Carasque y de nuestro municipio Nueva Trinidad, las cuales cuentan con una variedad de productos y servicios que pueden beneficiar en gran medida a nuestra organización deportiva F.C Carasque tanto al crecimiento deportivo y mejoramiento del nivel de nuestros deportistas, como también al reconocimiento como club en muchas más comunidades.

El objetivo primordial es encontrar la forma de obtener beneficios que contribuyan a la mejora de los recursos de F.C Carasque a través de convenios con los negocios locales, los cuales sean patrocinadores de actividades deportivas, transportes, alimentación, hidratación, entre otras, con el fin de que sus marcas o negocios logren obtener un mejor reconocimiento dentro de nuestro municipio y fuera de él.

El aporte que F.C Carasque ofrece a sus patrocinadores es, lograr que sus marcas obtengan un mejor reconocimientos o posicionamiento en preferencia en los clientes consumidores, la forma de lograr es generar espacios donde sus negocios sean más reconocidos permitiendo en actividades deportivas como torneos de fútbol, ser ellos los que presentes o realicen entrega de los premios que patrocinan, teniendo un espacio en la camiseta deportiva con el nombre de sus marcas, participación en la radio local perteneciente a una organización no gubernamental, donde ellos puedan promocionar sus productos, durante los partidos de futbol de local, serán mencionados en el entre tiempo las marcas o negocios patrocinadores del club.

La forma más estratégica de club y negocios de que estos acuerdos se cumplan es firmando un documento donde se establezcan los compromisos del club con los patrocinadores y patrocinadores con el club.

PRESENTE PARA

F.C Carasque con el propósito de realizar mejorar en sus recursos económicos, y lograr en ellos una estabilidad, la cual permita seguir trabajando el proyecto, con el cual, los jóvenes pertenecientes al club como deportistas, puedan tener mejores condiciones para poder practicar el fútbol, así como también al club, le permita poder seguir atrayendo jóvenes talentos que mejoren el nivel deportivo y faciliten una mejor imagen del club dentro y fuera de nuestro municipio y una mejor promoción para los socios patrocinadores.

Es primordial conocer los negocios, los cuales pueden generarle beneficios a nuestro club y con los cuales se gestionará un patrocinio.

- Sastrería Aguas vivas (uniformes)
- Transportes Elías (Transporte fuera de nuestra comunidad)
- Alcaldía Municipal de Nueva Trinidad (premios y trofeos en la realización torneos de fútbol)
- Radio Sumpul (promocionar encuentros deportivos, venta de prendas deportivas, y promocionar a nuestros patrocinadores, y espacios para entrevistas donde podamos dar a conocer nuestros proyectos)
- Pecera los pozos (patrocinar almuerzos para nuestros deportistas en partidos de local)
- Pupusería La Carasqueña (Productos promocionales)

- Ferretería el ángel (aporte económico mensual para manteamientos de cancha de fútbol)
- Tienda Keiry (bebidas hidratantes)

ESTE PLAN PERMITE

Poder encontrar las formas de obtener mejores recursos económicos que faciliten el desarrollo de las actividades planteadas por parte de los directivos de F.C Carasque con las cuales también puedan obtener beneficios los patrocinadores dando a conocer más sus marcas, y haciéndolas más atractivas para posibles consumidores, es importante mencionar que a partir de noviembre se desarrolla en la comunidad, llamado torneo navideño, en los cuales los patrocinadores tendrán espacios donde puedan exhibir sus productos y que las personas conozca el papel que cada patrocinar está ejerciendo para F.C Carasque.

¿QUE POSIBILITA?

Una mejor relación entre los directivos del club y los deportistas, donde todos se sientan comprometidos con el proyectos, y que las personas de la comunidad de Carasque, se sientan representados por el club, ofrece la posibilidad de mejorar los recursos económicos, con los cuales se pueden desarrollar acciones de mejorar las instalaciones del complejo deportivo, en indumentarias, realizar eventos deportivos como torneos de mejor nivel y calidad y donde nuestros patrocinadores puedan ser reconocidos y que les genere una mayor cantidad de ingresos en sus negocios.

LO QUE PRETENDEMOS LOGRAR

En el cumplimiento de nuestras metas y objetivos y los acuerdos establecidos con los patrocinadores, realizando un análisis del cumplimiento del proyecto una vez cada mes y donde podamos identificar los aspectos en los cuales estamos fallando y poderlos mejorar para poder así cumplir con el plan establecido, durante la ejecución de este proyecto podemos realizar mejoras con lo cual patrocinadores y club se les haga factible tener una mejor imagen. Y poder cada vez desarrollar actividades deportivas de mejor calidad. Con el paso del tiempo pretendemos crecer junto a nuestras marcas creando cada vez mejores espacios donde nuestros patrocinadores puedan darse a conocer más y mejorar así sus ingresos. Con nuestros aliados pretendemos llegar a profesionalizar la institución y participar en campeonatos muchos más competitivos para así de esta manera dar un paso importante en el desarrollo del club.

PAQUETES DE PATROCINIOS

PAQUETE ESTELAR


PAQUETE ESTELAR

- Nombre de la marca, en la camiseta.
- En realización de torneos de fútbol, estar en el pódium de entrega de premios.
- Pertenecer a la mesa de honor durante inauguración de proyectos.
- Promoción como patrocinadores en redes sociales.
- Puesto de negocios dentro del complejo deportivo.
- Banners promocionales.
- Espacio en radio para promocionar los productos y ofertas del tú negocio.
- Promocionar patrocinadores al medio tiempo en partidos de local.

Precio del paquete anual: \$1600.00

¡ADQUIERE TU PAQUETE YA!

☆☆☆☆☆



F.C. CARANQUE

- La marca del patrocinador ira en la parte frontal del uniforme la zona más visible.
- El representante asociado al club con paquete estelar serán los titulares en la entrega de premios.
- En nuestra página en Facebook diariamente será promocionado y eventos de importancia.
- En nuestra cancha tendrá habilitado la zona techada y pavimentada para poner su negocio en un espacio de 2x2.
- Los banners se utilizarán en cada partido, evento, entrevistas, comunicados, toda actividad oficial del equipo.

- En nuestros promocionales de radio siempre serán mencionados nuestros patrocinadores de igual manera tendrán espacio para dar a conocer promociones o eventos de nuestras marcas.
- En cada medio tiempo por nuestros aparatos de audio se podrán reproducir anuncios de nuestros patrocinadores como el uso de nuestra cancha para la colocación de cualquier objeto publicitario de nuestras marcas.

PAQUETE PREFERENCIAL

PAQUETE PREFERENCIAL

- Nombre de negocio patrocinador en la calzoneta
- Banners publicitarios
- Promoción en el sonido antes de iniciar los partidos de local y al medio tiempo
- Espacio en la radio para promocionar los productos y ofertas

Precio del paquete Anual: \$1100-00

¡ADQUIERE TU PAQUETE YA!

E.C. CARANAMBU

- Puedes elegir el espacio que gustes en la calzoneta donde quieres que vaya tu marca.
- Los banners se utilizarán en cada partido, evento, entrevistas, comunicados, toda actividad oficial del equipo.
- En cada medio tiempo por nuestros aparatos de audio se podrán reproducir anuncios de nuestros patrocinadores como el uso de nuestra cancha para la colocación de cualquier objeto publicitario de nuestras marcas.

- En nuestros promocionales de radio siempre serán mencionados nuestros patrocinadores de igual manera tendrán espacio para dar a conocer promociones o eventos de nuestras marcas.

PAQUETE BÁSICO

PAQUETE BÁSICO

- *Banners publicitarios*
- *Promoción en el sonido antes de iniciar los partidos de local y al medio tiempo*
- *Espacio en la radio local para promocionar los productos y ofertas*

Precio del paquete anual: \$700.00

¡ADQUIERE TU PAQUETE YA!

F.C. CARASQUE

- Los banners se utilizarán en cada partido, evento, entrevistas, comunicados, toda actividad oficial del equipo.
- En cada medio tiempo por nuestros aparatos de audio se podrán reproducir anuncios de nuestros patrocinadores como el uso de nuestra cancha para la colocación de cualquier objeto publicitario de nuestras marcas.
- En nuestros promocionales de radio siempre serán mencionados nuestros patrocinadores de igual manera tendrán espacio para dar a conocer promociones o eventos de nuestras marcas.

Posibles patrocinadores:

SASTRERÍA AGUA VIVAS:



- Fundación año 2018 en proyecto a cargo de la institución CORDES, para madres solteras, esta cooperativa está establecida por 13 mujeres.
- Se trabaja en la realización de uniformes deportivos y uniformes de las escuelas de las comunidades de Nueva Trinidad, y en la realización de bufandas y llaveros, y ropa adecuada para el género femenino, como por ejemplo vestidos de boda y vestidos comunes.
- La mejor opción para adquirir estos productos dentro de nuestro municipio.

BENEFICIOS:

- Patrocinadoras de uniformes deportivos.
- Precios adecuados para comercializar camisetas deportivas, bufandas y llaveros.

TRANSPORTE ELIAS:



- Año de fundación 2014, por Elías Menjivar, un señor emprendedor.
- cuenta con un camión estilo kia y con socios que cuentan con más opciones como micro.
- Precios accesibles con el fin de beneficiar a las personas que utilicen este servicio.
- Maquinas en buen estado.

BENEFICIOS

- Otorgará transporte en partidos fuera de la comunidad.

ALCALDIA MUNICIPAL DE NUEVA TRINIDAD:



- Perteneciente a Nuevas ideas desde 2021-2024, alcalde Reynaldo Dubon Rivera.
- Presupuesto alto destinado para deporte y recreación.

BENEFICIOS

- Otorga premios durante torneos de futbol.
- Otorga implementos deportivos como, conos, aros, escaleras, silbatos, cronómetros, balones y uniformes de entrenamiento.

RADIO SUMPUL:



- Año de fundación 2014, con la institución Plan Internacional. A un grupo de jóvenes de 18 a 22 años.
- Cuenta con programas educativos, noticias locales, sesión de deportes y música, las actividades son programadas de 8:00 AM a 9:00 P.M.

BENEFICIOS

- Promocionar los encuentros deportivos.
- Espacio a los patrocinadores del club para que puedan ellos promocionar sus productos y ofertas.
- Venta en su instalación, de productos deportivos como camisetas, bufandas y llaveros.

PECERA LOS POZOS:



- Año de fundación es 1999, bajo un proyecto de Caritas, en la cual dos jóvenes de Carasque se unieron para poder llevar a cabo este proyecto.
- Se dedica a la venta de pescado y restaurante.

BENEFICIOS

- Patrocinaran almuerzo para nuestros deportistas en los partidos de local.
- Patrocinio de premios en actividades como torneos de fútbol.

PUPUSERIA LA CARASQUEÑA:



- Año de fundación 2009.
- Perteneciente a la familia Orellana.
- Elaboran 9 variedades de pupusas, y cuentan con delivery, para que las personas puedan deleitar sus productos sin salir de casa.

BENEFICIOS

- Refrigerios a los deportistas, durante los partidos de fútbol como visitantes y torneos de futbol.
- Apoyo con pasteles para actividades diversas.

FERRETERIA EL ANGEL;

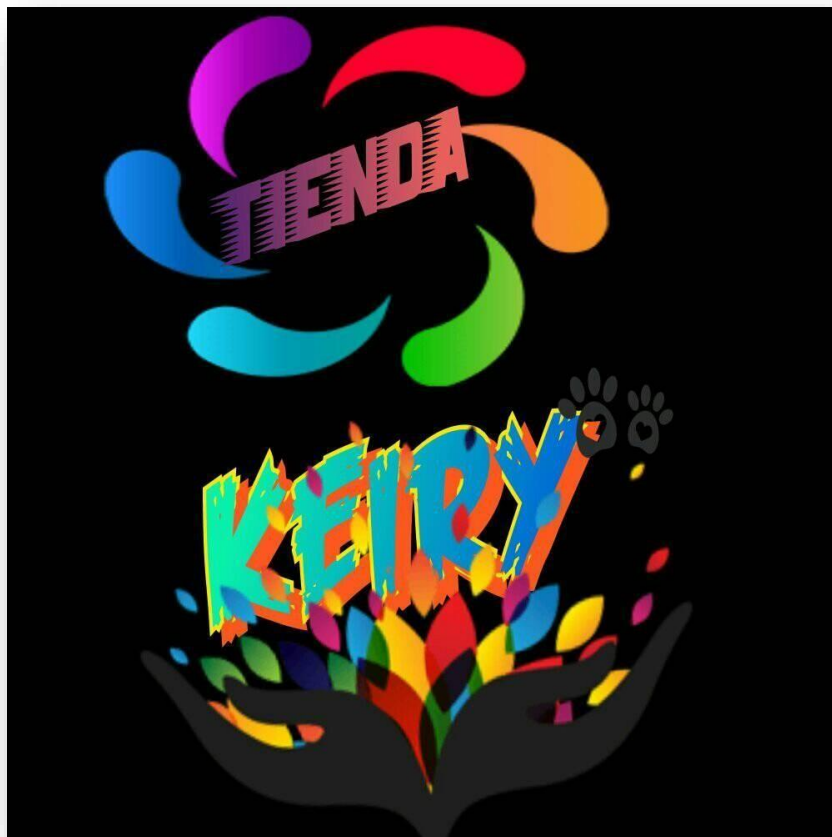


- Año de fundación 2011, perteneciente a ANGEL MENJIVAR.
- Cuenta con todos los productos a usarse en construcción.
- Cuenta con ventas de abonos, foliares y semillas de siembra para huertos.

BENEFICOS

- Aporte económico mensual para mantenimiento de cancha de futbol.
- Realizo entrega de maquina cortadora de grama, 6 caballos de fuerza.

TIENDA KEIRY:



- Año de fundación 2010, los dueños son la familia Ayala de la comunidad de Carasque.
- Se puede encontrar productos de canasta básica, abarrotería y servicio de Tigo Money.

BENEFICIOS

- Aporte de bebidas hidratantes.
- Canastas básicas que benefician la economía familiar de los deportistas del club.