

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



TÍTULO:

PLAN DE MARKETING BEACH SOCCER UES MASCULINO

PRESENTADO POR:

CARNET

ARELY ESMERALDA ZAVALA VASQUEZ	(ZV16005)
RODOLFO ERNESTO RIVERA BERNAL	(RB 15011)
SARA EDUVIGES REYES MELARA	(RM15031)
ERICK ALBERTO PEREZ GONZALEZ	(PG13055)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN PARA OPTAR AL
TÍTULO DE LICENCIADOS/AS EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN,
ESPECIALIDAD EDUCACIÓN FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN**

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:

MAESTRO BORIS EVERT IRAHETA

COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO:

MAESTRO JAVIER VLADIMIR QUINTANILLA ORELLANA

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN
SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, 12 DE DICIEMBRE DEL 2022**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR:

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICE-RECTOR ACADÉMICO:

DOCTOR RAÚL ERNESTO AZCUNAGA LOPEZ

VICE-RECTOR ADMINISTRATIVO:

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

SECRETARIO GENERAL:

INGENIERO FRANCISCO ANTONIO ALARCON SANDOVAL

FISCAL GENERAL:

LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA MARIN

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO:

MAESTRO OSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

VICEDECANA:

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

SECRETARIO:

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN:

DOCTORA GLORIA ELIZABETH ARIAS DE VEGA

COORDINADOR DE LOS PROCESOS DE GRADUACIÓN:

MAESTRO JAVIER VLADIMIR QUINTANILLA ORELLANA

DOCENTE ASESOR:

MAESTRO BORIS EVERT IRAHETA

AGRADECIMIENTOS

Gracias infinitas Dios por darme sabiduría, salud y vida a lo largo de este viaje, nunca me dejaste, ni me dejarás sola.

Lic. Boris Iraheta, tutor del curso, dirección y gestión deportiva sin usted y sus virtudes, su paciencia y constancia, este trabajo no lo hubiese logrado tan fácil, sus consejos siempre fueron útiles, cuando no salía de mis pensamientos las ideas para escribir lo que hoy he logrado, usted formó parte importante de este aprendizaje, con sus aportes profesionales que lo caracterizan. Muchas gracias por sus múltiples palabras de apoyo, cuando más lo necesité, por estar ahí cuando mis horas de trabajo se vuelven confusas, gracias por sus orientaciones y aportes profesionales.

A los docentes que también fueron parte de esta formación, sus palabras fueron sabias, sus conocimientos rigurosos y precisos, a ustedes: Licenciados, doctores, ingenieros y fisioterapeutas les debo mis conocimientos, su semilla de conocimientos germinó en el alma y el espíritu, gracias por su paciencia, por compartir sus conocimientos de manera profesional e invaluable, por su dedicación, perseverancia y tolerancia.

A mí familia, principalmente a mis padres; Moisés Efraín Zavala Rodríguez, Miriam Vásquez de Zavala, mis hermanos, sobrinos y sobrina, Jabes Zavala, Abner Zavala, Abel Zavala, Noé Zavala, Félix Zavala, Jeanne Zavala y Cristina Zavala. Gracias a ustedes que han sido siempre el motor que me impulsa a seguir mis sueños y esperanzas, quienes estuvieron siempre a mi lado días y noches más difíciles durante mis horas de estudio, les dedico a ustedes este logro, como una meta más conquistada. orgullosa de haberlos elegido como mis padres y hermanos que estén

a mi lado en este momento tan importante. Gracias por ser quienes son y por creer en mí.

También agradezco a mis amigos y compañeros de viaje en especial a mi amigo eterno DOUGLAS BERNAL VIDES Q.E.P.D. porque fue un hombre ejemplar, compartiste tus conocimientos y siempre me brindaste tu apoyo, como amigo y compañero fuiste parte de esta maravillosa aventura y no puedo dejar de recordar cuantas tardes y horas de trabajo nos juntamos a lo largo de nuestra formación.

Hoy toca cerrar un capítulo maravilloso en esta etapa de mi vida y no puedo dejar de agradecerles por su apoyo y constancia, al estar en las horas más difíciles, por compartir horas de estudio. Gracias por estar siempre allí.

ARELY ZAVALA

AGRADECIMIENTO

Estoy agradecida en primer lugar con DIOS por permitirme llegar al final de mi Carrera Universitaria por brindarme vida, salud y entendimiento para obtener conocimiento que me servirán en el diario vivir, agradecida con mis padres, Reina Isabel Melara. Ismael Reyes, por apoyarme en todos los momentos que surgen en la vida, por cuidarme y protegerme desde mis primeros pasos.

Gracias a los fundadores de la Universidad de El Salvador, por brindar brillante oportunidad a las personas en general de poder formarse académicamente, y formar personas de bien en un futuro.

Agradezco a mi hermano Ing. Edgar Reyes por inculcarme el hábito de estudiar y alcanzar metas propuesta en la vida.

Finalmente quiero dedicar este informe a compañero participantes de esta trayectoria de mis estudios, profesores de la infancia y licenciados que me apoyaron a finalizar mis estudios.

Sara Reyes

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado principalmente a DIOS, quien siempre estuvo a mi lado y es el pilar fundamental en mi carrera, mis padres Manuel De Jesús Rivera Aquino y Milagro Bernal Hernández, a mi hijo Thiago Hakim Rivera Mena quien me dio fuerzas y motivo de seguir en el estudio, compañeros y licenciados quienes siempre fueron parte de mi formación académica y que siempre estuvieron comprometidos con la formación de profesionales y así poder lograr un nuevo éxito profesional en mi vida.

Rodolfo Rivera

AGRADECIMIENTO

Agradecido a Dios por permitirme llegar hasta este momento, sin su misericordia no podría haber alcanzado este logro, gracias doy sinceramente por la salud, la protección que me brindo para culminar una de mis grandes metas que me he propuesto en la vida, no hay palabras para describir lo agradecido que estoy con él, también quiero agradecer a mi mamá por ser una pieza fundamental en esto, por su apoyo, comprensión, por sus consejos en momentos importantes no lo podría haber alcanzado tampoco, una gran parte de este logro es mérito de ella valió la pena todo su esfuerzo, ya que se llevo el día de recoger esos frutos, y por ultimo a mis amigos cercanos, en especial a Douglas Bernal Q.E.PD. Y Ricardo Molina por inspirarme, motivarme por ayudarme a ser mejor persona, estudiante, por hacer mejor los días de clases.

Gracias a los licenciados que me dieron muchos consejos, apoyo, al compartir conocimientos conmigo, más que verlos como docentes los veo como grandes seres humanos, me llevo sus enseñanzas, su forma de trabajo, de compartir las clases, su empatía hacia el estudiante, gracias por todo.

Erick Alberto Gonzales

RESUMEN	13
INTRODUCCIÓN	14
JUSTIFICACION	15
OBJETIVOS	16
Objetivos específicos	16
1- 17	
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN	18
1.1.1 Entorno General	18
✓ 18	
✓ 18	
✓ 19	
✓ 19	
1.1.2 Entorno Sectorial	19
1.1.3 Entorno Competitivo	19
1.1.4 MERCADO	20
FODA	21
✓ 22	
1.2 FIJACIÓN DE OBJETIVOS	22
1.3 ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS	23
1.4 CARTERA	24
1.5 SEGMENTACIÓN	24
1.6 POSICIONAMIENTO	24
1.7 MARKETING MIX	25
✓ 25	
✓ 25	

✓ 26

1.8 PROMOCIONES Y OFERTAS	25
1.10 PRESUPUESTO	28
1.11 IDENTIFICAR FALLAS	28
1.12 SUPERVISIÓN	28
2.1 ENCUESTA DE SATISFACCION DE USUARIOS	31

❖ 32

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	32
2.2 METODOLOGÍA	33
2.3 RESULTADOS	34
2.4 CONCLUSIONES	54
2.5 RECOMENDACIONES	55
3- GESTION DE LA CALIDAD	56
3.1 Resumen	57
3.2 OBJETIVOS	58
Objetivo General:	58
Objetivos Específicos:	58
3.3 PUNTUACIÓN ASIGNADA A CADA CRITERIO DEL MODELO	59
Escala de valoración	60
3.4 CRITERIOS AGENTES	60
3.4.1 Bloque para el criterio de liderazgo (100 pts.) (10%)	60
3.4.2 Bloque para el criterio de política y estrategia (80 pts.)	65
3.4.3 Bloque para el criterio de personas (90 pts.)	68
3.4.4 Bloque para el criterio de alianzas y recursos (90 pts.)	72
3.4.5 Bloque para el criterio de procesos (140 pts.)	76
3.4.6 Bloque para el criterio de resultados en los clientes (200 pts.)	80
3.5 RESULTADO DE LA AUTOEVALUACIÓN	82
3.5.1 Puntaje global de la autoevaluación del club BS-UES.	82
Gráfico del criterio 1: liderazgo	82
Gráfico del criterio 2: política y estrategia	83
Gráfico del criterio 3: personas	84

Gráfico del criterio 4: alianzas y recursos	85
Gráfico del criterio 5: procesos	86
Gráfico del criterio 6: resultados en los clientes	88
3.5.2 Conclusiones	89
.5.3 Recomendaciones	90
SECCIÓN 4 GESTIÓN DE PATROCINIOS	91
4.1 PLAN DE PATROCINIO	91
4.2 DIRIGIDO A:	93
4.3 ESTE PLAN PERMITE	94
4.4 ¿Que posibilita?	94
4.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	96
4.6 Paquetes de patrocinios	97
Carta de presentación institucional	100
MODELOS DE CONVENIOS DE PATROCINIO ENTRE LA INSTITUCIÓN GATORADE Y BS UES	101
MODELOS DE CONVENIOS DE PATROCINIO ENTRE LA INSTITUCIÓN GALAXIA DEPORTES Y BS- UES	102
MODELOS DE CONVENIOS DE PATROCINIO ENTRE LA INSTITUCIÓN LA FOGATA Y BS- UES	103
MODELO DE CONVENIO DE PATROCINIO ENTRE INSTITUCIÓN DE ELECTROLIT Y BS-UES	104
MODELO DE CONVENIO DE PATROCINIO ENTRE INSTITUCIÓN DE FARMACIA ECONOMICA Y BS-UES	105
MODELO DE CONVENIO DE PATROCINIO ENTRE INSTITUCIÓN DE TOROGOZ Y BS-UES	106
AGUA LAS PERLITAS	107
PROYECTO DE PATROCINIO PARA BS – UES DE AGOSTO A DICIEMBRE 2021	108
4.7 FORMAS PROMOCIONALES	112
Logos plasmados en el podio de premiación	112
Valla publicitaria	112
KIOSCO O MESA	113
4.8 Contacto con potenciales patrocinadores	113
5.	114

6. 115

BIBLIOGRAFIA

116

RESUMEN

Este trabajo presenta una propuesta de marketing, gestión de calidad y patrocinio para Beach Soccer UES Masculino, con el objetivo de expandirse hacia el público. En el área de marketing se investigó el posicionamiento que este tiene en el mercado, definiendo estrategias y tácticas de marketing acordes al público objetivo y así se elaboró un plan de acción. Elaborando un instrumento de investigación se buscó conocer la valoración de los clientes acerca de la calidad de servicio en el Club BS-UES, infraestructura, mantenimiento de instalaciones, publicidad y marketing, dando como resultado una herramienta donde se reflejaron los puntos fuertes y débiles en los servicios de Beach Soccer UES. El modelo EFQM se utilizó para evaluar diversos criterios ya establecidos, con el resultado de esto se ubicó a la empresa en uno de los niveles que el modelo especifica. Con el objetivo contribuir al desarrollo integral en la niñez o adolescencia siendo partícipes de dicha disciplina deportiva generar convenios con marcas reconocidas con un enfoque en el deporte, se elaboró un Plan de Patrocinio donde se planteó un evento nacional de fútbol playa en el cual se buscarían beneficios que ayuden a la optimización de los recursos para el evento por parte el club BS-UES y maximizar el aporte de empresas patrocinadoras.

Palabras claves: *Dirección deportiva, gestión deportiva, marketing, patrocinio, estrategias.*

INTRODUCCIÓN

El presente documento contiene detalles de cada módulo desarrollado en el curso de Especialización en Dirección y Gestión Deportiva.

El Módulo 1. “Plan de marketing” se diseña un plan para lograr un desarrollo en el deporte de futbol playa, BS-UES, para contribuir al desarrollo integral en la niñez o adolescencia siendo partícipes de dicha disciplina deportiva.

El Modulo 2. “Encuesta de satisfacción de usuarios” se detallan los resultados de la encuesta de satisfacción que se realizó a los participantes de futbol playa, realizando una propuesta para dar continuidad a diferentes actividades deportivas dentro del club deportivo.

El Modulo 3. “Gestión de la calidad” se elaboró un cuestionario de autoevaluación para el personal del club deportivo, utilizando el modelo EFQM. Obteniendo resultados generales de su implementación obteniendo resultados satisfactorios.

El Modulo 4. “Gestión de patrocinios” se crea una propuesta de plan de patrocinios para diferentes empresas, para obtener apoyo para llevar a cabo las actividades deportivas que se crean dentro del club deportivo durante el año 2022.

JUSTIFICACION

El trabajo está orientado en base a las necesidades priorizadas y a la optimización de recursos en el club BS-UES, además la definición clara del modelo de negocio y la relación que hay entre los clientes y los usuarios, la gestión deportiva es parte de la organización y administración.

La gestión deportiva es un gran campo de exigencia para los profesionales para la búsqueda del desarrollo del futbol playa en la organización deportiva y administrativa, INDES (Instituto Nacional de los Deportes) como ente principal del desarrollo del deporte es participe del club BS-UES para que se vuelve más competitivo mediante los fondos que facilita para que se desarrollen torneos locales y para alcanzar sus fines y objetivos planteados, esto implica que se debe de llevar una excelente gestión deportiva e implementación de estrategias para impulsar el desarrollo en la disciplina deportiva.

El marketing deportivo ha tomado gran auge a nivel mundial en plataformas digitales que ha permitido el desarrollo con mayor facilidad a los deportistas y de las instituciones tanto nacionales como internacionales que han sabido aprovechar y orientar dichos medios publicitarios, ya que por medios de las redes sociales se da a conocer más sobre el deporte de futbol playa.

OBJETIVOS

Diseñar un plan estratégico enfocado en la Dirección y Gestión Deportiva que ayude a incrementar actividades del futbol playa en el que se obtienen talentos deportivos en un ambiente de sano esparcimiento como lo es en el club BS- UES.

Objetivos específicos

- Crear un plan de marketing para dar a conocer sobre diferentes marcas de productos, por medio del deporte.
- Diseñar un instrumento para conocer la satisfacción del usuario perteneciente al club deportivo BS-UES.
- Elaborar el plan de patrocinio deportivo que contribuya al desarrollo del club deportivo.

***PLAN DE
MARKETING***

***BEACH SOCCER UES
MASCULINO***

ELABORADO POR:

Arely Esmeralda Zavala Vásquez

Sara Eduviges Reyes Melara

Rodolfo Ernesto Rivera Bernal

Erick Alberto Pérez González

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN

1.1.1 Entorno General

✓ Social.

El deporte de Fútbol Playa tiene poca historia al compararse con otros deportes, su nacimiento es reciente, pero aporta mucha disciplina, esmero, dinamismo, creatividad, proyectándose en otro enfoque, es uno de los deportes en el que se desarrollan todas las capacidades físicas, obteniendo una vida saludable.

Profundizándose en este deporte empieza a verse en playas, porque el requisito primordial para llevarse a cabo, es un terreno con superficie arenosa, al aire libre se pueden observar amigos, familias, compañeros de trabajo, que lo practican cuando tienen la oportunidad de ir a la playa, también se pueden realizar torneos de comunidades, donde se forman equipos para conseguir un trofeo (lo que se conoce como torneo amateur), al observar que es un deporte llamativo se crea lo que es la Liga Profesional de Fútbol Playa.

✓ Económico

El presupuesto que se ha creado como un aproximado para poder desarrollar actividad deportiva es de \$40,000 del cual se distribuye en salarios de los trabajadores y reparaciones de dicho lugar, servicio de transporte para los atletas que requieran del traslado a sus hogares y viceversa, se tienen amplias instalaciones para alojar a participantes cuando se realicen competencias a nivel nacional e internacional.

Se tienen gastos económicos en la hidratación, alimentación adecuada para los participantes y personal en general.

✓ **Tecnológico**

Se cuenta con zona wifi para usuarios, amplia cobertura, canal de tv, redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube), página web del club deportivo BS-UES en la que se encuentra toda la información necesaria.

✓ **Político**

En este ámbito se puede apreciar que el único apoyo que recibe este deporte para promover el fútbol playa es por medio del Instituto Nacional de los Deportes de El Salvador (INDES), quien es el encargado de dar las directrices acerca del manejo del torneo de fútbol playa en el país, así mismo fue uno de los responsables de crear el estadio nacional de fútbol playa, para poder darle formalidad y que tengan un espacio digno para los y las atletas de este deporte. Se tendrían que sumar más entidades a este deporte, por una razón de común interés, y es que el deporte fomenta un sano esparcimiento, también es fomentador de valores, crea oportunidades para el desarrollo no solo físico sino también laboral para las personas. Y así poder ayudar a la sociedad a alejarse de toda situación ilícita que pasa en la vida desde un enfoque deportivo.

Hablando puntualmente el club-UES masculino recibe beneficios externos de INDES y beneficios internos de su propio club.

1.1.2 Entorno Sectorial

La liga de futbol playa cuenta con 16 sedes a nivel nacional en la zona costera de nuestro país, 18 equipos masculinos y 12 equipos femeninos y se clasifican en 9 equipos en la zona centro-occidente (grupo A) y 9 en la zona oriental (grupo B) solo en la rama masculina, en la rama femenina se clasifica 6 zona occidental (grupo A) y 6 zona oriental (grupo B)

1.1.3 Entorno Competitivo

El club BS-UES es uno de los mejores representantes de la zona centro-occidental (grupo A), por la experiencia que tienen de participar a nivel nacional e internacional, así también teniendo los mejores fichajes, tres de los mejores jugadores de Barra

de Santiago, Rogelio Rauda, Agustín Aguilar, Antonio Paniagua y con el extranjero Elio Hernández, siendo estos jugadores de mucha experiencia en la modalidad de playa y con muchas habilidades físicas y técnicas, tomando en cuenta que el club BS-UES tiene un entrenador con mucho recorrido como DT, el Ing. Rafael González quien ha dirigido al equipo bicampeón en Portugal 2018 siendo ellos pioneros del actual equipo Warriors jugadores de distintas playas de El Salvador.

1.1.4 MERCADO

La práctica del futbol playa es desarrollada en la Universidad de El Salvador UES en la Cede Central, que nace con el propósito de mostrar a los usuarios las ofertas y promociones que podrían obtener al ser partícipe del Club Deportivo de futbol playa, manteniendo una vida saludable al practicar el deporte al aire libre rodeado de la naturaleza que se encuentra en las zonas costeras que es donde se desarrollarían los diferentes encuentros deportivos entre clubes o países centroamericanos.

Se le ofrece excelente enseñanza sobre futbol playa a los adolescentes de las diferentes comunidades, comprometiéndose con crear un futbolista profesional en lo competitivo. Innovando constantemente las formas de practicar dicho deporte, para conocer los gustos de los atletas obteniendo el apoyo de las últimas actualizaciones de la tecnología con una información más confiable y eficaz a las necesidades del personal en general.

FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Instalaciones en óptimas condiciones. ✓ Prestaciones de servicio medico ✓ Apoyo de la alta dirigencia de la UES. ✓ Calidad en el entrenamiento deportivo. ✓ Reconocimiento del enfoque social (igualdad de género) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incremento de la confianza del atleta. ✓ Deporte en crecimiento económico a nivel nacional ✓ Buen desarrollo en la práctica deportiva y vida saludable. ✓ Uso de redes sociales para obtener una mejor comunicación ✓ Liderazgo a nivel competitivo. ✓ Promociones para incrementar el número de jugadores. ✓ Apoyo de patrocinadores
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Deficiencia en la publicidad del deporte. ✓ Limitadas opciones para obtener el apoyo gubernamental. ✓ Escasa cantidad de socios. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumento de los competidores o productos deportivos. ✓ Nuevas creaciones de clubes deportivos. ✓ Escuelas deportivas con perspectivas similares con bajos costos.

✓ PÚBLICO OBJETIVO

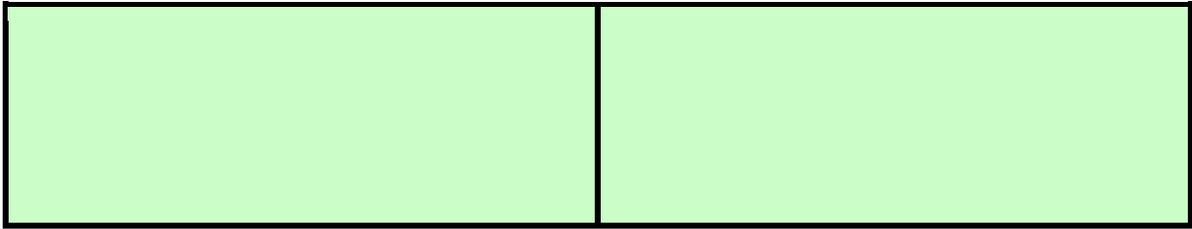
- ❖ Estudiantes de nuevo ingreso entre las edades de 18 a 25 años que participen en el club-UES.
- ❖ Atletas inscritos en dicho deporte (15)
- ❖ Que sean elegibles también las y los estudiantes de la UES de Occidente
- ❖ Empleados de la UES también pueden ser partícipes de los equipos ya sea por salud o recreación.

1.2 FIJACIÓN DE OBJETIVOS

- ❖ Acrecentar la publicidad en un 100% en todas las redes sociales
- ❖ Crear un torneo de fútbol playa masculino estudiantil para que sirva de visoria.
- ❖ Incluir un 50% de hombres de mayor edad a que participen en el entreno.
- ❖ Incrementar el número de jugadores a que participen de dicha disciplina deportiva.

1.3 ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS

<p>Estrategia 1.</p> <p>Incrementar el desarrollo del fútbol playa masculino en departamento de San Salvador.</p>	<p>Debilidad: deficiencia de la publicidad</p> <p>Fortaleza: se cuenta con canchas adecuadas para poder desarrollar las prácticas de futbol playa dentro de la academia.</p>
<p>Estrategia 2.</p> <p>Crear un ambiente favorable para los usuarios, por medio del cual se creará un mayor prestigio.</p>	<p>Fortalezas: personal capacitado para poder impartir las clases con ética y amplio conocimiento en dicha área deportiva.</p> <p>Oportunidad: optar por ser uno de los mejores deportistas en lo competitivo, a nivel nacional como internacional.</p>
<p>Estrategia 3.</p> <p>expandir la academia es decir crear sedes en el entorno de san salvador y sus municipios para brindar oportunidades a más deportistas en el fútbol playa.</p>	<p>Amenaza: nuevas creaciones de clubs deportivos</p> <p>Oportunidades: uso de las redes sociales como apoyo a la distribución de información</p>



1.4 CARTERA

A continuación, se presentan diferentes opciones para las que puedes elegir para ser partícipe del desarrollo del fútbol playa, las clases prácticas se llevarían a cabo de lunes a viernes en diferentes horarios establecidos.

- ✓ Cada atleta tiene la opción de optar los días y horarios para realizar sus entrenos, teniendo una duración de 45 minutos diarios dos veces a la semana.
- ✓ La inscripción tiene un costo de \$65.00 mensuales por participante.
- ✓ Inscripción de dos personas del mismo núcleo familiar, obteniendo un 30% de descuento en la inscripción.
- ✓ Si decides realizar las practicas por salud, obtendrás un descuento favorable a tus necesidades.
- ✓ Tienes la opción de poder participar completamente los días sábados por el precio de \$30.00

1.5 SEGMENTACIÓN

- ✓ Niños y adolescentes entre las edades de 18 a 25 años de edad con capacidades físicas a desarrollar con interés en participar y conocer sobre las ventajas que les brinda el sano esparcimiento.
- ✓ Jóvenes y adultos con el interés en practicar una disciplina deportiva o simplemente realizar actividad física por salud, con disponibilidad de tiempo para realizar las actividades.
- ✓ Personal local con la disponibilidad para crear las capacitaciones o especializarse en el deporte para expandir escuelas para la formación en dicho deporte.

- ✓ Instituciones públicas u organizaciones con interés en apoyar el desarrollo del fútbol playa.

1.6 POSICIONAMIENTO

Fútbol playa tiene poco reconocimiento debido a que en la UES existen diferentes disciplinas, en las que no se cuenta con los medios tecnológicos para difundir la información es así como el personal no está de manera activa o informada sobre este deporte, además se observa el poco uso que le dan a la herramienta digital (página web, Facebook, Instagram, canal de transmisión deportiva).

Dicho esto, se vuelve imperativo el darle una publicidad para que atraiga más personas, y algunas entidades que puedan brindar sus servicios para que sea más atractivo el poder ser parte del club, y así sea uno de los primeros deportes elegibles dentro de la UES y poder brindar un mayor rendimiento en los diferentes torneos que se desarrollan.

1.7 MARKETING MIX

✓ **Producto**

- ❖ Ofrece seguridad, diversión y bienestar en el desarrollo de cada práctica deportiva del club deportivo BS- UES está enfocada en el desarrollo del fútbol playa para brindar un mejor desarrollo a los participantes, en el que se trabajaría aspectos importantes para mantener una vida saludable y más activa (coordinación, equilibrio, capacidades motrices), técnicas y tácticas enfocados al deporte.
- ❖ Excelente enseñanza deportiva
- ❖ Se tiene un amplio estacionamiento para los usuarios

- ✓ **Precio:** para poder participar en el desarrollo de fútbol playa el costo es de \$65.00 mensuales

- ✓ **Plaza:** la realización de las prácticas se llevará a cabo en la cancha que está ubicada en la UES, en las playas costeras asignadas para poder practicar el deporte en El Salvador o Internacionales cuando se realicen fogueos o competencias.

1.8 PROMOCIONES Y OFERTAS

Las promociones y ofertas están enfocados en los elementos antes mencionados y nuevos que podrían surgir, todo esto para el desarrollo de las prácticas deportivas de fútbol playa, logrando el sano esparcimiento o llevar a cabo las competencias nacionales como internacionales por parte de los participantes.

- Descuentos en las inscripciones familiares
- Las primeras 20 personas en inscribirse recibirán un kit deportivo
- En el mes de octubre obtendrás un super descuento en la inscripción por ser el día del niño y de la niña.
- Se realizan rifas de implementos deportivos
- A los estudiantes y futbolistas con mayor récord obtendrán un 50% en beca para continuar con los estudios.



1.9 PLAN DE ACCIONES

No.	ACCIONES	MESES							RESPONSABLE
		Jun.	Jul.	Ago.	Sep	Oct.	Nov.	Dic.	
1	Presentación del plan	■							Estudiantes UES.
2	Revisión del plan, adaptaciones.	■							Estudiantes, INDES,
3	Aprobación del plan.		■						INDES, Organizaciones
4	Organización interna.		■						Coordinadores de la academia
5	Gestión y organización del equipo de Comunicaciones y Mercadeo.		■						Comisión de Comunicación y Mercadeo.
6	Coordinaciones con actores locales de municipalidad.			■					Coordinadores de fútbol playa.

7	Compra de kit de materiales para academia								INDES-municipalidad, ONG
8	Diseño del plan de formación para Monitores								Coordinadores
9	Capacitación del equipo de monitores.								Coordinadores de la academia
10	Promoción, publicidad:								Comisión de Comunicación y Mercadeo.
	Juegos de exhibición.								
	Clases demostrativas.								
	Marketing digital.								
	Foguesos								
11	Inauguración de los juegos								Coordinadores, INDES-Municipalidad.
12	Funcionamiento de la academia								Coordinadores
13	Torneos competitivos								Academia-INDES-Municipalidad.
14	Monitoreo y evaluación.								Academia

1.10 PRESUPUESTO

✓ Infraestructura	\$20,000
✓ Materiales deportivos	\$3,000
✓ Papelería	\$1,000.
✓ Viáticos	\$3,000. Anual
✓ Pagos de trabajadores	\$13,000. Anual
Total	\$40,000

1.11 IDENTIFICAR FALLAS

- ✓ Coincidencias en los días de competencias, con otros eventos patrocinados por diferentes empresas.
- ✓ Poca participación por parte de personal
- ✓ Hidratación inadecuada, por parte de los proveedores

1.12 SUPERVISIÓN

La supervisión estará a cargo del personal administrativo del personal encargado de la logística, quienes velaran por el buen funcionamiento del club y de las actividades a desarrollarse, innovar según las situaciones que se presenten según los avances tecnológicos.

inicio
05/07/2022

si se cree y se
trabaja, se puede

INSCRIBETE YA

clases de fútbol playa

Club Deportivo BS-UES

HORARIOS: LUNES A VIERNES, DE 2.00PM
A 4.00PM

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



INFORME DE RESULTADOS

**ENCUESTA REALIZADA PARA CONOCER EL GRADO DE
SATISFACCIÓN DEL PERSONAL INVOLUCRADO EN LA
INSTITUCIÓN EN LA QUE SE DESARROLLA LA
DISCIPLINA DE FUTBOL PLAYA (CODE UES) 2022**

BACHILLERES

- Arely Esmeralda Zavala
Vásquez ZV 16005
- Sara Eduviges Reyes Melara
RM15031
- Rodolfo Ernesto Rivera
Bernal RB15011
- Erick Alberto Pérez
González PG13055

lic. Boris Everth Iraheta

2.1 ENCUESTA DE SATISFACCION DE USUARIOS

❖ RESUMEN EJECUTIVO

La disciplina de Fútbol Playa es reconocida en los países del mundo en los que se practica, con el tiempo ha tenido un crecimiento en gran medida debido a la accesibilidad al medio en el que se desarrolla que se podría ejecutar en canchas con arena o en las zonas costeras rodeados del medio ambiente para disfrutar al realizar ejercicios o de diferentes disciplinas que se pueden realizar en el mismo campo de juego.

Es así como se diseña una encuesta para conocer el grado de satisfacción de los atletas que practican futbol playa en La Universidad de El Salvador, para conocer el funcionamiento por parte de las autoridades encargadas de la administración del Club Deportivo, la encuesta fue desarrolla por 12 participantes activos en el deporte, las preguntas se diseñaron con escalas de 5 opciones a responder para obtener la información requerida para dicho estudio. La participación de los atletas sobre el estudio fue de carácter voluntario, teniéndose en cuenta la ética, responsabilidad, confiabilidad como profesionales al momento de responder dicha encuesta.

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

❖ **Nombre de la encuesta:**

- Satisfacción por parte de los atletas en las instalaciones deportivas (CODE UES)

❖ **Institución responsable:**

- Estudiantes de la Universidad de El Salvador de La Facultad de Ciencias y Humanidades, cursando la carrera de: La Licenciatura en Ciencias de la Educación Física, Deporte Y Recreación

❖ **Fecha de recolección de la información:**

- Junio de 2022

❖ **Marco muestra:**

- Atletas activos en la disciplina de Futbol Playa (CODE UES)

❖ **Tamaño de la muestra:**

- 12 personas

❖ **Técnica de recolección de datos:**

- Cuestionario con preguntas abiertas auto administradas

❖ **Fecha del reporte:**

- 27 de junio de 2022

2.2 METODOLOGÍA

Se realizó una encuesta para evaluar factores del club deportivo BS-UES con los participantes activos de la disciplina de fútbol playa en el año 2022 personal en general para obtener respuestas favorables.

Iniciando con datos generales de los participantes dentro del deporte o espectadores de los torneos o fogueos que se desarrollan, se crea la encuesta por medio de la tecnología utilizando medios accesibles lo que nos favorece al momento de obtener los resultados creando múltiples opciones para responder:

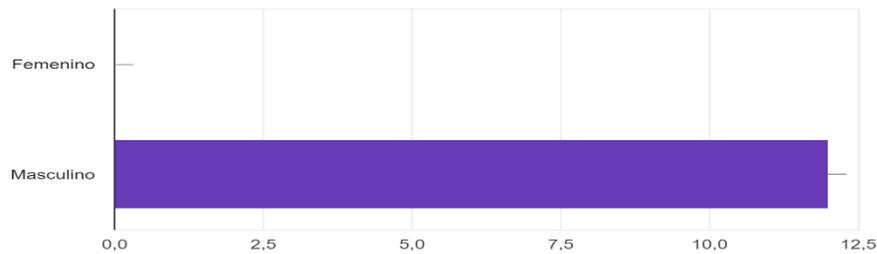
1. Muy bueno
2. Bueno
3. regular
4. muy mal

Utilizando la modalidad virtual, por medio de un formulario diseñado con la aplicación Microsoft Forms forma por el cual fue compartido al WhatsApp con los encargados del equipo participante a quienes se les indico el proceso para desarrollarse dicha encuesta.

2.3 RESULTADOS

Datos generales

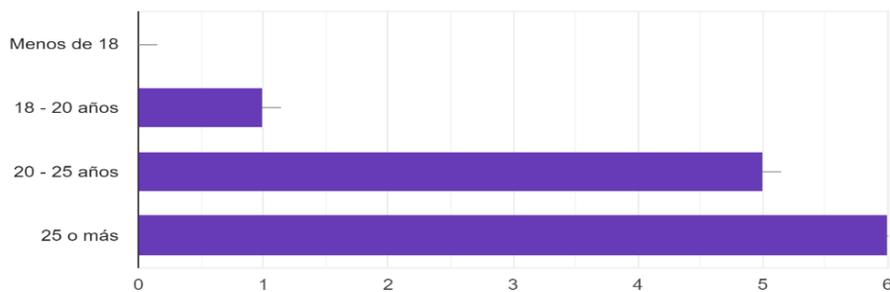
Gráfico 1. Distribución de personas según el sexo.



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

El gráfico 1 muestra la distribución de personas encuestadas por género, lo cual muestra el 100% del género masculino, debido a que es el total de atletas con los que se está realizando la investigación.

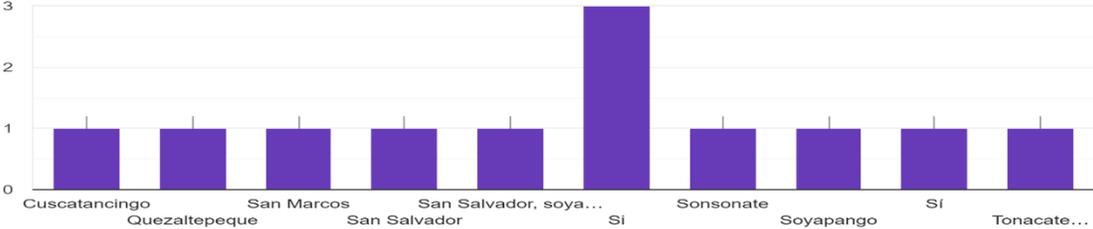
Gráfico 2. Rango de edades de los participantes



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

El grafico 2 muestra las edades de los atletas de futbol playa, teniendo en el rango de edades de 18 a 20 un 10%, de 20 a 25 un 50% y en el rango de 25 en adelante un 60% de los participantes.

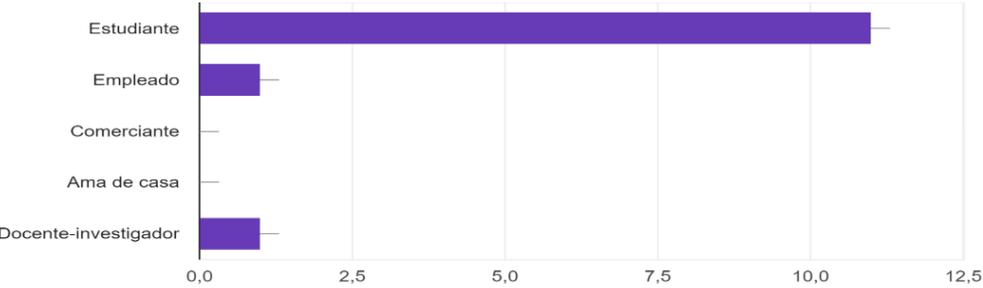
Gráfico 3. Lugar de residencia o Departamento



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

El grafico 3 muestra los Departamentos (San Salvador, Cuscatancingo, San Marcos, Quezaltepeque, Sonsonate, Soyapango, Tonacatepeque) en los que residen los atletas que participan en Futbol Playa equipo perteneciente a la Universidad de El Salvador.

Gráfico 4. A que se dedican los atletas



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

Con respecto a lo que se dedican el participante se puede apreciar de que el 80% se dedican a estudiar, el 20% son empleados practicando dicho deporte, este dato

es muy significativo ya que beneficia al deporte tener atletas que solo tengan una responsabilidad, así pueden asistir frecuentemente a los entrenamientos.

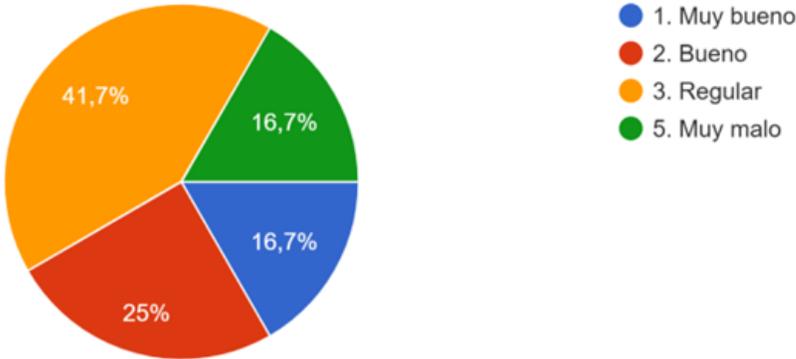
Gráfico 5. Carrera Académica que cursan los participantes

Ingeniería eléctrica
Doc. En Educación con Especialidad en Educación Superior
Lic. En Educación física, Deporte y Recreación
ING en Sistemas
Facultad de Ciencias Agronómicas

Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

Según los resultados de las encuestas se muestra que los participantes de futbol playa son estudiantes activos de la Universidad de El Salvador, teniendo un 80% de la Licenciatura en Educación física Deporte y Recreación, y 20% de otras facultades, la base de atletas con los que cuenta son parte de una carrera que tiene una relación profunda con el deporte, eso beneficia a poder seguir con el proyecto como club que es seguir siendo una disciplina importante en la UES y a nivel nacional.

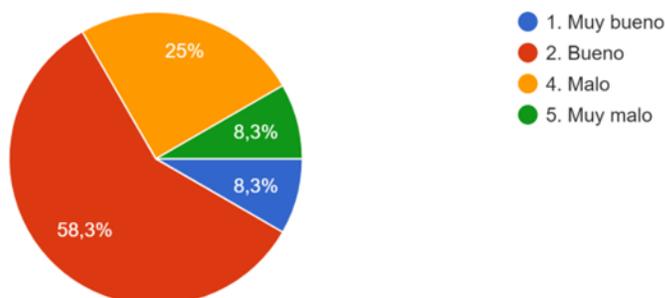
Gráfico 6. Considera que la administración de la UES brinda los viáticos necesarios a los atletas de futbol playa



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

Según los datos registrados por medio de los usuarios se muestra que la administración no brinda los viáticos necesarios a los atletas, esto puede ser debido a diferentes factores dentro de las instalaciones deportivas, (Económico, Patrocinadores, ETC), lastimosamente podemos interpretar que el mayor porcentaje lo tiene la opción regular con un 41.7%, y refleja que es una barrera muy fuerte la que se están enfrentando ya que sin los medios necesarios muy difícilmente se puede cubrir con todas las necesidades que se puedan presentar.

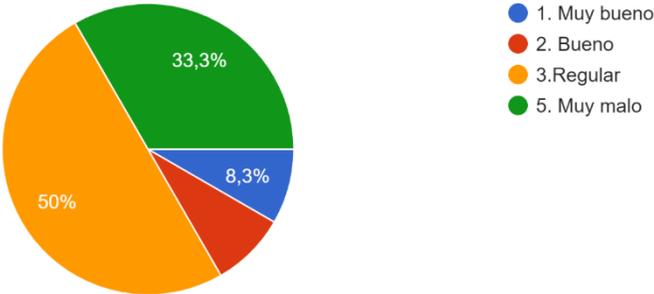
Gráfico 7. Considera que la administración de la UES realiza las gestiones necesarias para promover la disciplina de futbol playa dentro del campus



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

El gráfico muestra que el 8.3% está de acuerdo a las gestiones realizadas, 58.3 % de los usuarios consideran buenas las actividades que realizan para promover dicho deporte, el 25% se refiere a que las gestiones no son considerables o no cubren dichas expectativas, 8.3% detalla que no son las adecuadas, nos indica que los encuestados le califican como buena a las gestiones que hace la administración, se debe profundizar más sobre cuales aspectos son los que están omitiendo la administración para que no sea una muy buena las gestiones para que se acerquen más estudiantes a formar parte del deporte.

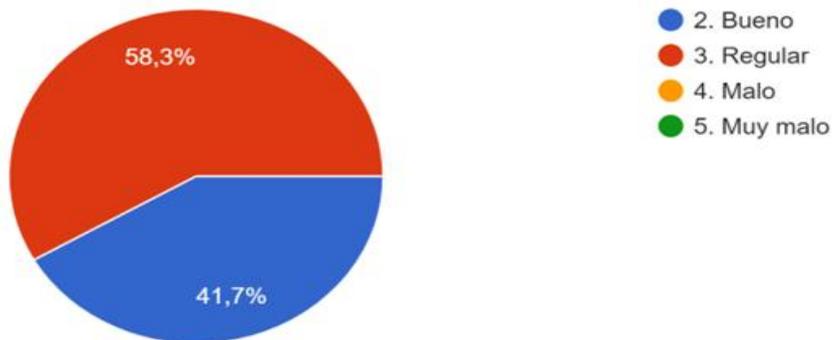
Gráfico 8. Cree usted que el presupuesto que se le brinda al club UES para participar en los diferentes torneos es el adecuado



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

El gráfico muestra que el 50% de los usuarios opina que el presupuesto que se les brinda es regular para participar en los torneos, el 33.3% no está de acuerdo al presupuesto que se les brinda, el 8.3% les parece muy bueno el presupuesto, es de conocimiento público que para poder funcionar cualquier un objeto en este caso una institución, se debe inyectar un capital que permita sobrellevar todos los objetivos planteados a inicio de año, temporada y así permite que una institución sea reconocida en diferentes esquemas.

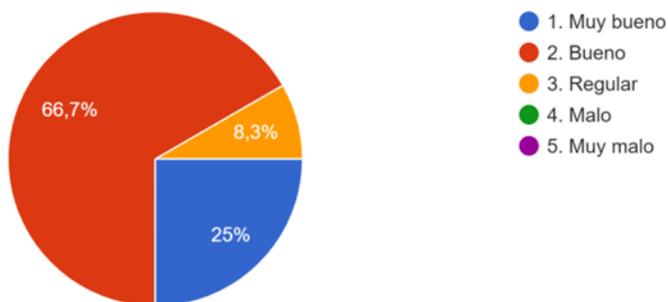
Gráfico 9. Para usted se cuenta con los materiales deportivos necesarios para realizar los entrenos de futbol playa



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

Según el gráfico el 58,3% de los usuarios considera como la opción de regular de contar con los materiales necesarios para la implementación de los entrenos, el 41,7% optaron por la opción con los implementos deportivos de la institución, nos refleja que hay una mínima diferencia entre los encuestados, se conoce que al tener las herramientas necesarias se logra la consecución de poder desarrollar todas las habilidades motrices y coordinativas y que eso beneficie a un óptimo desenvolvimiento en un entreno o partido.

Gráfico 10. Se les da el debido cuidado a los materiales deportivos

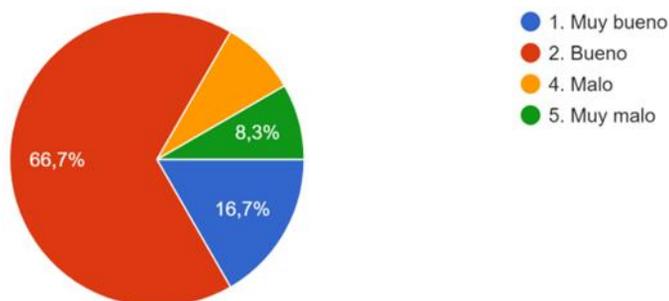


Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

En relación a la opinión sobre el debido cuidado a los materiales, el 66,7% menciona que es bueno el manejo que se les brinda, un 25% está muy de acuerdo al cuidado que se les da a los materiales deportivos, se debe concientizar a todas las personas sobre el cuidado que se les debe de dar a los

implementos, no solamente es tarea del entrenador sino de todos, ya que eso permite el buen desarrollo de la clase, y el beneficio es para todos.

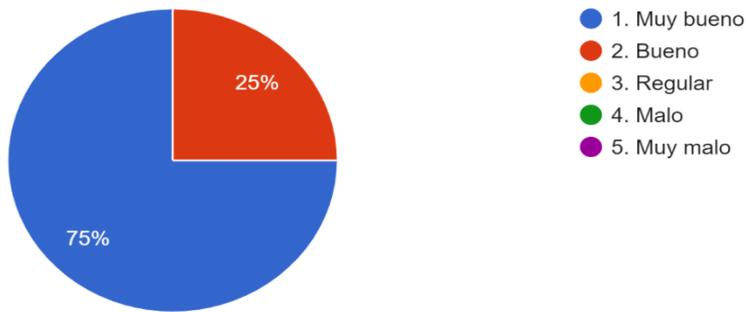
Gráfico 11. Cuando cumplen su vida de uso, inmediatamente reponen con nuevos materiales deportivos para seguir impartiendo los entrenamientos



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

Según los datos obtenidos, el gráfico refleja que la mayoría de los usuarios se optaron por la opción de bueno, que los materiales son reemplazables al cumplir su vida útil, es muy importante para el deporte, más específicamente para el entrenador y atletas contar siempre con los materiales deportivos en cada sesión, ya que eso permite que todos los aspectos tanto técnico, táctico, físico pueda ser impartidos mejor.

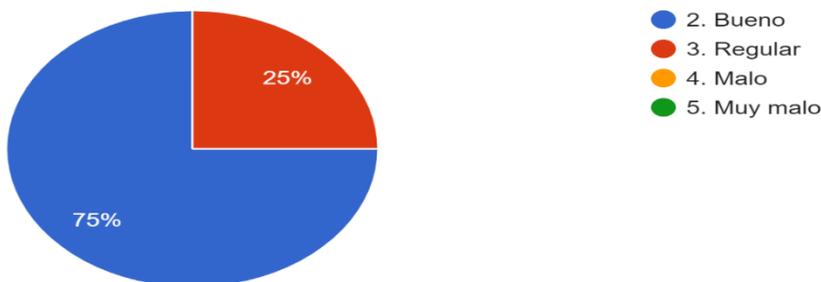
Gráfico 12. Se les da el uso adecuado a los materiales deportivos en el entrenamiento



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

El 75% de los participantes mencionan que tienen el uso adecuado con los materiales deportivos en los entrenamientos, el 25% de igual manera consideran como buen uso en general a los implementos en entrenos, fogueos y torneos, eso indico que aprovechan todos los recursos con los que cuentan, es muy importante para poder resaltar en los diferentes eventos que como club se pueda tener y brindar una buena imagen como universidad también.

Grafico13. Se utilizan todas las redes sociales que están al servicio de la población, para dar publicidad al deporte.

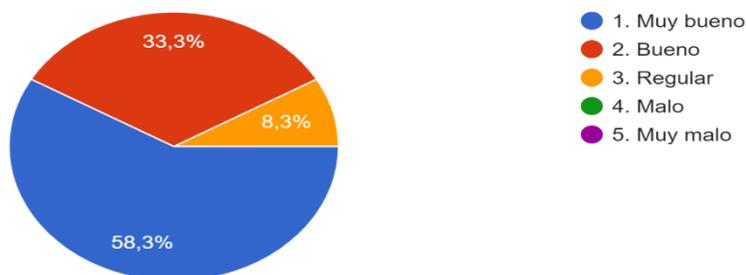


Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

En la gráfica se puede observar que el mayor porcentaje es para la opción de bueno con un 75%, y un 25% es para la opción de regular, es muy importante resaltar que hoy en día se cuenta con una gran variedad de redes sociales para diferentes

públicos, y hay que estar a la vanguardia de la tecnología y promover este deporte con diferentes diseños, ediciones de acuerdo a cada plataforma para poder atraer a una gran población cibernética.

Grafico14. Como es el uso de las redes sociales en futbol playa



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

Podemos observar en el gráfico que con un 58.3% de los votantes cree que es muy bueno el uso correcto de las redes sociales, el 33.3% lo obtiene la opción de bueno, y con el 8.3% la opción de regular, se debe considerar darle una formalidad a las redes sociales, que solo tengan un fin y es ser los más correcto, ético cuando se esté a cargo de ellas, ya que se representan a dos instituciones que tienen valores y principios, y no se puede desvanecer esa imagen.

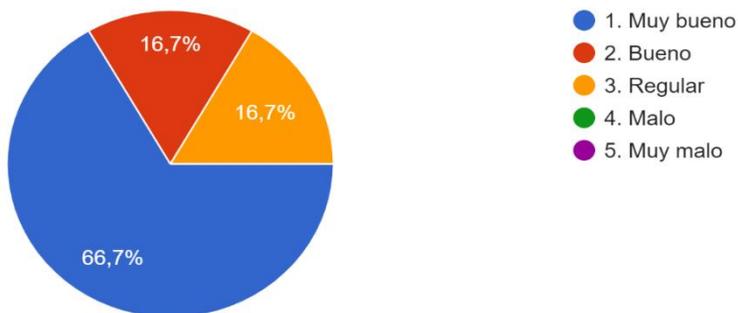
Gráfico 15. Podría expandirse el deporte de futbol playa por medio de las redes sociales



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

En este gráfico con diseño de barra de pastel no hay discrepancias entre los votantes, ya que se ha obtenido el 100% para la opción de bueno, hay que saber que en la actualidad las redes sociales tienen un fuerte impacto entre la sociedad, y si se quiere expandir, dar publicidad, darse a conocer, hoy en día una de las maneras más efectivas para poder conseguirlo es utilizándolas de la mejor manera.

Grafico16. Cree usted que es más beneficioso el uso de las redes sociales que utilizar la radio para dar a conocer el deporte de futbol playa

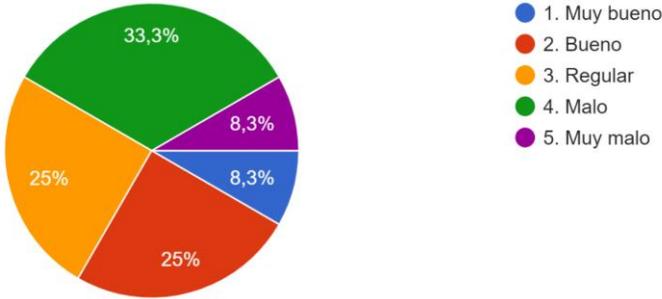


Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

La opción de muy bueno obtiene el porcentaje más alto con el 66.7% a favor, mientras que la opción de bueno obtuvo el 16.7%, mismo porcentaje para la opción de regular, tomando un poco de referencia sobre el análisis que se hizo al gráfico anterior, se sabe que las redes sociales hoy en día son más utilizadas por la mayoría de la población, hay que saber a qué público dirigirse si es un público con edades de 12 a 60 años se puede utilizar las redes sociales para un mayor alcance, pero si

el público al que se desea atraer es de la tercera edad la mejor opción sería la radio, es cuestión de saber discernir a quien.

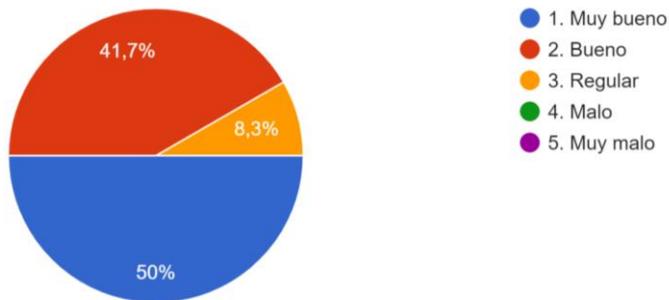
Grafico17. Estado de la superficie para practicar el deporte



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

Se precisa que el 33.3% lo obtuvo la opción malo, seguido vienen con el mismo porcentaje 25% las opciones regular y bueno, también se observa un porcentaje igual de 8.3% entre la opciones muy bueno y muy malo, hay que destacar que la arena (superficie) se ha mantenido la misma cantidad durante años, por lo que es comprensible la igualdad de opiniones, sería conveniente que abonaran arena para que se encuentre en mejores condiciones, también podría influir la situación climática donde al haber demasiada agua, se disperse la arena.

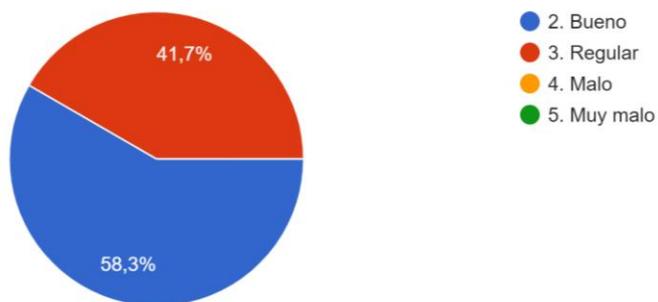
Gráfico 18. Como es la atención en el campo deportivo hacia los deportistas de futbol playa



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

Según los datos obtenidos el 50% menciona que el trato que reciben los jugadores es muy bueno por parte de los entrenadores, especialistas en medicina, entre otro personal, el 41.7 optan por la opción de bueno, y el 8,3% es regular, esto ayuda a que el usuario se sienta satisfecho por el buen trato personal.

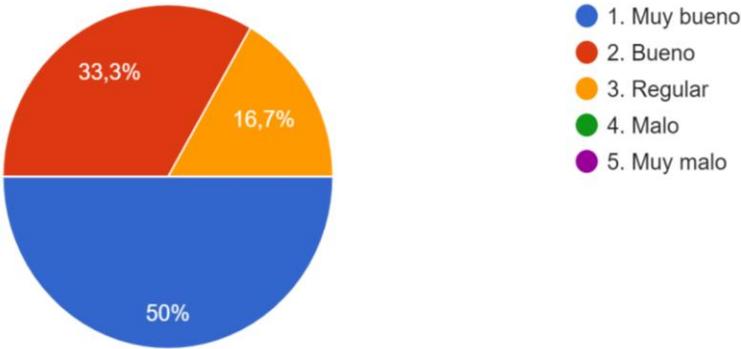
Gráfico 19. El ambiente es conveniente para que se concentren los atletas



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

El porcentaje mayoritario tiene la opción bueno con 58.3% y el 41.7% lo obtuvo la opción regular, para obtener una verdadera implicación de las personas en el deporte, se debe brindar un espacio donde se encuentren todos aquellos aspectos (cancha, vestidores, zonas verdes, refugios contra climas cambiantes, zonas de rehabilitación, zonas de recuperación de cargas de entrenamiento), para que el atleta tenga como única responsabilidad el dar el 100% de sus capacidades en el entrenamiento y no sea afectado con factores externos.

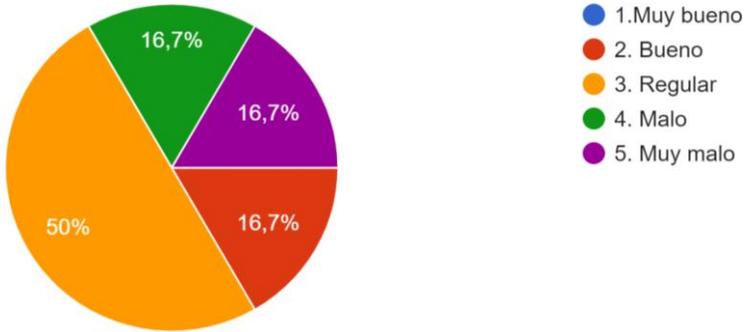
Gráfico 20. Se proporciona un espacio donde los atletas pueden cambiarse la indumentaria sin que afecte al espectador



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

El 50% de las personas opinan que tiene espacio privado para poder cambiarse de indumentaria, el 33,3% mencionan que es adecuado el espacio con el que se cuenta y un 16,7 % no está satisfecho con los espacios asignados, son detalles los que se tienen que tener en cuenta para una mejor atención al usuario

Gráfico 21. Como es el cuido(sanitización) de los baños sanitarios

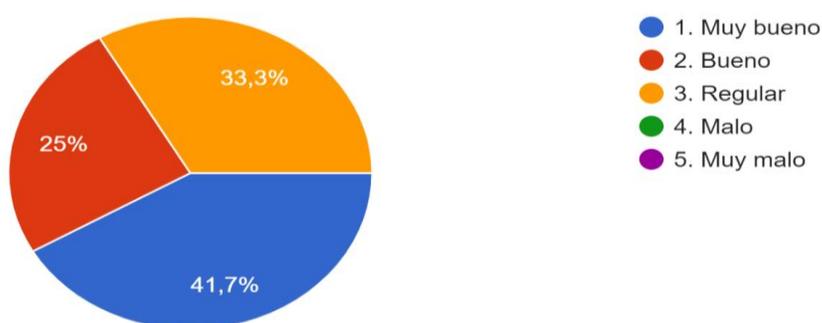


Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

En la gráfica nos representa el porcentaje de 50% para la opción de regular, mientras hay una triple igualdad de porcentajes de 16.7% en las opciones bueno, malo y muy malo, por consiguiente, es de mencionar que la higiene es parte del ser

humano, y más en lugares públicos donde hay una concentración de personas, ya que se puede adquirir diferentes enfermedades que por ende lleguen afectar al cuerpo humano, se debe priorizar el cuidado de una de las zonas más importantes con las que cuenta un club.

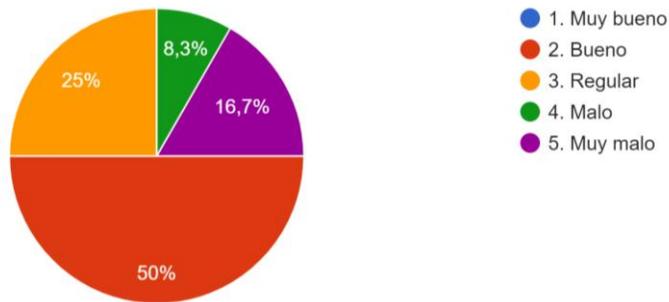
Gráfico 22. Se cuenta con un suministro de agua para la higiene personal después de las prácticas deportivas.



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

En esta grafica podemos percibir que la opción de muy bueno fue la más votada con el 41.7% mientras que el 33.3% lo tiene la opción de regular y con el 25% de los votantes se quedó la opción de bueno, el agua es una necesidad global, un recurso que se debe tener en nuestro diario vivir, más aún cuando se realizan algunas actividades y nuestro cuerpo ha transpirado, la higiene es muy importante, nos ayuda a tener el cuerpo limpio de bacterias que puede haber en el exterior.

Gráfico 23. Como es la limpieza en el sector de las duchas



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

En la gráfica se puede apreciar que el 50% lo alcanzo la opción de bueno, el 25% la opción regular, el 8.3% la opción malo y el 16.7% la opción muy malo, las duchas es un servicio importante para las instalaciones donde se albergan clubes de cualquier índole, más en un club de futbol playa, donde desechan las pequeñas cantidades de arena que se adhieren a la piel y pueden causar dificultades en las tuberías, paredes y suelo, y puede ocasionar un estancamiento de agua por una tubería dañada, puede causar insalubridad en ese espacio, donde no sería nada acogedor para los atletas.

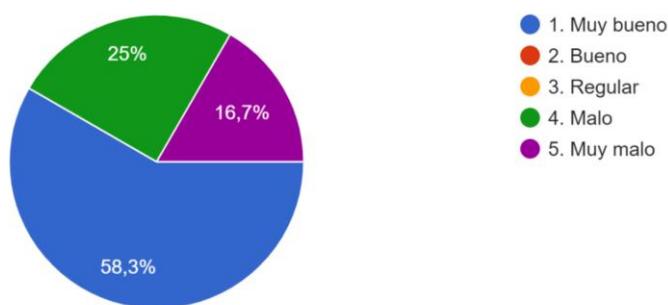
Gráfico 24. Cree usted que el director técnico cuenta con el conocimiento necesario para ostentar el cargo del equipo deportivo



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

El grafico muestra que el 100% de los atletas consideran la opción de muy bueno sobre los conocimientos necesarios del director técnico para ostentar el cargo del equipo, es muy importante en cualquier área contar con un personal altamente calificado, ayuda a conseguir los objetivos, y permite una mejor impartición de sus conocimientos sobre los demás.

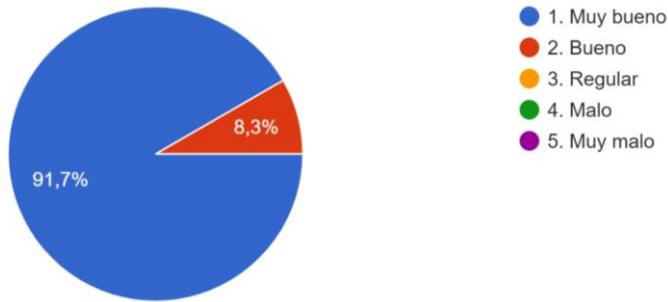
Gráfico 25. Considera que el director técnico saca provecho de los materiales deportivos para beneficio propio (alquiler, otras actividades o personales)



fuentes: elaboración propia con base a los datos de encuesta

Según los atletas con el 16,7% consideran de muy malo que el director técnico saque provecho propio de los materiales deportivos, con el 25% consideran de malo que el director técnico saque provecho a dichos materiales deportivos y el 58,3% de los atletas consideran de muy bueno que el director técnico saque provechó a los materiales deportivos para beneficios propio.

Gráfico 26. El director técnico respeta los horarios estipulados para las prácticas deportiva



fuentes: elaboración propia con base a los datos de la encuesta

El gráfico muestra que el 91.7% de los atletas consideran de muy bueno de que el director técnico respeta los horarios estipulados para las prácticas deportivas y el 8.3% de los atletas consideran de bueno que respeta los horarios estipulados de dichas prácticas deportivas, se conoce que el deporte es ente promovedor de valores, principios, forma a la persona en su diario vivir.

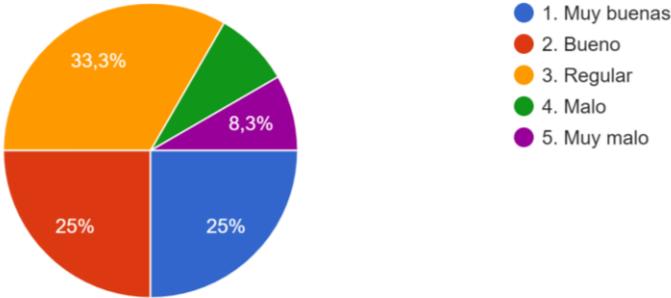
Gráfico 27. Son dinámicas las sesiones deportivas que imparte el director técnico



fuentes: elaboración propia con base a los datos de la encuesta

El gráfico muestra que el 100% de los atletas mencionan que el director técnico es dinámico a la hora de realizar sesiones deportivas, cuando alguien está encargado de un grupo de persona y quiere que su mensaje sea asimilado de la mejor manera, tiene que ser dinámico, proactivo, y eso significara que su clase será impartida de una mejor manera, y los atletas se desenvolverán eficientemente.

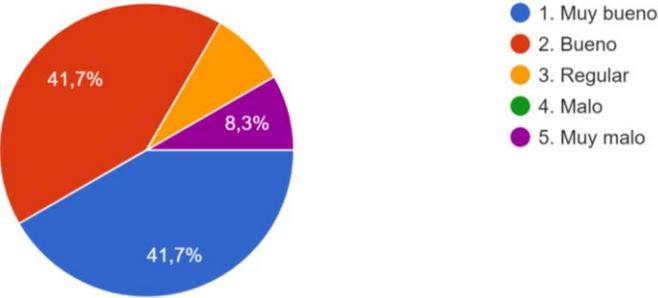
Gráfico 28. Desde su perspectiva son monótonos los entrenamientos de dicha disciplina



Fuente: elaboración propia con base a los datos de encuesta

Según los datos obtenidos, los usuarios opinan que los entrenamientos no son monótonos ya que en los entrenamientos se pueden agregar variantes para mejorar el desarrollo de dicho deporte.

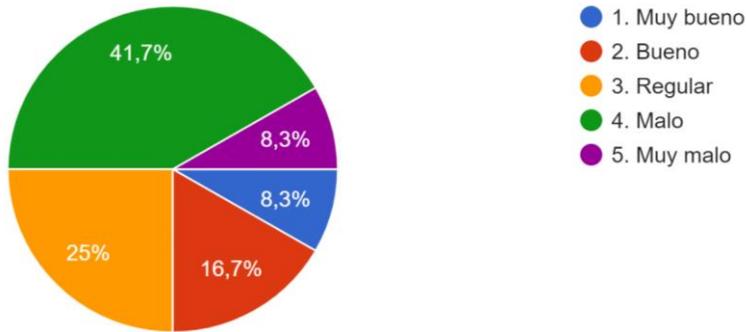
Gráfico 29. Como es la seguridad para los atletas adentro del CODE UES



Fuente: elaboración propia con base de datos de la encuesta

El grafico muestra que la seguridad para los atletas dentro del CODE UES es muy bueno con el 41,7%, el 47.7% consideran los atletas la opción de buena seguridad y con el 8,3% consideran que la seguridad es muy mala, toda persona para poder desempeñarse mejor en un área tiene que contar con un ambiente ameno, donde sus pensamientos no estén fuera de lo que está realizando, es importante brindar una seguridad al entorno para el beneficio de todos.

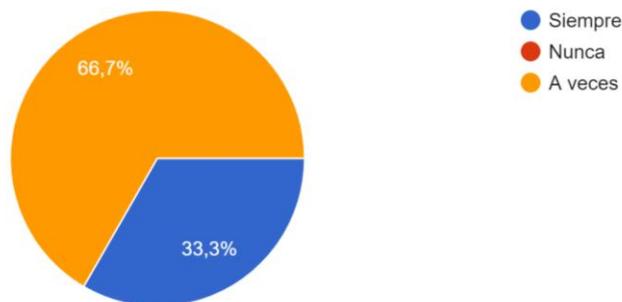
Gráfico 30. Al momento de desplazarse a los diferentes lugares de competencia cuentan con seguridad



Fuente: elaboración propia con base de datos de la encuesta

El gráfico muestra que el 41.7% la seguridad al momento de desplazarse a diferentes lugares de competencias es malo, el 25% de los atletas consideran que la seguridad al momento de desplazarse es regular, el 16.7% consideran los atletas bueno la seguridad al momento de desplazarse a dichas competencias, 8.3% de los atletas consideran muy bueno la seguridad al momento de desplazarse y con 8.3% considera muy malo la seguridad cuando se desplazan a dichas competencias, se puede observar la diversidad de perspectiva que hay, se recomienda obtener un servicio de seguridad privada para los desplazamiento, ya que se debe prever cualquier tipo de escenario que se pueda presentar

Gráfico 31. En las instalaciones o sedes que se visitan en diferentes partes del país donde se realizan los encuentros deportivos cuentan con seguridad privada para brindarles a los atletas una mejor estadía



Fuente: elaboración propia con base datos de la encuesta

Según la base de datos el 66,7% de los atletas consideran que a veces cuentan con seguridad privada en dichos eventos y el 33,3% de los atletas consideran que siempre cuentan con seguridad privada en dichos eventos deportivos, el evento organizador debe cumplir con ciertos parámetros y uno de ellos es la seguridad en el recinto, con ello evita diferentes altercados que puedan darse en el desarrollo de los partidos.

2.4 CONCLUSIONES

Los datos que se obtuvieron a través del instrumento ayudan a ampliar las perspectivas acerca de este deporte donde se puede apreciar que hay muchas demandas que se deben solventar para el beneficio de los atletas, demandas que deben mejorarse para que estén en óptimas condiciones, como lo requiere un

servicio completo puesto a las órdenes de aquellos que son sus beneficiados ya sea directa o indirectamente.

La población participante que está en el club oscila la mayoría en las edades de 25 años en adelante, también que su residencia es muy cercana la Universidad ya que se encuentran establecidos en el departamento de San Salvador, la mayoría su única ocupación es la de estudiante lo cual facilita o beneficia a que se presenten en las sesiones de entrenamiento que imparte el profesor.

En el área de redes sociales se visualiza un positivismo en el uso que se le da para beneficio del deporte, ya que es una de las herramientas que hoy en día tiene millones de seguidores que a diario la están revisando y en una gran ventana para promover, mostrar, enseñar, lo que se está trabajando en el deporte y servirá para poder atraer diferentes inversores para que obtengan más beneficios no solo la parte del club BS-UES sino también aquellas personas, empresas que quieran mostrar su servicio a la población.

También podemos valorar las votaciones acerca de la persona encargada del equipo, como lo es el director técnico, donde los atletas fueron muy positivos en sus valoraciones en las diferentes categorías que fueron consultados, lo que nos hace indicar que el personal está calificado para poder dirigir a un buen nivel un club que tenga diferentes requisitos para poder crecer.

2.5 RECOMENDACIONES

Realizar diferentes eventos, torneos relámpagos, juegos de exhibición, invitaciones a asistir como espectadores a los entrenamientos, charlas dando a conocer el deporte en los diferentes departamentos de la Universidad de El Salvador, para que ayude a atraer a personas con edades más tempranas, puntualmente de 17, 18

años, para que tengan un mayor margen de mejora y de rendimiento al servicio del club.

Una recomendación que serviría bastante para tener un ingreso extra sería monetizar las cuentas de Facebook y YouTube, con los contenidos que se suben, poder realizar rifas de implementos deportivos, un cupo para poder asistir a los partidos oficiales que realizan en la liga profesional de fútbol playa, la interacción a través de “en vivos” con la gente, para que se sumen a ese proyecto aportando de diferentes formas, con vistas, compartiendo el contenido y sus redes sociales en sus cuentas personales, con donaciones, con suscripciones, todo esto ayudara a poder crecer como club, realizando también dinámicas donde se pueda poner de manifiesto el conocimiento del atleta y las personas suscritas sobre el deporte o abordar temáticas alineadas a disciplinas deportivas, charlas motivacionales para las personas sedentarias.

Poder buscar afiliaciones con diferentes países centroamericanos que puedan brindar becas, cursos de especialización, campamentos de intercambio de conocimientos para que beneficie al profesor encargado del club, incentivarlo para que brinde su mejor rendimiento para que se obtengan los mejores resultados, suplirle de elementos tecnológicos para que sus sesiones puedan alcanzar un apogeo entre sus atletas, y lo ideal es siempre contar con personas que tengan los estudios necesario para que se hagan cargo del club deportivo.

3- GESTION DE LA CALIDAD

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN DEL CLUB BS-UES MASCULINO BAJO EL MODELO EFQM

ELABORADO POR:

Arely Esmeralda Zavala Vásquez

Sara Eduviges Reyes Melara

Rodolfo Ernesto Rivera Bernal

Erick Alberto Pérez González

DOCENTE: LIC. BORIS EVERT IRAHETA

3.1 Resumen

El Cuestionario de Autoevaluación del CLUB BS-UES está basado sobre una guía de la calidad y gestión empresarial ya que el modelo, EFQM propone un conjunto de factores o criterios que, interrelacionados entre sí, definen a una organización teóricamente excelente, capaz de lograr y mantener los mejores resultados posibles. Desde esta perspectiva el Modelo EFQM de Excelencia puede ser considerado como una herramienta de identificación de oportunidades de mejora, pero con la ventaja de que al utilizar un referente permite realizar una evaluación global, en profundidad y sistemática, sin descuidar ninguno de los aspectos importantes que pueden determinar la calidad de la organización.

3.2 OBJETIVOS

Objetivo General:

Analizar la importancia del modelo de gestión de la excelencia en el club BS-UES, para lograr un alto rendimiento y resultados que obtendría siendo uno de los líderes en el deporte regional.

Objetivos Específicos:

Detallar la calidad del club deportivo y su funcionamiento interno tanto como externo por medio de la encuesta.

Recaudar información para lograr una actualización en el funcionamiento deportivo, creando nuevas estrategias Para el crecimiento por medio del modelo EFQM en el club deportivo.

3.3 PUNTUACIÓN 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 del 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		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 claves	150
5	Procesos	140		500
	SUBTOTAL	500		
	TOTAL		1,000 pts.	

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

3.4 CRITERIOS AGENTES

3.4.1 Bloque para el criterio de liderazgo (100 pts.) (10%)

El personal encargado de dicha institución desarrolla la misión y visión para lograr un mayor rendimiento, creando valores que lleven al éxito, es así como se realiza una encuesta utilizando el modelo EFQM para obtener resultados favorables.

Se crea una lista de ítem para lograr el objetivo planteado con las respuestas que se asignan a cada criterio.

Para el criterio 1a: liderazgo dentro del club deportivo se muestran los datos obtenidos:

0	0.04
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 1. Liderazgo

Subcriterio: 1a identidad	Puntos logrados
1a.1- Se implementan valores y principios éticos para mejorar el compromiso dentro de la institución.	0.014
1a.2- Se implementa un proceso que permitan tener un excelente ambiente laboral	0.014
1a.3- Se ejecutan los procesos que permitan el desarrollo de la misión y visión del club BS-UES	0.012
Total, de puntos	0.04

Subcriterio 1b sistema de gestión

0	0.04
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 1. Liderazgo	
Subcriterio: 1b: sistema de gestión	Puntos logrados
1b. 1- La estructura organizativa del club BS-UES se adecua para los procesos de implementación de reglas.	0.01
1.b 2- Se crean procesos que permitan el mejoramiento en la planificación técnico, táctico en los atletas.	0.01

1b. 3- El presupuesto con el que cuenta el club es suficiente para llevar a cabo los objetivos y metas planteadas.	0.01
1b. 4- Se desarrollan actividades extras deportivas para mejorar el rendimiento de los atletas.	0.01
Total, de puntos	0.04

Subcriterio 1c relaciones externas

0	0.02
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 1. Liderazgo	
Subcriterio: 1c: Relaciones externas	Puntos logrados
1c. 1- Se satisfacen las necesidades y expectativas de los miembros y usuarios del club.	0.01
1c. 2- se tiene convenio con otros clubes deportivos.	0
1c- 3- Se participa en conferencias o cursos para un mayor conocimiento y actualización de reglas.	0.01
1c. 4- se interactúan con instituciones externas al club para obtener un mejor apoyo y desarrollo.	0
Total, de puntos	0.02

Subcriterio 1d relaciones internas

0	0.04
Evidencia ausente/ logrados puntos	Evidencia presente/ logrados Puntos

Criterio 1. Liderazgo	
Subcriterio: 1d Relaciones internas	Puntos logrados

1d. 1-En el club se fomenta la igualdad de oportunidades a las personas en general.	0.014
1d. 2- Se tiene en cuenta la opinión de los usuarios para una mejor confianza dentro del club.	0.014
1d. 3- Dentro del club se mantiene la ética profesional.	0.012
Total, de puntos	0.04

Subcriterio 1e gestión de cambio

0	0.014
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 1. Liderazgo	
Subcriterio: 1e gestión de cambio	Puntos logrados
1e. 1- Se impulsan proyectos para la contratación de atletas extranjeros para mejorar el rendimiento deportivo.	0
1e. 2- Se trabaja en la planificación deportiva, para obtener nuevos resultados.	0.14
1e. 3- Se impulsan proyectos para mejorar el campo deportivo.	0
Total, de puntos	0.14

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

El club deportivo BS- UES, está organizado mediante objetivos, metas centradas en estrategias que puedan incrementar el desarrollo deportivo

Se muestran las evidencias sobre las acciones relacionadas al tema. Utilizando el esquema de respuesta por cada ítem, en el criterio 2a se utiliza el siguiente:

0	0.04
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 2. Política y estrategia. (80 puntos) 8%	
Subcriterio: 2a, Identidad	Puntos logrados
1a.1- Se implementan valores y principios éticos para mejorar el compromiso dentro de la institución.	0.014
1a.2- Se implementa un proceso que permitan tener un excelente ambiente laboral	0.014
1a.3- Se ejecutan los procesos que permitan el desarrollo de la misión y visión del club BS-UES	0.012
Total, de puntos	0.04

Subcriterio 2b sistema de gestión

0	0.04
---	------

Evidencia ausente/ logrados	puntos	Evidencia presente/ logrados	Puntos
--------------------------------	--------	---------------------------------	--------

Criterio 2. Política y estrategia	
Subcriterio: 2b sistema de gestión	Puntos logrados
1b. 1- Se analiza el rendimiento deportivo durante las competencias realizadas.	0.014
1b. 2- Se toma en cuenta una planificación deportiva para obtener excelentes resultados.	0.014
1b. 3- Consideras adecuada las gestiones que se realizan para desarrollar un evento deportivo.	0.012
Total, de punto	0.04

Subcriterio 2c relaciones externas

0	0.04		
Evidencia ausente/ logrados	puntos	Evidencia presente/ logrados	Puntos

Criterio 2. Política y estrategia	
Subcriterio: 2c relaciones externas	Puntos logrados

1c. 1- Se tiene una buena comunicación con los deportistas.	0.014
1c. 2- Se trabaja en la planificación deportiva, para obtener nuevos resultados.	0.014
1c. 3- Se crean nuevas oportunidades a jóvenes para que participen en el club BS-UES.	0.012
Total, de puntos	0.040

Subcriterio 2d relaciones internas

0	0.04
Evidencia ausente/ logrados puntos	Evidencia presente/ logrados Puntos

Criterio 2. Política y estrategia	
Subcriterio: 2d Relaciones internas	Puntos logrados
2d. 1- Se mantiene un ambiente favorable entre directivos y deportistas.	0.014
2d. 2- Se trabaja en la planificación deportiva, para obtener nuevos resultados.	0.014
2d. 3- Se crean vías para lograr objetivos que favorezcan en bien del club BS-UES.	0.012
Total, de puntos	0.040

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

La organización aprovecha el conocimiento de los directivos del club, potencial de los atletas, personal en general que integran para poder planificar actividades estratégicas que ayuden al buen funcionamiento.

Se muestra las evidencias sobre las acciones relacionadas a los criterios a investigar, en el criterio 3a se obtuvieron los siguientes resultados.

0	0.036
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 3. Personas (90 PUNTOS) 90%	
Subcriterio: 3a, gestión RRHH	Puntos logrados
3a. 1- Se desarrollan políticas de implementación en cuanto a contratos para atletas extranjeros o seleccionados de otros clubes nacionales.	0.009
3a. 2- Se gestiona personal capacitado para resguardar la salud de los atletas.	0.009
3a. 3- Se respetan las jerarquías en el club al momento de tomar decisiones.	0.009
3a. 4- Se fomenta la igualdad de género en todo el personal técnico.	0.009
Total, de puntos	0.036

Subcriterio 3b desempeño

0	0.027
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 3. Personas	
Subcriterio: 3b, desempeño	Puntos logrados
3b. 1- Cómo ha sido el impacto de los fichajes que se han realizado de los atletas en el club.	0.009
3b. 2- En los torneos actuales los fichajes tuvieron éxito en cuanto al resultado que se pretendía obtener.	0.009
3b. 3- El incentivo económico que se les da a los atletas que representan el club será suficiente para suplir sus necesidades.	0
3b. 4- Se hace el trabajo en equipo dentro del club deportivo	0.009
Total, de puntos	0.027

Subcriterio 3c implicación y participación

0	0.036
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 3. Personas	
Subcriterio:3c Implicación y participación	Puntos logrados
3c. 1- Se implementan oportunidades tanto individuales como grupales a todos los atletas del club en las competencias.	0.012
3c. 2- Se desarrollan planificaciones y entrenamiento con las cargas adecuadas para los atletas.	0.012
3c.3- Se implementan valores para mejorar la disciplina de los atletas en competencias.	0.012
Total, de puntos	0.036

Subcriterio 3d comunicación interna

0	0.036
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 3. Personas	
Subcriterio: 3d, comunicación interna	Puntos logrados
3d.1- Se proponen ideas para mejorar el funcionamiento interno del club.	0.012
3d. 2- Se comunica al personal en general sobre las actividades que se desarrollan en el club.	0.012

3d. 3- Por medio de la comunicación se ha logrado identificar las necesidades.	0.012
Total, de puntos	0.036

Subcriterio 3e reconocimiento

0	0.036
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 3. Personas	
Subcriterio: 3e reconocimiento	Puntos logrados
3e. 1- Se ha conseguido el éxito individual o grupal desarrollando la satisfacción de los clientes.	0.012
3e.3- Se promueve la práctica del deporte para atraer a más clientes.	0.012
3e. 4- Se implementan los temas de higiene deportiva en el club.	0.012
Total, de puntos	0.036

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

El club deportivo realiza gestiones o alianzas externas para obtener apoyo en el funcionamiento y crecimiento en las funciones establecidas.

Se detallan los procesos a desarrollar para conocer sobre lo planteado, en los ítems del criterio 4a, colaboraciones:

0	0.012
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 4. Alianzas y recursos (90 PUNTOS) (9%)	
Subcriterio: 4a, colaboraciones	Puntos logrados
4a.1- Se establecen las condiciones para poder recibir apoyo para adquirir transporte para desplazarse a diversos lugares de competencia.	0.0
4a.2- Se genera apoyo para la estadía de los atletas después de sus encuentros deportivos.	0.0
4a.3- Se establecen alianzas con diferentes proveedores para alcanzar los objetivos trazados por el club.	0.012
Total, de puntos	0.012

Subcriterio 4b gestión de recursos económicos

0	0
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 4. Alianzas y recursos	
Subcriterio: 4b, gestión recursos económicos	Puntos logrados
4b. 1- Se implementan planes de ejecución para poder inyectar un presupuesto extra al club.	0
4b. 2- Se brinda apoyo económico para que se puedan presentar los atletas a las sesiones de entrenamiento.	0
4b. 3- Se cuenta con un presupuesto fijo para el sostenimiento del club.	0
Total, de puntos	0.0

Subcriterio 4c gestión de recursos materiales

0	0.036
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 4, alianzas y recursos	
Subcriterio:4c, gestión recursos materiales.	Puntos logrados

4c. 1- Se brinda el mantenimiento debido a los materiales deportivos.	0.012
4c. 2- Se les da importancia a las gestiones para la adquisición de material deportivo innovador.	0.012
4c. 3- Se cuenta con el material deportivo necesario para la realización de la práctica deportiva.	0.012
Total, de puntos	0.036

Subcriterio 4d tecnología

0	0.036
Evidencia ausente/ logrados puntos	Evidencia presente/ logrados Puntos

Criterio 4, alianzas y recursos	
Subcriterio:4d tecnología	Puntos logrados
4d. 1- Se apoyan con sesiones de video para fortalecer el aprendizaje del atleta.	0.012
4d. 2- Hacen uso de la tecnología para el desarrollo práctico del atleta.	0.012
4d. 3- Se utiliza el ciberespacio para la recolección de información que beneficia a los atletas para perfeccionar aspectos técnicos, tácticos y físicos.	0.012

Total, de puntos	0.036
------------------	-------

Subcriterio 4e gestión del conocimiento

0	0.09
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 4, alianzas y recursos	
Subcriterio: 4e, gestión del conocimiento	Puntos logrados
Se utiliza la tecnología para dar la información necesaria a los clientes y futuros clientes.	0.0
Se garantiza en el club la creatividad e innovación por medio del conocimiento y la información que se brinda.	0.09
Total, de puntos	0.09

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

Se crean procesos para la mejora del club deportivo, atrayendo a nuevos deportistas de su interés para obtener nuevos resultados.

Se utiliza el siguiente esquema para concretar las respuestas asignadas a cada ítem que se creó en el subcriterio 5^a, gestiones a realizarse.

0	0.056
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 5, proceso (140 puntos) 14%	
Subcriterio: 5a gestión	Puntos logrados
5a. 1- Se crean promociones que estén al alcance del bolsillo del cliente.	0.014
5a-2- Ha creado un impacto económico por medio de las gestiones realizadas generando beneficios al club.	0.014
5a.3- Se toman decisiones de procesos orientados al desarrollo óptimo en la industria del deporte.	0.014
5a. 4- Se ha establecido una gestión deportiva para el sano esparcimiento.	0.014
Total, de puntos	0.056

Subcriterio 5b mejora continua

0	0.056
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 5, procesos	
Subcriterio: 5b mejora continua	Puntos logrados
5b. 1- Se han desarrollado planificaciones estratégicas para el mejoramiento de entrenos y que los clientes estén satisfechos.	0.014
5b. 2- La metodología que se desarrolla o se utiliza en el club es la idónea para la perfección en las actividades deportivas.	0.014
5b. 3- Se implementan innovaciones que impacten en todas las actividades para integrar más atletas.	0.014
5b. 4- Se crean mecanismos e intensivos para producir resultados en los jugadores.	0.014
Total, de puntos	0.056

Subcriterio 5c, orientación al usuario

0	0.056
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 5, procesos	
Subcriterio: 5c orientación al usuario	Puntos logrados

5c. 1- Cómo ha sido la experiencia en el club con referencia a la calidad de los entrenamientos.	0.028
5c. 2- El club satisface las necesidades del usuario.	0.028
Total, de puntos	0.056

Subcriterio 5d, servicio de atención

0	0.056
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 5, procesos	
Subcriterio: 5d servicio de atención	Puntos logrados
5d. 1- Los servicios que se brindan han superado las expectativas del cliente.	0.018
5d. 2- Considera beneficioso las actividades que se realizan.	0.018
5d. 3- Considera que son innovadores la calidad de entrenamiento.	0.02
Total, de puntos	0.056

Subcriterio 5e, relaciones con usuarios

0	0.14
---	------

Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados
------------------------------------	-------------------------------------

Criterio 5, procesos	
Subcriterio: 5e relación con usuarios	Puntos logrados
5e. 1- Se mantiene la estabilidad en la calidad, eficacia que se les brinda a los atletas.	0.14
5e. 2- Se tiene registrado una base de datos de los clientes, para conocer sobre factores que ayuden a ser partícipes del club BS-UES.	0.0
Total, de puntos	0.14

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

El criterio 6a, está relacionado al personal externo del club deportivo BS-UES, utilizando el modelo EFQM para conocer las perspectivas de las personas mostrándose los resultados obtenidos:

0	0.14
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

criterio 6, resultados en los clientes	
Subcriterio: 6 percepción	Puntos logrados

6 a. 1- Cree usted que al formar parte del club le beneficia su desarrollo como atleta.	0.0
6a. 2- Considera que al formar parte del club le beneficia su desarrollo como persona.	0.14
6a. 3- Según su percepción cree que el club sería la primera opción para los atletas que provengan del extranjero.	0.0
Total, de puntos	0.14

Subcriterio 6 rendimiento

0	0.14
Evidencia ausente/ puntos logrados	Evidencia presente/ Puntos logrados

Criterio 6: rendimiento	
Subcriterio: 6 rendimiento	Puntos logrados
6b.1- El club le ha ayudado a alcanzar sus objetivos personales	0.0
6b. 2- Cree usted que el club ha cumplido con los objetivos que se propuso a principio de temporada	0.14
6b. 3- Se tiene una mejoría en el grupo en cuanto al rendimiento.	0.0
Total, de puntos	0.14

3.5 RESULTADO DE LA AUTOEVALUACIÓN

El cuestionario de autoevaluación fue realizado por el personal encargado del club BS-UES con el propósito de lograr un objetivo en la implementación de metodología y lograr nuevos resultados.

Se presentan los resultados obtenidos de la puntuación global de la encuesta:

3.5.1 Puntaje global de la autoevaluación del club BS-UES.

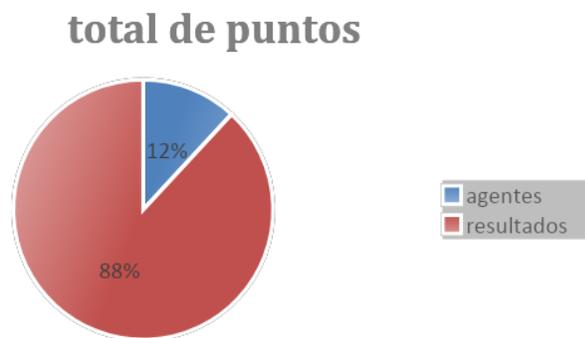


Diagrama 1. Puntaje global

Obtenidos los resultados finales de la puntuación de todos los criterios se muestra el 12% de puntos logrados, del 100% (1,000pts) utilizando el modelo EFQM, el club está en el porcentaje del 0%-20% lo que significa que su excelencia es inferior.

Gráfico del criterio 1: liderazgo



Diagrama 1. Puntaje global del criterio de liderazgo.

Los 100 puntos que otorga el criterio de liderazgo están distribuidos en 5 subcriterios que tienen una puntuación de 1 al 5 con 0.20 pts. respectivamente. En el subcriterio 1a se lograron 0.04 pts., en el 1b 0.04 pts., en el 1c 0.02pts., en el 1d 0.04 pts., y en el 1e 0.014 pts.



Diagrama 3. Puntaje global del criterio de liderazgo.

El club BS-UES obtuvo 15% de un 100% establecido en total de la sumatoria de los subcriterios, lo que representa un porcentaje bajo con respecto al total establecido.

Gráfico del criterio 2: política y estrategia

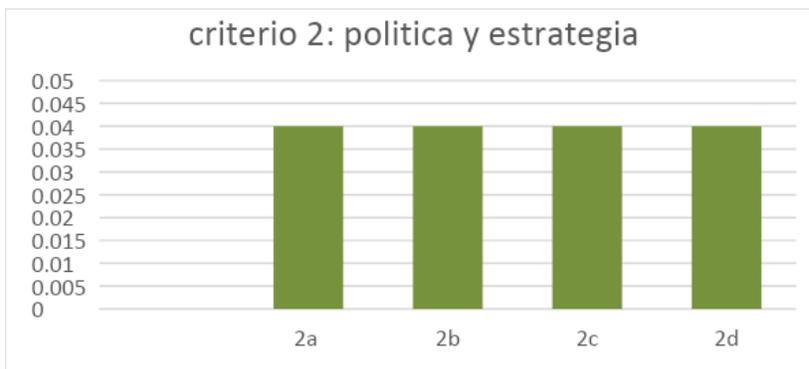


Diagrama 4. Puntaje global del criterio de política y estrategia.

Se muestran los datos de los subcriterios con el total de 0.04, obtenidos de la encuesta sobre la política y estrategia que se tiene en dicho club deportivo.



Diagrama5. Puntaje global del criterio de política y estrategia.

Del 80% asignado al criterio de política y estrategia, se logra obtener un 16% de su totalidad según muestra la encuesta desarrollada.

Gráfico del criterio 3: personas

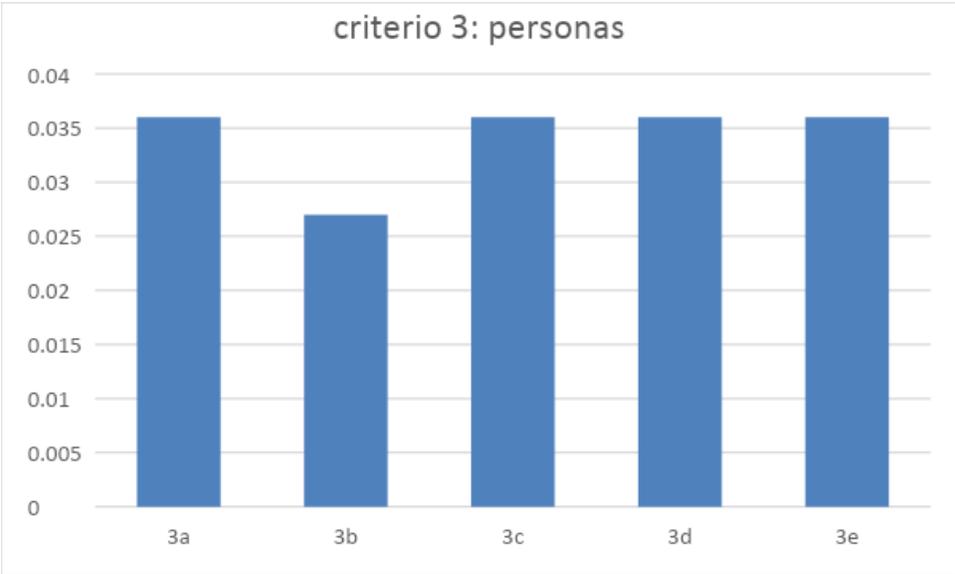


Diagrama 6. Puntaje global del criterio de personas.

Los 100 puntos que otorga el criterio de personas están distribuidos en 5 subcriterios que puntúan de 1 al 5 con 0.20 pts. respectivamente. En el subcriterio 1a se lograron 0.036 pts., en el 1b 0.027 pts., en el 1c 0.036 pts., en el 1d 0.036 pts., y en el 1e 0.036 pts.

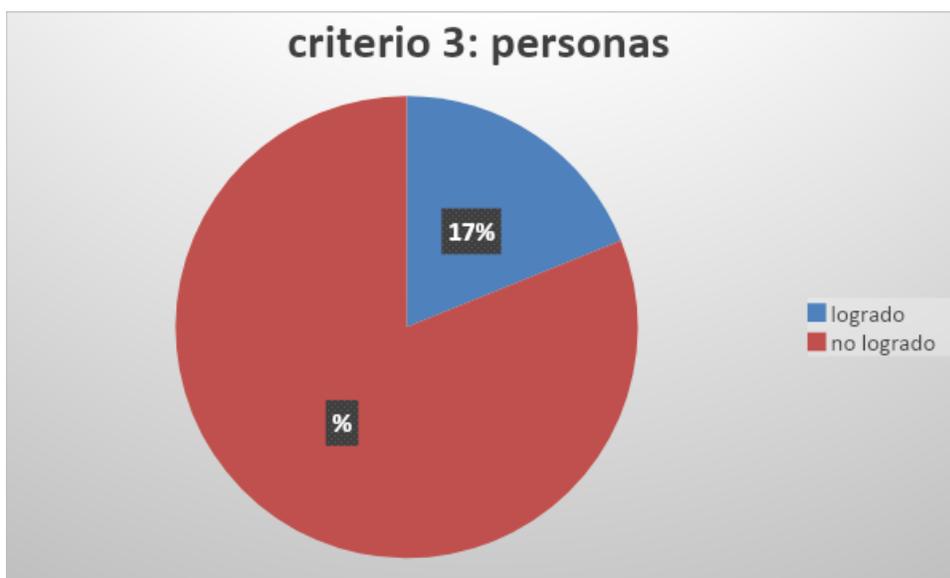


Diagrama 7. Puntaje global del criterio de personas.

El club BS-UES obtuvo 17 de 100 puntos en base a la sumatoria de los subcriterios, lo que representa un 17% de logro en este criterio.

Gráfico del criterio 4: alianzas y recursos

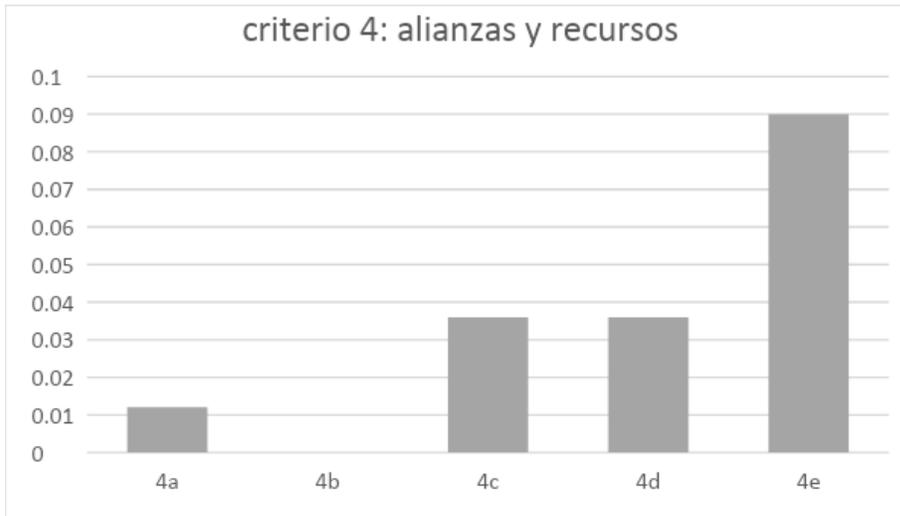


Diagrama 8. Puntaje global del criterio de alianzas y recursos.

Los 100 puntos que otorga el criterio de alianza y recursos están distribuidos en 5 subcriterios que puntúan de 1 al 5 con 0.18 pts. respectivamente. En el subcriterio 1a se lograron 0.012 pts., en el 1b 0 pts., en el 1c 0.036 pts., en el 1d 0.036 pts., y en el 1e 0.09 pts.



Diagrama 9. Puntaje global del criterio de alianzas y recursos.

El club BS-UES obtuvo 17 de 100 puntos en base a la sumatoria de los subcriterios, lo que representa un 17% de logro en este criterio.

Gráfico del criterio 5: procesos

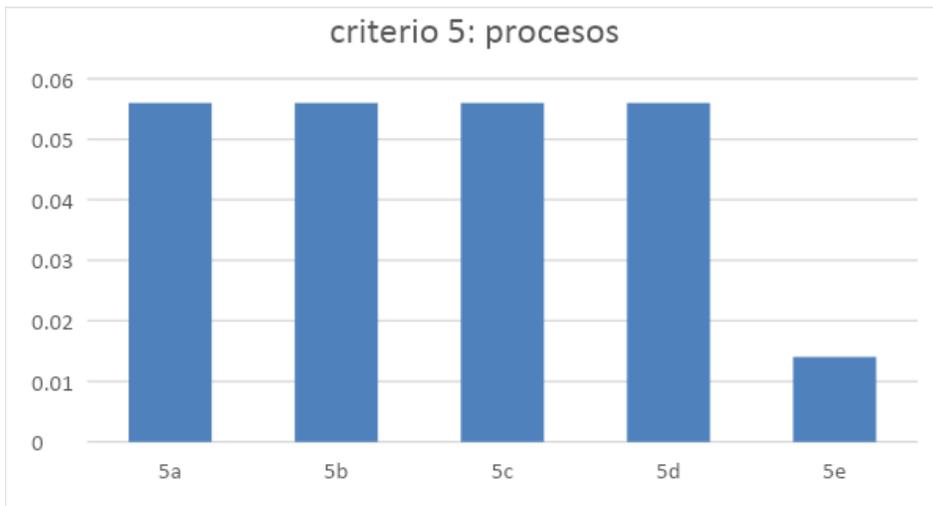


Diagrama 10. Puntaje global del criterio de procesos.

Los 140 puntos que otorga en el criterio de los procesos están distribuidos en 5 subcriterios que puntúan de 1 al 5 con 0.28 pts. respectivamente. En el subcriterio 1a se lograron 0.056 pts., en el 1b 0.056 pts., en el 1c 0.056 pts., en el 1d 0.056 pts., y en el 1e 0.014 pts.

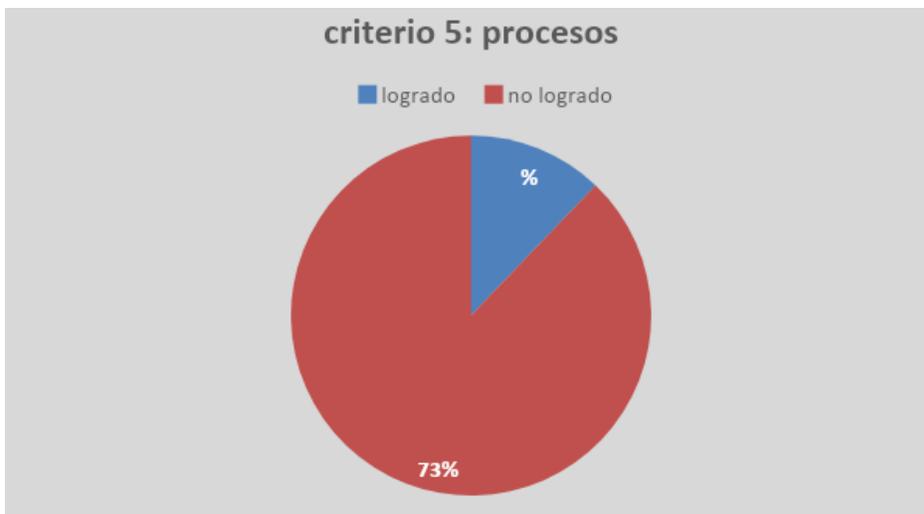


Diagrama 11. Puntaje global del criterio de procesos.

El club BS-UES obtuvo de 100 puntos en base a la sumatoria de los subcriterios, lo que representa un 17 % de logro en este criterio, que en su totalidad tiene asignado un 90%.

Gráfico del criterio 6: resultados en los clientes

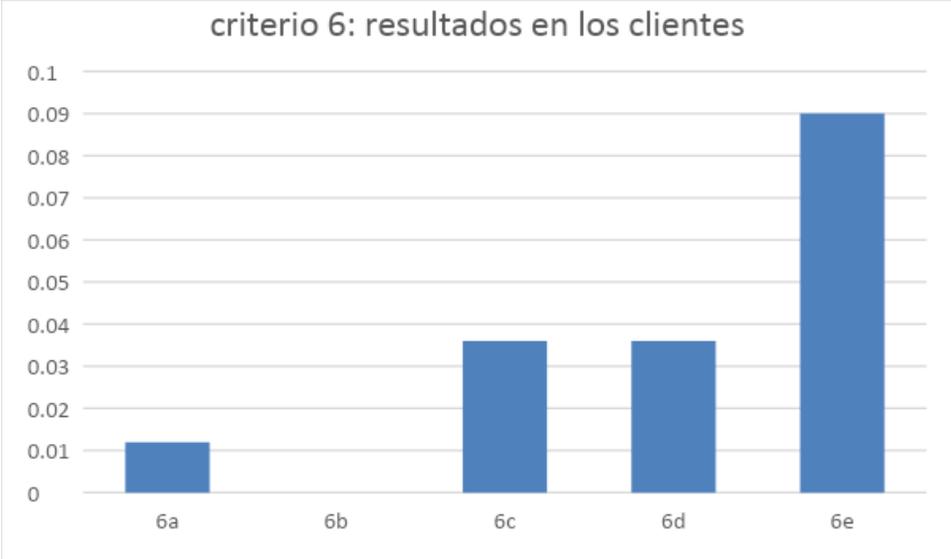


Diagrama 12. Puntaje global del criterio de resultados en los clientes.

Como resultados obtenidos de los criterios, el subcriterio 6e obtiene una mayor puntuación refiriéndose a perspectiva que tienen las personas sobre el club deportivo al que pertenecen.



Diagrama 13. Puntaje global del criterio de resultados en los clientes.

Del 90% de la totalidad del criterio, se obtiene un 17% según la encuesta realizada en las personas externas al club deportivo BS-UES.

3.5.2 Conclusiones

El puntaje global en el Cuestionario de Autoevaluación implementado en el club deportivo BS-UES utilizando el modelo EFQM de excelencia es de 135 puntos de 1,000 puntos asignado. Representando un 12% de logro es así como se posiciona en el rango “excelencia inferior” según la escala de valoración representada.

El porcentaje logrado en los criterios está en base a las preguntas realizadas, utilizando el modelo EFQM se mide a la escala de valoración es así como se posiciona en un rango menor de lo estipulado.

.5.3 Recomendaciones

Crear un modelo de gestiones de calidad acorde a las características del club deportivo BS-UES, para lograr sus fines y objetivos que les brindaría un mayor rendimiento, y posicionamiento de su imagen en el ámbito deportivo a nivel nacional.

Dar prioridad a los subcriterios de obtuvieron menor puntuación en la encuesta de autoevaluación, para organizar un plan enfocado al desarrollo en general en las próximas actividades en el año 2022.



PLAN DE PATROCINIO

**LIC.BORIS IRAHETA
ARELY ESMERALDA ZAVALA
SARA EDUVIGES REYES
RODOLFO ERNESTO RIVERA
ERICK ALBERTO PEREZ**

Solicitar a empresas de alto rango profesional, en participar como proveedoras de servicios económicos y productos que beneficien a los eventos a desarrollarse en el Club Deportivo de Fútbol Playa (BS-UES) logrando un desarrollo integral en los jugadores activos, y a los nuevos atletas en participar en el deporte salvadoreño desarrollándose en las instalaciones deportivas adecuadas que se encuentran en la Universidad de El Salvador, también en las diferentes playas de la zona costera.

Como objetivo principal es obtener el apoyo de diferentes empresas que estén dispuesta a invertir en el deporte nacional en los distintos niveles, logrando un mayor reconocimiento en sus marcas y productos a nivel nacional como internacional dando aportes esenciales a la sociedad.



El club deportivo de futbol playa en agradecimiento a las empresas se les brinda de manera general, el reconocimiento de sus marcas, productos, publicaciones con sus logos en artículos deportivos, espacios exclusivos para presentaciones, anuncios en diferentes medios de comunicación en todo el evento deportivo. De manera particular es preciso tener en cuenta el compromiso de la contraparte sea con frecuencia y ética creando un trabajo cooperativo aprobado por ambas partes de ser posible crear un documento válido con autorización de las autoridades competentes respectivas para consolidar los beneficios antes mencionados

4.2 DIRIGIDO A:

El club deportivo Fútbol playa (BS-UES) cuenta con la calidad de trabajar de manera competitiva para mejorar las condiciones de los atletas para obtener mejores resultados, realizando fogueos, juegos predeportivos en la búsqueda de nuevos talentos para trabajar en sus capacidades físicas lo que permite expandirse a nivel nacional como internacional.

Tener en cuenta el reconocimiento de las empresas dispuestas al desarrollo de las diferentes disciplinas deportivas, que creen vínculos en común para obtener beneficios en: hidratación, alimentación, recursos deportivos, textiles en relación a las técnicas del marketing deportivo.

✓ Empresas que generarían patrocinios:

- ❖ Gatorade (Hidratación)
- ❖ Institución de Galaxia Deportes
- ❖ Institución de Asados la Fogata
- ❖ Electrolit (Hidratación)
- ❖ Farmacia económica (KIT de primeros auxilios)
- ❖ Torogoz (Trofeos)
- ❖ Agua las perlitas
- ❖ FISTO.SV

4.3 ESTE PLAN PERMITE

Con la elaboración del plan de patrocinios se pretende obtener el apoyo de recursos económicos, productos deportivos, productos alimenticios, kits de primeros auxilios entre otros lo que facilitaría el buen desarrollo de las actividades recreativas de futbol playa, logrando que la empresa obtenga un beneficio en su reconocimiento por medio de la vistosidad en el evento.



Se detallan las características, beneficios de los productos a promocionarse en el evento deportivo, ya que sus marcas estarían plasmadas en los uniformes deportivos, banners, en sitios web, vallas publicitarias que se colocaría en espacios asignados para cada empresa con sus respectivos productos para el acceso al personal en general.

4.4 ¿Que posibilita?

El desarrollo de la guía del plan de patrocinio es para obtener beneficios de parte de las empresas patrocinadoras, lo que ayudaría en el desarrollo de la ejecución de eventos deportivos de futbol playa en el país, creando vínculos con personas para tener un trabajo grupal para el bienestar de todos, los proveedores ganando más vistosidad en sus marcas, productos en venta con el público, el beneficio debe ser en ambas partes, así como la empresa de igual manera el club.



Desarrollar plan estratégico de trabajo que contribuya a hacer realidad los objetivos que se ha creado como club BS-UES

Optimizar el uso de recursos disponibles, como club, se busca la forma de mejorar sus recursos y así facilitar el desarrollo de las actividades deportivas como; traslado a diferentes zonas del país cuando se llevan a cabo los encuentros deportivos entre otras actividades.

Crear análisis de posibles patrocinadores, para ello es importante, lo que el equipo ofrecerá a sus patrocinadores, como, por ejemplo; anuncios de banners, anuncios publicitarios o anuncios en las redes sociales, catering, muros interactivos, cabinas de fotos, entre otras cosas.

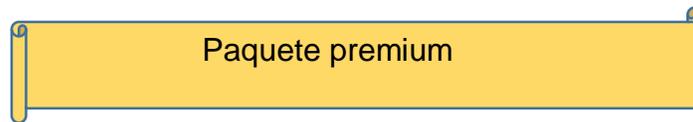
Detallar objetivos y metas a alcanzar, como club es muy importante que defina la manera de poder obtener resultados siempre y cuando tenga claros sus objetivos y metas

Obtener apoyo constante en recursos primordiales para poder continuar con las actividades deportivas a desarrollarse en periodos competitivos del club deportivo BS-UES

4.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
Elaboración de cartas																							
Propuesta para futuros patrocinadores																							
Primer encuentro de con los encargados de la marca Gatorade																							
Primer encuentro con los encargados de la marca Galaxia																							
Primer encuentro con los encargados del Restaurante La Fogata																							
Segundo encuentro con los encargados de la marca Gatorade																							
Segundo encuentro con los encargados de la marca Galaxia																							
Segundo encuentro con los encargados del Restaurante La Fogata																							
Firmas de contratos																							

4.6 Paquetes de patrocinios

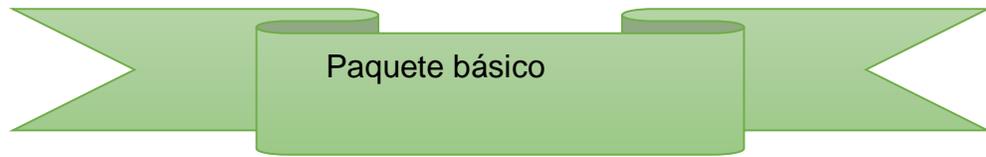


- Logotipo en pódium
- Presentación de la marca en redes sociales
- Kiosco de distribución asignado para la presentación de productos
- Banners promocionales
- Valla publicitaria antes y durante el evento deportivo
- Logo en camiseta deportiva
- Precio del paquete: 2,000 USB, mensual



Paquete preferencial

- Espacio para promocionarse durante el discurso inicial del evento
 - Kiosco de distribución de producto
 - Publicidad de la marca en redes sociales
 - Valla publicitaria durante el evento deportivo
 - Banners publicitarios
 - Precio del paquete \$1,500USB/ mensual



- Kiosco de distribución de producto
- Valla publicitaria durante el evento deportivo
- Mención durante el evento
- Banners publicitarios
- Promoción como marcas patrocinadoras del evento deportivo
- Precio del paquete \$ 1000 USB/ mensual

Carta de presentación institucional

San Salvador 09 de octubre del 2022

A quien corresponda.

Reciba cordialmente nuestras muestras de respeto, y deseamos efusivamente que esté pasando por su mejor momento tanto a nivel profesional como a nivel personal.

Nosotros como BS UES, somos un club de futbol de la modalidad de futbol playa, que está participando en la Liga Nacional de Futbol de El Salvador, donde contamos con un amplio equipo de profesionales, quienes día con día ponen al servicio de los atletas sus bastos y reconocidos conocimientos.

Otras de las características que nos representan como club es el fomentar valores y principios a través del deporte, para desarrollar personas integras que estén al servicio de la sociedad, y puedan tener un desenvolvimiento prospero en sus vidas.

Se cuenta con un Polideportivo que está al servicio de los atletas para que puedan maximizar su rendimiento tanto individualmente como colectivamente, y beneficie en las presentaciones que tengan en los encuentros deportivos, así mismo ayude en su recuperación postpartido, y evite lesiones en su esqueleto-muscular.

Todo esto es lo que se ofrece al público objetivo, donde deseamos que se unan a este proyecto para fortalecer aún más nuestras ideas, y que podamos ser un modelo referente a nivel nacional.

MODELOS DE CONVENIOS DE PATROCINIO ENTRE LA INSTITUCIÓN GATORADE Y BS UES

La empresa Gatorade, se dedica a crear bebidas hidratantes, que benefician en reponer sales y minerales que se pierden cuando se somete al cuerpo a un esfuerzo físico, bebida que es multinacional y donde grandes futbolistas son imagen de esta marca.



- ❖ **Primer convenio entre instituciones:** Ambas instituciones favorecerán la concentración de programas de actividad física, deporte y recreación, donde favorezca un área que sea de mutuo interés.

- ❖ **Segundo convenio entre instituciones:** los programas a ejecutarse serán suscriptos por los titulares de ambas instituciones o por quienes estos designen expresamente.

- ❖ **Tercer convenio entre ambas instituciones:** Ambas instituciones se harán cargo de los implementos a utilizar en cada programa, repartidos equitativamente.

- ❖ **Cuarto convenio entre ambas instituciones:** Dotación de bebidas energéticas en entrenamientos y encuentros deportivos para los atletas, a cambio de mostrar la marca en la zona frontal de la camisa de presentación y de participación.

MODELOS DE CONVENIOS DE PATROCINIO ENTRE LA INSTITUCIÓN GALAXIA DEPORTES Y BS- UES

La empresa Galaxia, se dedica a la venta y fabricación de calzado deportivo, implementos deportivos, vestimenta deportiva, la cual es una marca reconocida en El Salvador, que tienen al servicio de la población artículos de una excelente calidad.



- ❖ **Primer convenio entre instituciones:** mostrar la marca a través de vallas publicitarias en el recinto donde entrena el club, a cambio de la donación de camisas y shorts deportivos de presentación.
- ❖ **Segundo convenio entre instituciones:** dotaciones de tenis deportivos para los atletas, a cambio de la publicidad de la marca en todas las redes sociales del equipo.
- ❖ **Tercer convenio entre instituciones:** una donación en efectivo para cubrir las necesidades que se susciten, a cambio de mostrar la marca en la parte superior trasera de la camisa tanto de presentación como la de participación.
- ❖ **Cuarto convenio entre instituciones:** Publicidad de los atletas para su marca tanto en radio, tv, y redes sociales, a cambio de poner en venta las camisas del club en sus instalaciones a nivel nacional

MODELOS DE CONVENIOS DE PATROCINIO ENTRE LA INSTITUCIÓN LA FOGATA Y BS- UES

La empresa La fogata, es una cadena restaurantera que ofrece platillos de primer nivel a la población salvadoreña, es una empresa que está entre las primeras elecciones para visitar y degustar los platillos que ponen a disposición.



- ❖ **Primer convenio entre instituciones:** Invitaciones a degustar el menú en algunas celebraciones de equipo, a cambio de la publicidad de su marca en la manga de la camisa de presentación, como también la manga de la camisa de participación.
- ❖ **Segundo convenio entre instituciones:** Utilizar las instalaciones del restaurante para convivios entre jugadores y staff técnico, para celebraciones por cumpleaños, o campeonatos, a cambio de la publicidad de su marca en todas las redes sociales del club.

MODELO DE CONVENIO DE PATROCINIO ENTRE INSTITUCIÓN DE ELECTROLIT Y BS-UES

Electrolit, es la marca líder en el mercado de sueros orales y la segunda en bebidas hidratantes y deportivas en México, gracias a su efectividad y amplia presencia en el mercado. Electrolit, marca emblemática de la empresa Pisa, tuvo su origen cuando una pandemia de cólera en México dejó miles de muertos en el año 1950, es así como se crea la bebida para introducirse al mercado mexicano como solución para la rehidratación oral.



Está científicamente formulada para ofrecer el balance perfecto de electrolitos que el cuerpo requiere: sodio, cloruro, potasio, calcio, magnesio y utilizando glucosa, endulzante natural, como medio de transporte de electrolitos, cumple exactamente con los requerimientos que el cuerpo necesita para una óptima hidratación.

- ❖ participantes en el evento deportivo a desarrollarse, lo que obtendrían de parte del club deportivo, marcas del producto plasmada en la camiseta deportiva.
- ❖ **Segundo convenio entre instituciones:** evento deportivo exclusivamente para promocionar el producto de rehidratación a beneficio de la empresa, publicidad en la página web del club deportivo
- ❖ **Primer convenio entre instituciones:** invitación a colaborar con productos rehidratantes para los

MODELO DE CONVENIO DE PATROCINIO ENTRE INSTITUCIÓN DE FARMACIA ECONOMICA Y BS-UES

El nombre de Farmacias Económicas nace el 10 de diciembre del 2002, como una estrategia comercial para generar fidelidad a los clientes de Representaciones Ortiz Cevallos. Esta estrategia permitió asociar a las primeras Farmacias Económicas, las cuales estuvieron ubicadas en la ciudad de Otavalo.



Para octubre de 2005, genera su primera farmacia franquiciada, la cual todavía se ubica en la población de Conocoto; posteriormente se abren franquicias dentro de la ciudad de Quito y Riobamba, con un crecimiento sostenido. Actualmente existen 314 farmacias franquiciadas y un total de 521 Farmacias Económicas a lo largo del Ecuador.

La estrategia de la marca se basa en disponer de una farmacia practica y amigable, en la que el cliente pueda encontrar ahorro y servicio personalizado.

- ❖ **Primer convenio entre instituciones:** solicitar a la empresa de farmacéuticos en la colaboración de kits de primeros auxilios, para crear un botiquín para la utilización de posibles lesiones que puedan surgir al momento de los eventos programados.
- ❖ **Segundo convenio entre instituciones:** promocionar los diferentes productos farmacéuticos con los que cuenta la empresa en las redes sociales, crear valla publicitaria exclusivamente con los productos.

MODELO DE CONVENIO DE PATROCINIO ENTRE INSTITUCIÓN DE TOROGOZ Y BS-UES

La empresa, torogoz fue fundada en el año de 1977 teniendo una trayectoria de más de 45 años aproximadamente en la fabricación de preciosos trofeos, medallas y placas de reconocimiento entre otros productos metálicos.



❖ **Beneficios:**

Solicitar trofeos para premiación de los tres lugares de las competiciones a realizarse.

Obsequios de medallas para entregar a los participantes del evento, en las competencias deportivas de futbol playa

Entrega de placas para reconocer en el evento a personajes destacados en la premiación de futbol playa.

AGUA LAS PERLITAS

Historia sobre la empresa de agua las perlitas

Embotelladora Electro pura es una empresa Migueleña fundada hace más 60 años, bajo la visión del Dr. Miguel Félix Charlaix, inicialmente como un servicio de agua filtrada para amigos a quienes se les llenaban los garrafones que luego eran transportados a través de carretas en el departamento de San Miguel.

A la actualidad se enorgullece saber que gracias a la confianza de miles de salvadoreños han llegado a más zonas de cobertura a nivel nacional y nos posicionamos como líderes en la zona oriental; nuestro compromiso diario es ofrecer el agua de mayor calidad y es por ello que somos la única empresa en El Salvador que cuenta con 3 certificaciones internacionales que avalan nuestros productos, procesos, operadores de planta y por supuesto la calidad del agua.



SAN SALVADOR (503) 2254 6000 lasperlitas@electropura.com.sv

- ❖ **Primer convenio entre instituciones:** Invitación a colaborar con productos rehidratantes para los participantes en el evento deportivo a desarrollarse, lo que obtendrán de parte del club deportivo, marcas del producto plasmada en la camiseta deportiva, podio de premiación, publicaciones en redes sociales.
- ❖ **Segundo convenio entre instituciones:** Evento deportivo exclusivamente para promocionar el producto de rehidratación a beneficio de la empresa, publicidad en la página web del club deportivo.

PROYECTO DE PATROCINIO PARA BS – UES DE AGOSTO A DICIEMBRE 2021

1 1. Descripción de FISTO.SV

1.1 FISTO.SV, Rehabilitación Física y Ocupacional a Domicilio en El Salvador, Somos una empresa dedicada a innovar el modo de hacer terapia en El Salvador, brindando atención de terapia física y ocupacional domiciliaria, empleando diversos métodos y técnicas óptimas con calidez humana para un tratamiento personalizado de acuerdo a las necesidades del paciente, contando con un equipo de profesionales altamente calificados.



1.2. Misión: brindar a la población salvadoreña un servicio de terapias accesibles, a bajo costo, desplazando al profesional al lugar donde le convenga al usuario y al terapeuta, realizando terapias personalizadas, llevando una secuencia de evolución de cada caso e informando sobre cambios que se realicen en los tratamientos o sesiones.

1.3. Visión: lograr que la población salvadoreña acceda a un servicio de rehabilitación de alta calidad y personalizadas brindadas por profesionales altamente capacitados a un bajo costo.

2. Matrices del proyecto.

2.1. Tema: "PATROCINIO PARA BS – UES DE AGOSTO A DICIEMBRE 2021"

2.2. Objetivos Objetivo general:

- Realizar un programa fisioterapéutico que prevenga y trate lesiones agudas y crónicas para los jugadores que integran los equipos femenino y masculino del BS-UES, mejorando su desempeño tanto individual como colectivo.

Objetivos específicos:

- Evaluar a los jugadores que forman parte del equipo masculino y femenino del BS – UES.
- Prevenir la aparición de lesiones pre y post a encuentros deportivos de carácter amistoso u oficial de los jugadores que forman parte del equipo masculino y femenino del BS – UES.
- Brindar tratamiento fisioterapéutico a las alteraciones músculo esqueléticas y respiratorias encontradas en la evaluación o adquiridas durante las competencias o entrenamientos en los que participen los jugadores de los equipos masculino y femenino del BS – UES.
- Brindar los insumos necesarios para el tratamiento inmediato de lesiones deportivas que sufran los jugadores que forman parte del equipo masculino y femenino del BS – UES.
- Proporcionar material necesario para el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad durante los entrenamientos y competencias de los jugadores que forman parte del equipo masculino y femenino del BS – UES.
- Llevar un control fisioterapéutico personalizado de los jugadores que forman parte del equipo masculino y femenino del BS – UES.

2.3. Programa de actividades

Se realizará una evaluación mediante un instrumento, a cada uno de los integrantes del equipo masculino y femenino con el fin de evaluar aspectos de su condición física y encontrar alteraciones musculo esqueléticas, respiratorias o psicológicas que puedan afectar su rendimiento durante la participación en la Liga de Fútbol Playa, así como en torneos invitaciones o de carácter amistosos que se disputen a lo largo del año.

En caso de encontrarse alguna alteración o lesión de algún tipo, esta será tratada por el equipo de fisioterapia de FISTO.sv lo más pronto posible, para una recuperación más óptima y un regreso a la actividad física lo más pronto posible.

En caso de realizar la sesión en clínica, se darán dos sesiones de fisioterapia gratuitas y las siguientes se realizarán con el 75% y un 99% de descuento en caso de realizar la sesión en campo de entrenamiento. También se brindará al cuerpo técnico y administrativo de material necesario para que se cumplan los protocolos de bioseguridad exigidos para poder realizar los entrenamientos sin ningún contratiempo.

También se brindará atención fisioterapéutica a familiares hasta 2do grado de los jugadores, cuerpo técnico y administrativo del BS - UES con un 30% de descuento en clínica y un 20% a domicilio.

2.4. Material, equipo y personal:

- ❖ Vendaje Neuromuscular (2)
- ❖ Hojas de Evaluación
- ❖ Folders
- ❖ Fisioterapeuta (2 o más)

- ❖ Equipo personal de los terapeutas. 3

2.5. Responsables.

Licenciados en Fisioterapia y Terapia Ocupacional designados de FISTO.sv.

Lic. Emerson Fabricio Vásquez Escalante.

Licda. Judith Noemi Méndez Cárcamo.

3. Presupuesto para sesiones y material

Tipo de sesión	Duración	Precio Unitario	Precio Total	Precio por patrocinio
Evaluación general	15 min (por usuario)	\$25	\$750	\$0.00
Tratamiento Fisioterapia	45 minutos	\$20	\$600	\$5.00
Vendas Elásticas		\$3.00	\$15.00	\$0.00
Vendaje Neuromuscular		\$12.00	\$24.00	\$0.00
Total		\$60.00	\$1,389.00	\$5.00

- ❖ La evaluación se realizará en el campo de entrenamiento.
- ❖ Precio unitario por terapia en clínica o a domicilio.
- ❖ Las Primeras 2 sesiones que se realicen en clínica y campo de entrenamiento se brindaran de forma gratuita.

4.7 FORMAS PROMOCIONALES

Publicidad en las redes sociales

Se realizarán publicaciones de las Marcas o logotipos en las redes sociales, Antes y durante el evento.



Logos plasmados en el podio de premiación

- ❖ Marcas de las diferentes empresas colocadas en el podio de premiación durante el evento de forma visibles
- ❖ El tamaño del logo colocado dependerá del tamaño del podio a utilizarse.



Valla publicitaria

Anuncios con las marcas de las empresas patrocinadoras del evento deportivo

Colocados en la zona costera o en la entrada del lugar en el que se llevara a cabo el evento deportivo.



KIOSCO O MESA

Mesa establecida en el lugar más indicado por el personal para la distribución y presentación del producto.

Logo establecido en la parte más visible del kiosco creado según el tamaño del mismo.



4.8 Contacto con potenciales patrocinadores

En este apartado hemos hecho un estudio de visualización, cuál sería el área más recomendada en ir, y hemos detectado que lo ideal sería tener el primer contacto con el gerente de cada empresa, que en un organigrama sería el segundo encargado después del dueño de la empresa, a quien externaremos la carta de presentación y todos los puntos (número de teléfono, correo electrónico, intercambio de redes sociales entre instituciones) para fortalecer más una siguiente reunión, el cual nuestro objetivo sería una reunión a la brevedad posible, un estimado sería dentro de tres días, y exponer la base del proyecto así para poder persuadir de mejor manera su participación al proyecto.

5. CONCLUSIONES

- ❖ La organización deportiva tiene un amplio trabajo de mucho interés por parte de los profesionales o especializados en el ámbito del deporte entre otras especializaciones ya que también forma parte los profesionales en el área de la medicina, para obtener mejores resultados al momento de crear competencias deportivas lo que se genera de manera eficiente obteniéndose el apoyo para realizar las actividades programadas.

- ❖ Con la nueva modalidad que se implementó en tener la oportunidad de optar por la especialización del curso enfocado en la Dirección y Gestión Deportiva para los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Educación Física, Deporte Y Recreación, se crea una nueva expectativa de poder generar nuevos conocimientos enfocados al desarrollo y manejo deportivo.

6. RECOMENDACIONES

- ❖ Crear convenios que puedan aportar económicamente a diferentes disciplinas deportivas, para lograr un mayor desarrollo de los deportistas

- ❖ Crear una organización deportiva y administrativa dentro del club deportivo BS-UES con lo que se puedan crear nuevas gestiones o proyectos que impulsen a un crecimiento poblacional de los deportistas de alto rendimiento.

- ❖ Formar nuevos programas que ayuden al crecimiento deportivos, brindando apoyo a las personas para practicar las diferentes disciplinas deportivas.

BIBLIOGRAFIA

Cumplido Mora, C. (2018). Efectos del patrocinio deportivo. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Giaquinta García, J. (2014). Satisfacción y calidad percibida de los participantes en las actividades extraescolares y escuelas deportivas en la ciudad de Soria. Soria: Universidad de Valladolid.

Gutiérrez Montaña, E. (2008). Marketing Deportivo. Bogotá: Universidad del Rosario.

López Chila, E. D., & Molina Avellán, C. P. (2011). Plan estratégico de marketing para posicionar marca e imagen de la compañía Interbyte S. A. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.