

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



TÍTULO:

PLAN DE MARKETING DE LA FEDERACIÓN SALVADOREÑA DE CICLISMO

PRESENTADO POR:

CARNÉ

WALTER ERNESTO DELEÓN MARTÍNEZ

(DM15010)

JACQUELINNE ARELY RAMOS MARTÍNEZ

(RM16038)

JHOSELINE MARICELA SÁNCHEZ ELÍAS

(SE16008)

**INFORME FINAL DEL “CURSO DE ESPECIALIZACIÓN PARA LA DIRECCIÓN
Y GESTIÓN DEPORTIVA” PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO/A 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, CENTROAMERICA, MAYO 2023.**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICERECTOR ACADÉMICO

DOCTOR RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICERECTOR ADMINISTRATIVO

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA

SECRETARIO GENERAL

INGENIERO FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

FISCAL GENERAL:

LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA MARÍN

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

MAESTRO OSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

VICEDECANA

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

SECRETARIO

MAESTRO JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

JEFE

DOCTORA GLORIA ELIZABETH ARIAS DE VEGA

COORDINADOR DE LOS PROCESOS DE GRADUACIÓN

MAESTRO JAVIER VLADIMIR QUINTANILLA ORELLANA

DOCENTE ASESOR

MAESTRO BORIS EVERT IRAHETA

DEDICATORIA

Este informe esta dedicados a:

A mis padres, Juan Andrés García y Laura Estela de García, que, gracias a sus consejos, sus esfuerzos cada día me motivaron a salir adelante con el estudio y tener mayores oportunidades personales.

Gracias a ellos aprendí a valorar la educación al inculcarme valores como la responsabilidad la confianza y el respeto hacia los demás.

También quiero agradecer a mis hermanos mayores Fernando García y Juan García por su cariño y apoyo en todo momento que los necesite, con sus ánimos y apoyo incondicional.

A mi familia por sus buenos deseos y oraciones a lo largo de estos años de estar en la universidad siempre estuvieron pendientes con palabras que me motivaban y consejos, lo que me motivaba a no rendirme.

Gracias por estar en el momento que más los necesitaba, levantarme cuando ya no podía por escucharme y animarme en todo momento.

Dedico también un agradecimiento a todos los docentes que al largo de la carrera estuvieron siempre comprometidos con la buena enseñanza, sobre todo a aquellos que nunca se rindieron en formar profesiones para un mejor país.

Finalmente quiero dedicar este informe a todos mis amigos y de manera preferente a los que siempre estuvieron ahí en los peores momentos, son unos excelentes amigos que no se pueden olvidar con el paso del tiempo.

La alegría es un regalo para los que logran entender, que con mucho esfuerzo y confianza los sueños se cumplen.

Walter Deleón.

AGRADECIMIENTOS.

En primer lugar, las gracias a DIOS todo poderoso por permitirme seguir con vida hasta este día, por guardarme en todo momento de mi camino y regalarme salud en tiempos de enfermedad que azotaron nuestro país. También a las personas que nos apoyaron en este arduo camino con el Lic. Boris Iraheta, quien nos guio al largo de este curso de especialización, con sus conocimientos y experiencias logro animarnos a ser buenos alumnos, a mis compañeras Jacqueline Ramos y Jhoseline Sánchez con quienes conviví al largo del proceso de especialización.

También agradecer a la Universidad de El Salvador por permitirme ser un profesional y a sus dirigentes catedráticos, profesores de muy buena calidad y personal administrativo, por sus enseñanzas y consejos a lo largo de mi carrera universitaria, gracias a ellos fue posible cursar esta especialización y culminar este largo camino con mucha satisfacción.

Quiero agradecer también a la Federación Salvadoreña de Ciclismo quien nos brindó la oportunidad de trabajar con ellos, gracias a sus herramientas y recursos que fueron necesarias para terminar este trabajo logrando el objetivo trazado.

Por ultimo quiero agradecer a mi familia y amigos por estar en esos momentos de debilidad cuando ya no se quiere avanzar, pero sus ánimos nunca dejaban de alcanzarme. En especial a mis padres Laura Estela y Juan Andrés por ser los principales que nunca se rindieron, creyendo en mí que podía lograr el objetivo de ser un profesional.

Walter Deleon.

DEDICATORIA

Cada paso tiene su valentía y el llegar a esta me llena de alegría y satisfacción con gracia de Dios, dedico a mi esfuerzo por cada uno de los años estudiados y en especial por finalizar mi especialidad.

A mis padres José Miguel Ramos y Rosa Martínez de Ramos por estar siempre presentes, por el apoyo incondicional y alentarme en los momentos más difíciles de este largo proceso, también dedicado a mi abuela María Elena (Q.E.P.D), por siempre motivarme y estar presente en vida, y dejarme con la mejor enseñanza, dedicado a cada uno de mis hermanos, Ernesto, Miguel, David, Marvin, Omar, Diego y Javier por el apoyo que me han brindado, y estar conmigo en las buenas y en las malas.

Le dedico también a mis amigos y colegas a cada uno de ellos por brindarme su amistad, apoyarme y realizar juntos todo este proceso Jhoseline Elías y Walter Deleón

También le dedico a mis amistades que han estado presentes en mi vida cada uno de ellos deja una enseñanza y un aporte a mi persona, Daniel Miguel, Xavier Escamilla, Yessenia Miguel, Henry Cruz, Gabriela Benito, Karina Blanco, y los demás que están presentes.

Jacqueline Ramos

AGRADECIMIENTO

En mis principios y valores como persona se me inculcó la fe, y por ello agradezco a Dios por todo lo que he alcanzado, principalmente por el culmen de esta especialidad.

También doy gracias a mis padres José Miguel Ramos y Rosa Martínez de Ramos, y a mi hermano Javier Ramos por el apoyo incondicional y las palabras de aliento para retomar el ánimo de avanzar ante las adversidades. Y a todos mis hermanos por estar siempre presentes y apoyándome.

Agradeciendo también a mi asesor de esta especialidad, el Master Boris Iraheta.

También agradezco a mis amigos, Jhoseline Sánchez, Walter Deleón, por estar presentes y llegar juntos al culmen de nuestros estudios.

Así también al cuerpo docente por la formación recibida en cada uno de las materias de la Licenciatura en especial a todos aquellos que buscan alentar al estudiante a seguir adelante, Lic. José Miguel, el Dr. Jorge Merino, Master Boris Iraheta.

Y por último agradecer a la Federación Salvadoreña de Ciclismo por la oportunidad de desarrollar mi investigación en el área administración, logística y técnica.

Jacqueline Ramos

DEDIATORIA:

Este Informe está dedicado a:

Mi Madre, **Doris Elías** a mis hermanos: **Alexander Elías, Carlos Elías, David Elías** a mi Tío **Rigoberto Elías**. Quienes con esfuerzo y paciencia han sido quienes me apoyaron, motivaron y guiaron a lo largo de estos años de estudios Universitarios. Gracias a toda mi familia por su ayuda y apoyo siempre que lo necesite por motivarme y siempre darme una palabra de aliento cuando la necesite y especialmente dedico este informe a Mi abuela **Lucia Elías (D.E.P)**

Dedico también a los docentes que fueron parte fundamental en este proceso, **al Licenciado José Miguel, Licenciado Boris Iraheta, Licenciado Wilfredo Sabrían**. Quienes siempre estuvieron para guiarme, darme un consejo y principalmente en el proceso de especialización.

Y finalmente a mis amigos que siempre estuvieron para motivarme y con los que siempre conté y quienes siempre estuvieron hombro a hombro luchando por el objetivo, **Jacqueline Ramos, Walter Deleón, Esmeralda Cañas, Sandra Maravilla, Esmeralda Rolin, Carolina Rolin, Veraly Rojas, Kilmar Tejada, Gabriela Benito**. Infinitas Gracias por su amistad y apoyo.

Jhoseline Elías

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por permitirme lograr culminar mis estudios superiores por darme fuerza y sabiduría en todo el proceso. Y consiguiente doy las gracias a mi familia. A mi Madre, que ha sido el pilar fundamental. Sin ella no estaría el día de hoy logrando este importante peldaño en mi vida. A mis hermanos quienes siempre me apoyan y motivan siempre a seguir adelante a mi Tío Rigoberto Elías, a quien le agradezco mucho su apoyo incondicional a lo largo de mis años de estudio universitario. Y sin duda alguna al apoyo de toda mi familia.

Jhoseline Elías

CONTENIDO

| | |
|--|-----------|
| RESUMEN..... | 13 |
| INTRODUCCIÓN..... | 14 |
| JUSTIFICACIÓN..... | 15 |
| OBJETIVOS..... | 16 |
| LECCIONES APRENDIDAS..... | 17 |
| ACTIVIDADES REALIZADAS:..... | 18 |
| CONCLUSIÓN..... | 19 |
| RECOMENDACIONES:..... | 20 |
| MODULO 1: PLAN DE MARKETING FEDERACION SALVADOREÑA DE CICLISMO .. | 22 |
| 1.2.2 Oportunidades | 27 |
| 1.1.3 Debilidades | 28 |
| 1.2.4 Amenazas | 28 |
| 1.6 Cartera | 29 |
| 1.7 Segmentación | 30 |
| 1.8 Posicionamiento | 30 |
| 1.9 Marketing mix | 30 |
| 1.10 Promoción y oferta | 31 |
| 1.11 Plan de acción | 31 |
| 1.12 Presupuesto | 32 |
| 1.13 Supervisión | 32 |
| MODULO 2. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS | 33 |
| 2.2 Ficha técnica de la encuesta | 35 |
| 2.3 Resultados | 36 |
| Gráfica 4. Distribución de Zona de Residencia. | 38 |
| PARTE IV MATERIAL E INSTALACIONES FSC | 44 |
| 2.4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 50 |
| MODULO 3. AUTOEVALUACIÓN DE LA FEDERACION SALVADOREÑA DECICLISMO EFQM | 52 |
| 3.1 Introducción | 53 |
| 3.2 Objetivos | 54 |
| 3.3 Puntuación asignada a cada criterio del modelo | 55 |
| 3.4 Criterios agentes | 56 |
| 3.4.1 Bloque para el criterio de liderazgo (100 pts.) | 56 |

| | |
|--|-----------|
| 3.4.2 Bloque para el criterio de política y estrategia (80 pts.)..... | 59 |
| 3.4.3 Bloque para el criterio de personas (90 pts.)..... | 61 |
| 3.4.4 Bloque para el criterio de alianzas y recursos (90 pts.)..... | 64 |
| 3.4.5 Bloque para el criterio de procesos (140 pts.)..... | 66 |
| 3.5 CRITERIOS RESULTADOS..... | 69 |
| 3.5.1 Bloque para el criterio de resultados en los clientes (200 pts.)..... | 69 |
| 3.5.2 Bloque para el criterio de resultados en las personas (90 pts.)..... | 70 |
| 3.5.3 Bloque para el criterio de resultados en la sociedad (60 pts.)..... | 71 |
| 3.5.4 Bloque para el criterio de resultados clave (150 pts.)..... | 72 |
| 3.6 RESULTADO DE LA AUTOEVALUACIÓN | 73 |
| Puntaje global en el Cuestionario de Autoevaluación | 73 |
| Diagrama 1. Puntaje global del criterio de liderazgo. | 74 |
| Diagrama 2. Puntaje global de cada subcriterio de liderazgo. | 74 |
| Diagrama 3. Puntaje global del criterio de política y estrategia. | 75 |
| Subcriterios de Política y Estrategia..... | 76 |
| Diagrama 5. Puntaje global del criterio de personas. | 76 |
| Subcriterios de Personas | 77 |
| Diagrama 7. Puntaje global del criterio de alianzas y recursos. | 77 |
| Subcriterios de Alianzas y Recursos | 78 |
| Diagrama 9. Puntaje global del criterio de procesos. | 78 |
| Subcriterios de Procesos | 79 |
| 6.5 Criterio de resultados en los clientes..... | 79 |
| Diagrama 11. Puntaje global del criterio de resultados en los clientes..... | 79 |
| Subcriterios de resultados en los clientes | 80 |
| Diagrama 13. Puntaje global del criterio de resultados en las personas..... | 81 |
| Subcriterios de resultados en las personas..... | 81 |
| Diagrama 15. Puntaje global del criterio de resultados en la sociedad..... | 82 |
| Subcriterios de resultados en la sociedad | 82 |
| Diagrama 17. Puntaje global del criterio de resultados clave. | 83 |
| Subcriterios de resultados clave..... | 83 |
| 3.7 CONCLUSIONES..... | 84 |
| 3.8 RECOMENDACIONES..... | 84 |
| MODULO 4. PLAN PATROCINIO | 86 |
| ESTE PLAN PERMITE | 90 |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| ¿QUÉ POSIBILITA? | 92 |
| QUEREMOS GARANTIZAR | 93 |
| PAQUETES DE PATROCINIO | 94 |
| POSIBLES PATROCINADORES | 97 |
| FORMAS PROMOCIONALES: | 104 |
| 4.3 RECOMENDACIONES: | 106 |
| BIBLIOGRAFIA | 108 |

RESUMEN

En el desarrollo del estudio realizado se aborda la estructura de un plan de marketing con el cual se pretendió brindar un criterio y aporte a la gestión de la Federación Salvadoreña de Ciclismo, no muy aparte de eso se crearon estrategias para verificar la satisfacción de los clientes, optar por nuevos servicios y mejorarlos, también a utilizar herramientas más accesibles para llegar a la población, por otro lado se estableció una cercanía con los empleados teniendo en cuenta su opinión, verificando que el ambiente de dicha institución cumpla con la familiarización de tratos y cuidados hacia el personal, para ello se realizó una autoevaluación, con la cual se buscó el desempeño bajo los modelos de calidad, también se desarrolló las propuestas de patrocinios, tanto de empresas que ya tenían su participación como de aquellas que podrían sumarse, así mismo crear brechas entre empresas para familiarizar y ser reconocidos a nivel nacional.

Palabras claves: Plan de marketing; Gestión; Estrategias; Satisfacción de clientes; modelos de calidad.

INTRODUCCIÓN

En el presente informe se recopila los aprendizajes adquiridos que cada uno de los módulos del Curso de Especialización Dirección y Gestión Deportiva nos ha brindado.

Módulo 1: Plan de Marketing, se presenta una propuesta para un mejor rendimiento de la Federación Salvadoreña de Ciclismo en el área de estrategias de servicio para optimizar los recursos y los servicios.

Módulo 2: Encuesta de Satisfacción de Usuarios, la realización y obtención de resultados de una encuesta de satisfacción de usuarios, para ello se acudió a los atletas federados y a escuelas de dicha institución, buscando las carencias y las opiniones para un mejor servicio.

Módulo 3: Gestión de calidad se desarrolla un cuestionario de autoevaluación para la Federación Salvadoreña de Ciclismo, adaptado del Modelo de Excelencia EFQM. Dicho cuestionario de autoevaluación también contiene resultados globales de su implementación entre personas de la federación, dando como resultado una calificación al desempeño y resultados institucionales.

Para finalizar el Módulo 4: Gestión de Patrocinio, se presenta una propuesta de plan de patrocinios para la Federación Salvadoreña de Ciclismo.

JUSTIFICACIÓN

En la Dirección y Gestión Deportiva se tiene como fundamento el campo a profesionales, que tengan el conocimiento y razonamiento de buscar estrategias de desarrollo deportivo y en la organización en el área administrativa y técnica.

La adquisición de conocimientos en este curso de especialización marca las áreas en las que los próximos profesionales de la Educación física, deporte y recreación pueden ejercer ya con una experiencia que estimula a proyectarse en áreas de administración, así mismo contribuye a una mejora de estrategias para aprovechar la gama de oportunidades que favorezca a la masificación del Deporte en este caso los servicios que presta tanto la Federación Salvadoreña de Ciclismo.

Por otro lado, las instituciones deportivas son factores de sistematización, por lo cual las entidades tienen que cumplir el rol con eficacia y gestionar los recursos con estrategias para así valorar las oportunidades que se presenta y tenga la capacidad de priorizar las necesidades y la relacionarse con usuarios y patrocinadores.

OBJETIVOS

- Aportar a las estrategias de la Federación Salvadoreña de Ciclismo a través de la implementación de Gestiones.

Objetivos específicos:

- Diseñar un Plan de Marketing a partir de las líneas estratégicas de la Federación.
- Crear una encuesta de satisfacción en base a los servicios y recursos que la federación presta.
- Calificar en base a una evaluación global de la Federación por medio del modelo de calidad EFQM.
- Realizar un plan de patrocinio deportivo en base a las necesidades de la Federación para la gestión de recursos.

LECCIONES APRENDIDAS

A través de la elaboración del presente trabajo logramos aprender sobre la elaboración de encuestas y está dirigida a la población de ciclistas de iniciación en ciclismo para conocer su nivel de satisfacción con respecto al trabajo por parte de la Federación Salvadoreña de Ciclismo. Así mismo logramos obtener conocimiento sobre el manejo y distribución de rol en la federación por parte de cada miembro de la Federación. Al igual lograr proporcionar una orientación sobre uso y manejo de redes sociales de la federación para sacar el mayor provecho a su información para compartir con la población deportiva y obtener mayor visibilidad en el entorno deportivo.

ACTIVIDADES REALIZADAS:

- -Realización de trabajo de campo
- -Observación presencial de realización de clases a los ciclistas de escuelas de iniciación
- -Observación presencial en oficinas de la federación Salvadoreña de Ciclismo, para recolección de datos sobre el ambiente laboral.

CONCLUSIÓN

Los datos obtenidos y reflejados en el presente documento muestran el trabajo que realiza la Federación salvadoreña de ciclismo a través de sus clases de iniciación de ciclismo y el trabajo administrativo que realiza para mantenerse al día y a la vanguardia en el entorno deportivo de nuestro país, el compromiso de la federación con las nuevas generaciones sigue estando presente incentivando con las escuelas ser futuros profesionales, llevando nuevas experiencias para una mejor formación con técnico especializados en la práctica de ciclismo, teniendo un personal comprometido en la juventud entre ellos profesionales de la educación física y el deporte.

La federación cuenta con un numero de marcas que están comprometidas con el deporte apoyando en los diversos eventos que se realizan, si ven hay momento en los que se encuentra en situaciones no muy favorables con escasas de recursos los patrocinadores son un pilar que siempre ha sostenido lo que se convierte en una oportunidad para que más patrocinadores puedan sumar a que este deporte crezca.

RECOMENDACIONES:

Fortalecer las escuelas de iniciación con materiales para el desarrollo de las clases, que sean modernos y de buena calidad, logrando mantener un aprendizaje más desarrollado, si bien esto puede generar un gasto gestionando bien el tema económico con marcas o convenios con otros países se puede llegar a lograr, modernizando las escuelas de iniciación se logrará un avance más que será un logro para la federación.

Mantener en constante preparación a todos los profesionales de la enseñanza de las escuelas de iniciación con preparación innovadora para fortalecer sus conocimientos con nuevas formas de implementar la educación de iniciación, aplicando nuevos métodos y más actualizados. Si es posible poder enviarlos a otros países generando becas de preparación a educadores.

Mantener de forma permanente las escuelas de iniciación como base para futuros atletas que todos los niños que quieran llegar a ser grandes atletas puedan cursarlas, obteniendo los conocimientos necesarios para poder dominar la bicicleta en la práctica, pero lograr también en lo personal esa huella de responsabilidad, que todo atleta tiene que tener un compromiso con el y los demás de representarlos de la mejor manera.



MUEVETE CON EL PEDAL Y DIVIERTETE RODANDO

ESCUELA DE CICLISMO SAN SALVADOR



**EDADES: DE 6 A 16
AÑOS**

**DÍAS: MARTES Y
JUEVES DE 2:30 A
4:00 pm**

**SÁBADO DE 10:00 A
12:00 md**

**LUGAR: PLAZA EX-
CASA PRESIDENCIAL**

Más información contáctanos:



**FEDERACIÓN SALVADOREÑA DE CICLISMO
75705814 - 61379255**

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



ESPECIALIZACIÓN:

GESTIÓN Y DIRECCIÓN DEPORTIVA.

**MODULO 1: PLAN DE MARKETING FEDERACION SALVADOREÑA DE
CICLISMO**

AÑO: 2022

DOCENTE:

LIC. BORIS EVERT IRAHETA

ELABORADO POR:

| | |
|----------------------------------|---------|
| DELEÓN MARTINEZ WALTER ERNESTO | DM15010 |
| RAMOS MARTINEZ JACQUELINNE ARELY | RM16038 |
| SÁNCHEZ ELÍAS JHOSELINE MARICELA | SE16008 |

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, MAYO 2022

Introducción

El presente trabajo está destinado a solucionar posibles debilidades de publicidad de la Federación Salvadoreña de Ciclismo en el alcance a la población, por medio de un plan de marketing, facilitando así una mayor distribución de los servicios que esta brinda y mejorar las condiciones de venta, logrando poner en práctica nuevas estrategias de marketing en el mercado, con una mayor publicidad en las redes sociales con nueva publicidad digital tanto en promociones, regalías, nuevos recursos publicitarios, mejora de instalaciones y dando un cambio a forma de ver el ciclismo no solo como deporte si no como recreación y salud. teniendo un incremento en la publicidad en general y cumpliendo con los objetivos planteados de un mayor número de practicantes en el deporte.

PLAN DE MARKETING FEDERACION SALVADOREÑA DECICLISMO

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN

1.1.1 Entorno General

La situación actual de El Salvador es un poco difícil por la falta de oportunidades laborales y educativas, económicamente según el GOES El Salvador en 2021, el crecimiento económico se recuperó a un 10,7 por ciento, respaldado por el consumo impulsado por las remesas y por las exportaciones. Se espera que la economía de El Salvador crezca un 2,9 por ciento en 2022 y un 1,9 por ciento en 2023. La campaña nacional de vacunación contra la COVID-19 está bien posicionada, con el 66 por ciento de la población salvadoreña completamente vacunada a marzo de 2022.

1.1.2 Entorno Social

La ciudadanía salvadoreña vive una crisis de violencia que amenaza con el desarrollo social y el crecimiento económico, ha llevado a el GOES a tomar como medida el régimen de excepción, en gran medida esta afecta a la población que sale a practicar algún deporte, en el caso de los amantes del ciclismo tienen que buscar nuevas estrategias para realizar actividades al aire libre.

El Instituto Nacional de los Deportes de El Salvador (INDES) presentó las mejoras que hará en El Polvorín y el Polideportivo de Ciudad Merliot como parte de la renovación de los escenarios deportivos más emblemáticos del país para los Juegos Centroamericanos y del Caribe de San Salvador 2023.

La inversión que se hará en El Polvorín, será de \$14 millones. Se remodelará la piscina, las torres de clavados, entre otros detalles como zonas verdes, iluminación y la pista de patinaje y ciclismo.

Los beneficios que la remodelación de las instalaciones proporcionara una mejor calidad y desempeño al momento de los entrenos, también se busca un entorno más atractivo a los nuevos practicantes.

1.1.3 Entorno Tecnológico

Uno de los principales problemas que El Salvador ha enfrentado, por años, es contar con un sistema educativo de calidad, pero con un limitado nivel de infraestructura de conectividad. Más de la mitad de la población continúa desconectada y un porcentaje bastante alto lo hace a través de planes prepago de telefonía móvil. Los ciudadanos se han enfrentado, por décadas, a un limitado y casi nulo acceso a los servicios de banda ancha real.

El cambio hacia una nueva era de desarrollo tecnológico llegó a inicios de 2020 con la presentación de la Agenda Digital de País 2020-2030, la herramienta que les permitiría trazar el camino para una verdadera revolución digital.

Este cambio beneficiará y traerá oportunidades para el sector deportivo en el cual logrará llegar a más familias que busquen satisfacer un ambiente recreativo, por otro lado, las nuevas plataformas de publicidad abrirán nuevas brechas para la Federación Salvadoreña de Ciclismo de mostrar los beneficios de dicho deporte.

1.1.4 Entorno sectorial

La zona urbana del país es bastante concurrida y tiene diversidad atractivos, publicidad, cuenta con horarios flexibles, es un área bastante consumidora, tiene una demanda de restaurantes, centros comerciales, hoteles, centro de recreación (parques), ciclovías, instalaciones deportivas entre otras, estos últimos proporcionan lugar donde se practica el ciclismo, aprender, conocer sus orígenes y reglamentos. La Federación Salvadoreña de Ciclismo proporciona lugares en los que fomenta el aprendizaje de este deporte cuenta con, escuelas de ciclismo y profesores especializados ubicados a nivel nacional y así poder llegar a la población en general, como padres de familia que estén interesados en que sus hijos realicen una actividad física, o jóvenes que busquen nuevas experiencias y oportunidades de sobresalir, así mismos adultos que quieran una actividad saludable.

1.1.5 Entorno competitivo

En las actividades deportivas se encuentra una demanda de deportes en los cuales los nichos se ven influenciados, las más sobresaliente en el área, son patinaje, natación, batminton, ciclismo Urbano y skateboard, cada uno de estos deportes incentiva a la participación del público, disminuyendo así el número de practicantes en el ciclismo.

Como estrategia la Federación Salvadoreña de Ciclismo busca favorecer y así atraer más participación de usuarios, que estos tengan una mejor calidad en los escenarios al momento de practicar, por ello se remodelara las instalaciones garantizando una mayor seguridad y aprendizaje, tanto para niños, jóvenes y adultos. También dicha institución brinda promociones al alcance de todos, como prestación de materiales o reparación de bicicletas por el mismo precio.

1.1.6 Mercado

La federación ha desarrollado un plan de masificación, el cual consiste en buscar sedes en los diferentes municipios de El Salvador y así promocionar el deporte, ya se cuenta con algunas escuelas que cuenta con las condiciones y materiales para la práctica del deporte, más recurso pedagógico están incluidos en la cuota, mínimo de \$20 dólares al mes logrando así poner al alcance de los padres de familia la práctica de este bonito deporte, la federación también cuenta con talleres de reparación de bicicleta sin ningún costo con un mecánico especializado, ayudando a los aprendices a poder reparar sus bicicletas en caso de ser dañadas esto sin ningún costo extra.

La Federación cuenta con afiliación anual, el costo es de \$15.00 para mayores de edad y \$5.00 para menores de edad, los beneficios son, descuentos en tiendas seleccionadas de los patrocinadores (Electrolic, Santra Eduviges, Bicimania, 132 Sem, MACA, entre otros) acceso a las Instalaciones (Velódromo), descuento en el mantenimiento en reparación de bicicleta en la Federación.

1.2 FODA

1.2.1 Fortalezas

- ❖ Profesores especializados en la enseñanza aprobados por el INDES con más de 10 años de experiencia.
- ❖ Instalaciones que cuentan con los espacios y recursos para la práctica del deporte al aire libre.
- ❖ Ciclista con años de experiencia que ahora forman parte del equipo de desarrollo en las nuevas escuelas.
- ❖ Gestión en la publicidad en las redes sociales de las nuevas escuelas que se están aperturando en distintos lugares del país, sus horarios y días de práctica.
- ❖ Apoyo de diferentes patrocinadores que se suman a la iniciación de nuevas escuelas en el país.
- ❖ Fogueo continuo en las competiciones a nivel nacional en las diferentes modalidades del ciclismo.
- ❖ Apoyo de la federación nacional y del INDES a atletas que sobresalen en el ciclismo, en competiciones internacionales

1.2.2 Oportunidades

- ❖ Apoyo de otros países con capacitaciones y especializaciones en ciclismo.
- ❖ Exposiciones en las alcaldías que brindan espacio en los festivales deportivos.
- ❖ Incremento en el presupuesto a la federación salvadoreña de ciclismo, para sostener las nuevas escuelas creadas.
- ❖ Apoyo de patrocinadores nacionales en el sostenimiento de las escuelas de ciclismo.
- ❖ Gestionar en las diferentes redes sociales la página de la federación y así logrando un mayor alcance a futuros atletas.

- ❖ Masificar el ciclismo en diferentes alcaldías por medio de demostraciones y competencias.
- ❖ Sostenimiento de nuevos aprendices con materiales para la práctica como bicicletas, cascos y coderas.

1.1.3 Debilidades

- ❖ Falta de capacitaciones para personal de enseñanza en las escuelas iniciales.
- ❖ Recurso dañado de material de entrenamiento en las escuelas de iniciación.
- ❖ Pocos incentivos para los atletas.
- ❖ Falta de patrocinadores para atletas de alto rendimiento.
- ❖ Falta de personal especializado en publicidad y escaso manejo de redes sociales.
- ❖ Mala infraestructura de la federación de ciclismo en la que se realizan las prácticas cuando llueve.
- ❖ Escaso apoyo económico del INDES en el presupuesto anual a la federación salvadoreña de ciclismo.

1.2.4 Amenazas

- ❖ Personal no capacitado para atender redes sociales
- ❖ Poca interacción en redes sociales
- ❖ Instalaciones no disponibles por un periodo de 10 meses por remodelación.
- ❖ Inseguridad en nuevas zonas en las que pretende crear nuevas escuelas de iniciación de ciclismo.
- ❖ Falta de mantenimiento de material deportivo (bicicletas, cascos, conos entre otros)
- ❖ Falta de personal que acompañe a los atletas en sus entrenamientos en las rutas.
- ❖ Poca visión para buscar patrocinadores en las nuevas competencias.

1.3 Publico objetivos

Los buyers de la Federación Salvadoreña de Ciclismo se describen de la siguiente forma:

Padres e hijos de 6 años en adelante, jóvenes y adultos con deseo de seguir en condición física

Personas que buscan recreación Personas que velan por salud

1.4 Fijación de objetivos

- ❖ Interactuar con mayor frecuencia las redes sociales (Facebook, Instagram, twitter entre otras)
- ❖ Crear convenios con instituciones públicas o privadas en diferentes zonas del país y con empresas como patrocinadores
- ❖ Realizar eventos de exhibición en escuelas de iniciación ya formadas
- ❖ Desarrollar eventos competitivos dos veces por año

1.5 Estrategias y tácticas

- ❖ Realizar eventos de exhibición
- ❖ Realizar eventos recreativos
- ❖ Pocas zonas con espacio adecuados para la practica
- ❖ Realizar convenios con instituciones públicas o privadas
- ❖ Mejorar la calidad de interacción en redes sociales
- ❖ Crear espacios para practica de ciclismo

1.6 Cartera

- ❖ Carné de federado anual del atleta.
- ❖ Uso de Instalaciones del velódromo Nacional.
- ❖ Préstamo de equipo deportivo.

- ❖ Capacitaciones de mantenimiento de material deportivo.
- ❖ Uso de Mecánico de la Federación Salvadoreña de Ciclismo.

1.7 Segmentación

La Federación Salvadoreña de Ciclismo lleva a cabo un plan estratégico con el cual busca llegar a una población mayor de niños, jóvenes y adultos a través de la masificación a nivel nacional de escuelitas de ciclismo. Llegando a escuelas nacionales y privadas como puntos estratégicos para lograr el incremento deseado de atletas interesados en la práctica del deporte.

1.8 Posicionamiento

Actualmente la Federación Salvadoreña de Ciclismo no cuenta con un posicionamiento positivo y deseado, debido a la poca publicidad a través de redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter) que se maneja y la poca coordinación que se realiza para hacer publicidad en escuelas públicas y privadas a nivel nacional.

A lo cual se recomienda tener personal destinado únicamente para servicios profesionales de redes sociales para dar seguimiento día a día y dar mayor conocimiento de lo que la federación realiza y la masificación que se lleva a cabo con las escuelitas.

1.9 Marketing mix

Aumentar el número de atletas por medio de la masificación de las escuelas de iniciación en las distintas zonas del país.

Precio

La práctica de ciclismo tiene un monto establecido por la federación salvadoreña de ciclismo de \$20 dólares mensuales.

Plaza

Promotores especializados de la federación salvadoreña de ciclismo en convenio con las diferentes alcaldías y patrocinadores. personal de administración en las redes sociales fomentando los beneficios que genera practicar este deporte.

Promoción

Promoción del primer mes gratis para los niños que se inscriban en el plazo establecido.

Mantenimiento gratis por un mes en la federación salvadoreña de ciclismo al pagar la primera cuota.

Implementar regalías a los primeros 10 niños que se inscriban en el tiempo establecido por la federación.

1.10 Promoción y oferta

Las promociones se darán a conocer por medio de las redes sociales facebook, instagram y canales nacionales. En las cuales se brindará información a las personas de los precios y días de inscripción, se pretende alcanzar a los posibles clientes que utilicen estos medios para informarse.

Se hará la creación de material visual como pancartas, sticker y murales que estarán ubicados en las distintas áreas de la federación para el público en general que llega presencial

1.11 Plan de acción

Comunicación

Mantener en constante dinámica las publicaciones en la página oficial o diferentes redes sociales.

Crear anuncios pagados en otros medios

Acciones sobre productos

Descuentos en las clases de determinados meses
Descuentos en tiendas afiliadas a la Federación
Prestaciones de artículos en instalaciones

Acciones sobre precios

Primer mes gratis en un determinado tiempo de inscripción
Mantenimiento gratis por un mes
Aplicar descuentos por

perseveranciaVentas y distribución:

Instalaciones de la federación (oficinas administrativas)

Eventos de dicha

federaciónEn eventos de

exhibición

Proporcionar un número telefónico en diferentes medios de comunicación o mediopublicitario (transporte, mural)

1.12 Presupuesto

| Presupuesto anual del Plan de Marketing Federación Salvadoreña de Ciclismo | |
|--|-----------------|
| Categorías | Asignación |
| Eventos de exhibición | \$500 c/Evento |
| Eventos recreativos | \$500 c/Evento |
| Eventos competitivos | \$700 c/Evento |
| Personal técnico (3 personas) | \$900 mensual |
| Anuncios en otros medios | \$200 mensual |
| Publicidad móvil | \$300 mensual |
| Personal logística | \$200 p/ Evento |
| Total Anual | \$20,600 |

1.13 Supervisión

Seguimiento de redes sociales.

Verificación del cumplimiento de los servicios ofrecidos.

Realización de un plan o cronograma de actividades para evaluación y supervisión del plan de marketing elaborado para la Federación Salvadoreña de Ciclismo.

Realización de encuestas de satisfacción de prestación de servicios dirigidas a los beneficiarios.

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



PROCESO DE GRADO: DIRECCIÓN Y GESTIÓN DEPORTIVA

DOCENTE: LIC. BORIS IRAHETA

MODULO 2. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS

ELABORADO POR:

| | |
|----------------------------------|---------|
| DELEÓN MARTINEZ WALTER ERNESTO | DM15010 |
| RAMOS MARTINEZ JACQUELINNE ARELY | RM16038 |
| SÁNCHEZ ELÍAS JHOSELINE MARICELA | SE16008 |

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, JUNIO 2022

2.1 Resumen Ejecutivo:

La satisfacción del cliente se define como el sentimiento o la actitud del cliente hacia el producto o servicio que presta la empresa, este es uno de los retos más grandes que por ende siempre se busca que sea positiva y cumpla con los requisitos.

Para darle cumplimiento al objetivo de la institución que busca verificar si se está cumpliendo con la satisfacción de las necesidades en los servicios que se presta como institución a los clientes de la Federación Salvadoreña de Ciclismo en el departamento de San Salvador, se elaboró una encuesta con el propósito de recopilar información y como institución saber qué es lo que se tiene que mejorar y qué otros beneficios pueden acercar a más clientes. Para el efecto de la encuesta se utilizó una muestra de 17 personas obtenidas aleatoriamente, por el método de muestreo probabilístico.

Con base a la técnica de encuesta se desarrolló 27 preguntas cerradas las cuales se constituyeron en generalidades, organización de eventos, personal capacitado e instalaciones y materiales adecuados para el desarrollo de las actividades.

La participación de las personas en este estudio fue totalmente voluntaria, tomando en cuenta que cumplan con los criterios de inclusión, es decir que todos los involucrados tengan conocimiento y uso de los servicios de dicha institución. en cuanto al contacto se realizó de dos formas, uno contacto directo y se explicó el objetivo del estudio, y con otra parte de la población se utilizó el contacto tecnológico para hacerles llegar la explicación del objetivo de estudio y posteriormente se les hizo llegar la encuesta para el llenado

Con los datos obtenidos se procesaron y se realizó un análisis descriptivo con cada una de las variables estudiadas.

2.2 Ficha técnica de la encuesta

Nombre de la encuesta:

Encuesta de Satisfacción en servicios de la Federación Salvadoreña de Ciclismo

Institución responsable:

Federación Salvadoreña de Ciclismo

Fecha de recolección de la información:

Junio de 2022

Marco de muestra:

Clientes de la Federación Salvadoreña de Ciclismo

Tamaño de muestra:

19 personas

Técnica de recolección de datos:

Cuestionario con preguntas cerradas

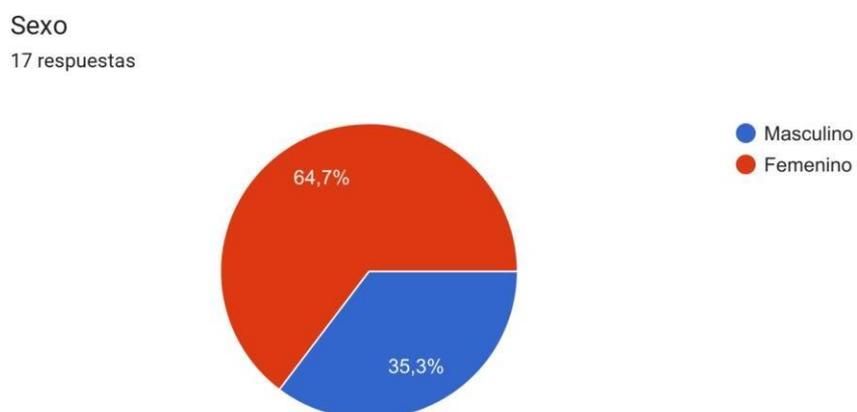
Fecha del reporte:

28 de junio de 2022

2.3 Resultados

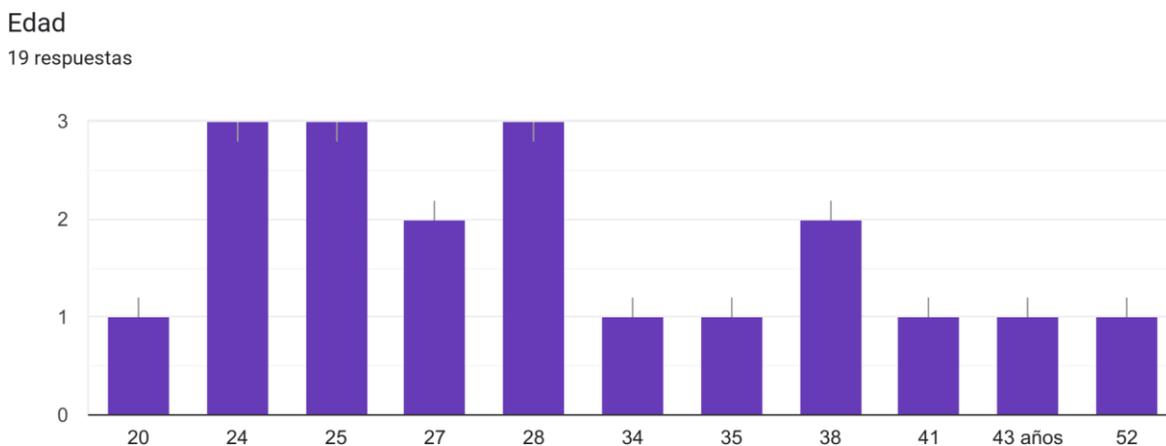
Gráfico 1.

Distribución de personas según el sexo



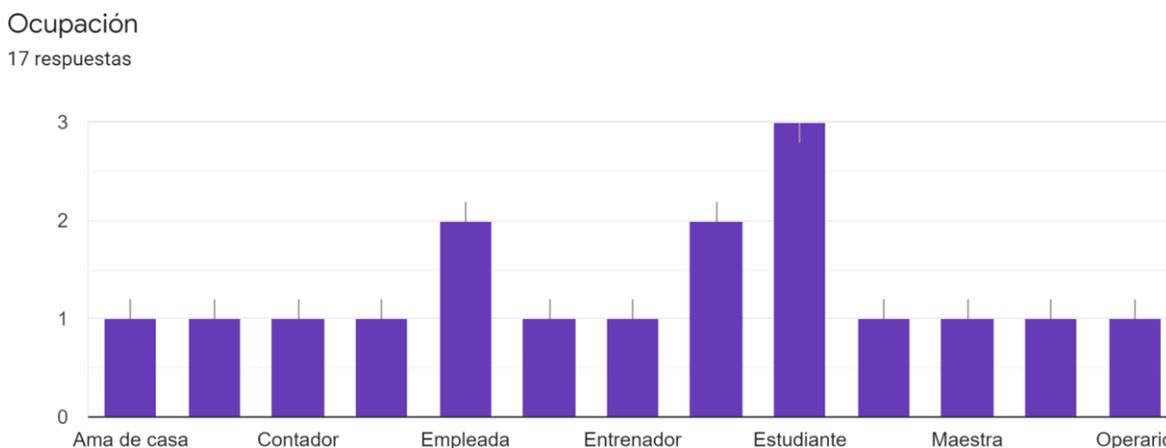
El gráfico 1 muestra la distribución de las personas encuestadas según el sexo, en el caso de este estudio los porcentajes obtenidos fueron de un 64,7% para las mujeres y un 35,3% para hombre, es decir que la mayor representación en estudio fue representada por mujeres.

Gráfico 2. Distribución de Edad.



Los resultados que se muestran en esta gráfica es la distribución de edad, según las personas encuestadas obteniendo un rango de 3% siendo este el mayor en las personas de 24 años, 27 años y 28 años. un 2% con respuesta de personas de 38 años. y manteniéndose en 1% entre las edades de 20, 27, 34, 35, 41, 43 y 52 años.

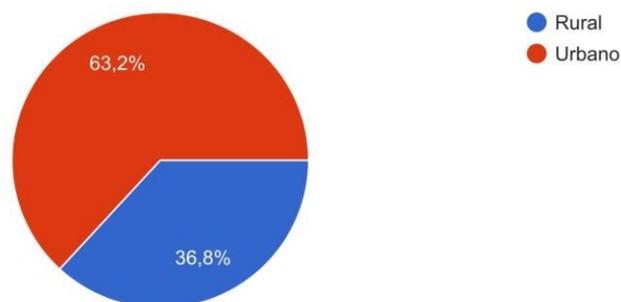
Gráfico 3. Distribución de la ocupación



En la gráfica de ocupación laboral de la persona encargada se obtuvo un 3% de ocupación de estudiante y un 2% de ocupación de Empleados y 1 % de ocupación de ama de casa, Maestro. reflejando así que la mayor población encuestada fueron Estudiantes.

Gráfica 4. Distribución de Zona de Residencia.

Zona de residencia
19 respuestas

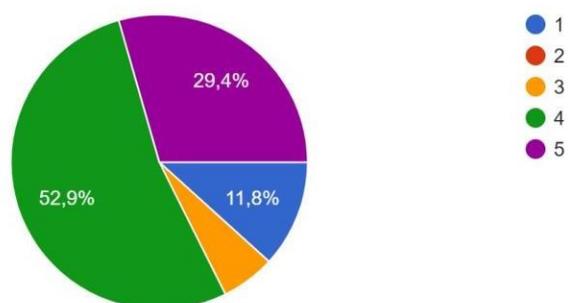


Los resultados obtenidos en la Gráfica de distribución de Zona de Residencia de la población encuestada reflejan un 63,2% de residencia Urbana y un 36,8% de residencia rural.

PARTE II COMPETENCIAS

Gráfica 5.

Logística y organización de eventos
17 respuestas

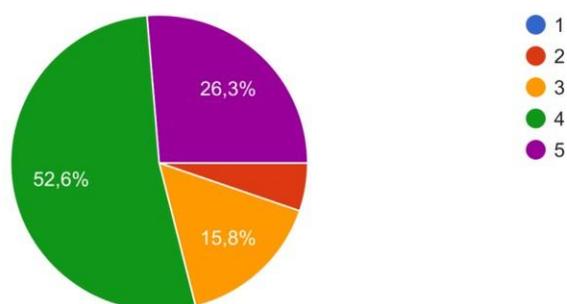


Los resultados obtenidos en la Gráfica de Logística y Organización de eventos realizados por la Federación Salvadoreña de Ciclismo. Reflejan un 11,8% no puedo opinar y un 52,9% Satisfecho y un 29,4% muy satisfecho. dando así resultados positivos de satisfacción

Gráfica 6.

Nivel de competencia

19 respuestas

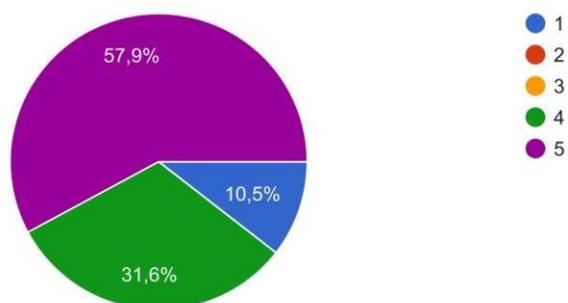


La Gráfica de Nivel de competencia nos arroja datos de un 15,8% de insatisfacción y un 26,3% de muy satisfecho y un 52,6% de satisfecho, reflejando resultados positivos ante el nivel de competición que se realiza.

Gráfica 7.

Ambiente idóneo para toda la familia

19 respuestas

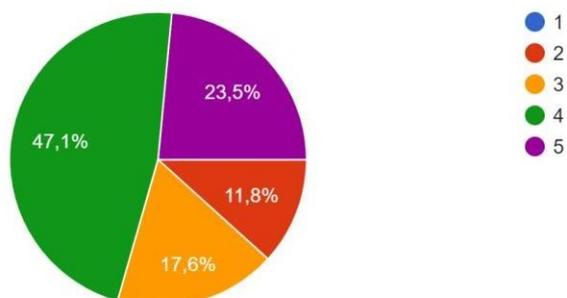


Los resultados que obtenemos en la Gráfica de si la Federación Salvadoreña de Ciclismo cuenta con un ambiente idóneo para la Familia se refleja un 10% no puedo opinar y un 31,6%de satisfacción y un 57,9% de muy satisfecho. dándonos resultados positivos de que se tiene un ambiente familiar idóneo.

Gráfica 8.

Interacción entre escuelas federadas

17 respuestas

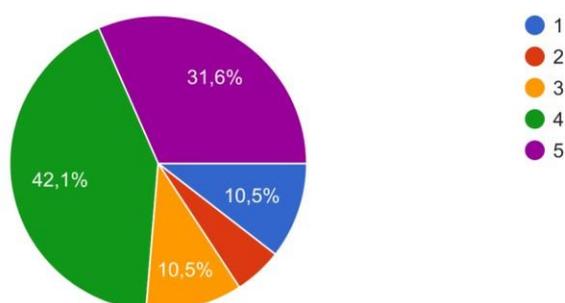


En el gráfico de la interacción entre escuelas federadas obtuvimos un porcentaje de 11,8% de muy insatisfecho y un 17,6% de insatisfecho, un 23,5% de muy satisfecho y un 47,1% desatisfecho. reflejando un resultado Positivo en la población encuestada.

Gráfica 9.

Ambiente de convivencia entre espectadores

19 respuestas

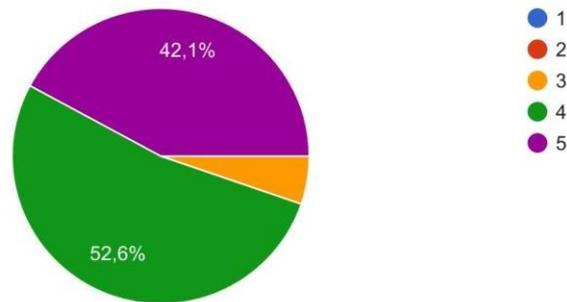


Los resultados de la gráfica de ambiente de convivencia entre espectadores nos reflejan un 10,5% de no puedo opinar y insatisfacción y un 31,6% de muy satisfecho y por último un 42,1% de satisfacción. reflejándose un mayor porcentaje de personas satisfechas con el ambiente de convivencia que existe entre los espectadores dentro de las instalaciones.

PARTE III PERSONAL TÉCNICO FSC

Gráfica 10.

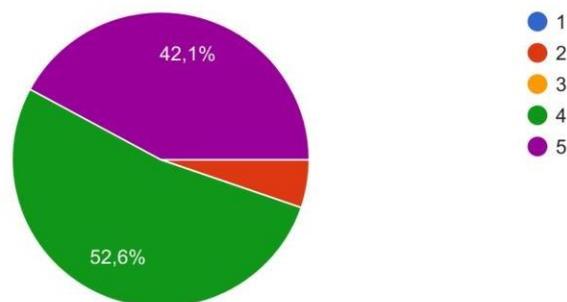
Preparación académica
19 respuestas



Los resultados obtenidos en la gráfica de la preparación académica del personal de la Federación Salvadoreña de Ciclismo se reflejan un 42,1% de muy satisfechos y un 52,6% de satisfacción. arrojando resultados positivos por parte de la población encuestada con respecto al personal técnico que actualmente ejerce en la Federación.

Gráfica 11.

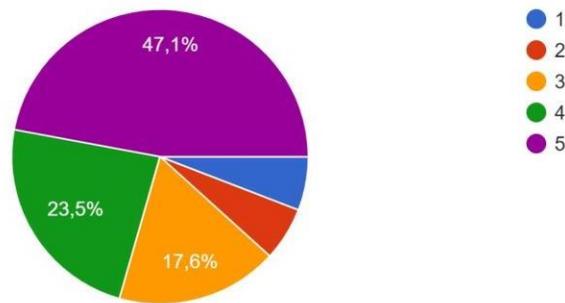
Dominio de fundamentos técnicos
19 respuestas



Los resultados obtenidos en la gráfica dominio de fundamentos técnicos por parte del personal de FSC. Se refleja una minoría que respondió a muy insatisfecho y un 42,1% de muy satisfechos y un 52,6% de satisfacción. arrojan datos totalmente positivos por parte de la población encuestada.

Gráfica 12.

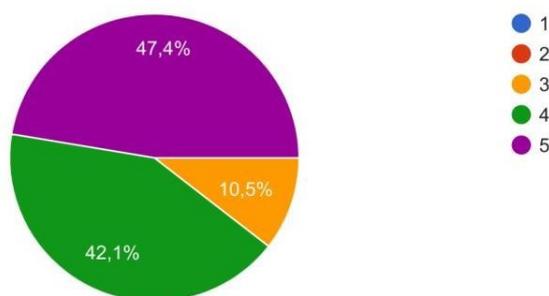
Dominio de fundamentos teóricos
17 respuestas



Los resultados obtenidos en la gráfica dominio de fundamentos teóricos por parte del personal de FSC. Se refleja una minoría que respondió a no puedo opinar y muy insatisfecho un 17,6% a insatisfecho y un 23,5% de satisfacción. y un 47,1% de muy satisfecho. arrojan datos positivos por parte de la población encuestada, pero teniendo en cuenta que parte de la población refleja una insatisfacción en la cual se debe de trabajar para el mejoramiento.

Gráfica 13.

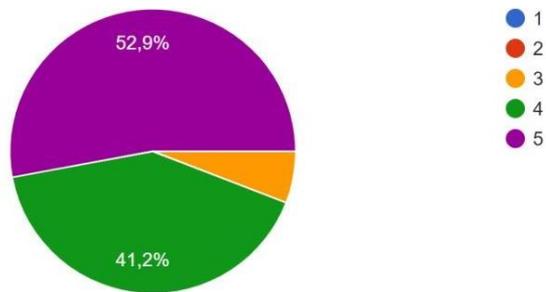
Interacción con padres y alumnos de la escuela
19 respuestas



En el gráfico de interacción con padre y alumnos de la escuela FSC obtuvimos resultados de un 10,5% a insatisfacción y un 42,1% a satisfacción y un 47,4% a muy satisfecho. reflejando totalmente resultados positivos ante la interacción que dentro de

la escuela recibe los padres y alumnos por parte del personal.

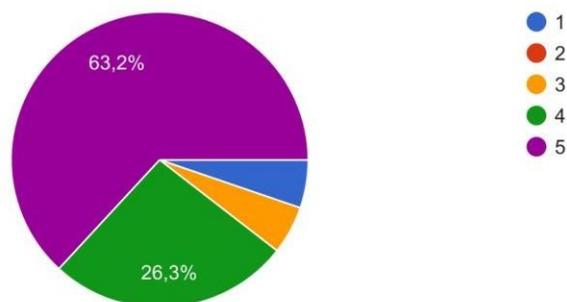
Gráfica 14
Manejo de grupo
17 respuestas



La gráfica de dominio de grupo por parte del personal de entrenadores de la Federación Salvadoreña de Ciclismo nos refleja un porcentaje de un 41,2% de satisfacción y un 52,9% de muy satisfechos, siendo así un resultado positivo por parte de la población encuestada y reflejando la buena labor que los entrenadores realizan.

Gráfica 15.

Responsabilidad y Puntualidad
19 respuestas

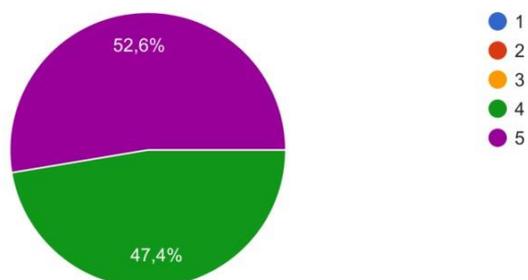


En los resultados de la gráfica de Responsabilidad y Puntualidad por parte del personal de entrenadores de la Federación Salvadoreña de Ciclismo obtuvimos un porcentaje de un 26,3% de satisfacción y un 63.2% de muy satisfechos. permitiéndonos deducir en resultados positivos ante la puntualidad y responsabilidad que el personal de dicha Federación posee.

Gráfica 16.

Motivación y estímulo que recibe por parte del profesor/a

19 respuestas



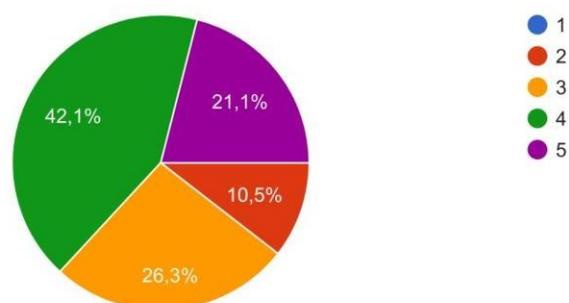
Los resultados obtenidos en la Gráfica de Motivación y estímulo que los alumnos reciben por parte del profesor de la escuela son los siguientes: un 47,4% de satisfacción y un 52,6% muy satisfactorio. Siendo así un resultado totalmente positivo ante la población encuestada.

PARTE IV MATERIAL E INSTALACIONES FSC

Gráfica 17.

Calidad de bicicletas

19 respuestas

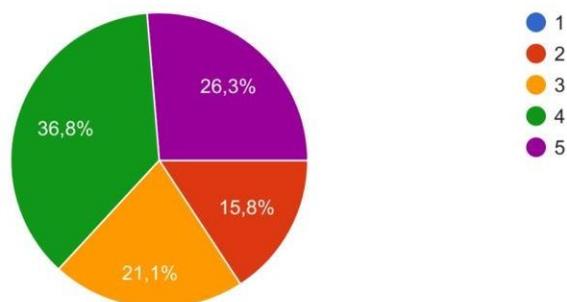


En la Gráfica de la calidad de bicicletas que posee la Federación Salvadoreña de Ciclismo se obtuvo los siguientes porcentajes: un 10,5% muy insatisfecho, un 26,3% insatisfecho, un 42,1% satisfactorio y un 21,1% muy satisfechos. Reflejando resultados positivos, pero de tener en cuenta que hay una parte de la población que no se encuentra satisfecha con el material deportivo que cuenta la escuela de la Federación.

Gráfica 18.

Calidad de materiales de entreno

19 respuestas

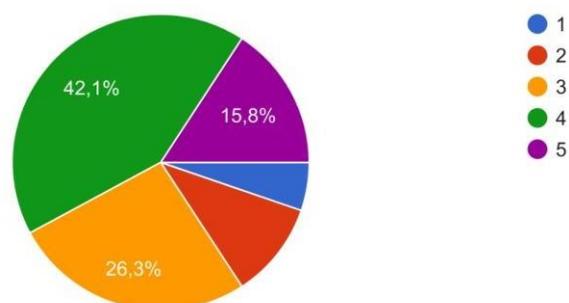


Los resultados obtenidos en la Gráfica de la calidad de material de entreno que se utilizan refleja un 15,8% muy insatisfecho, un 21,1% insatisfecho, un 36,8% satisfecho y un 26,3% muy satisfecho. arrojando datos en los cuales se puede observar que parte de la población encuestada manifiesta una inconformidad con el material deportivo que se utiliza aunque los datos de satisfacción sean mayormente positivos. algo que dicha Federación debe sin duda alguna mejorar.

Gráfica 19.

Calidad de las instalaciones

19 respuestas

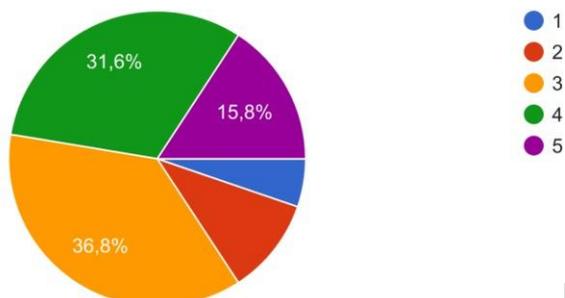


En la Gráfica de Calidad de las instalaciones que posee la Federación Salvadoreña de Ciclismo se obtuvo los siguientes resultados: un 26,3% insatisfacción, un 42,1% de satisfacción y un 15,8% muy satisfecho. Arrojando datos positivos por parte de la población encuestada con respecto a las instalaciones deportivas.

Gráfica 20.

Estado y mantenimiento de las instalaciones

19 respuestas

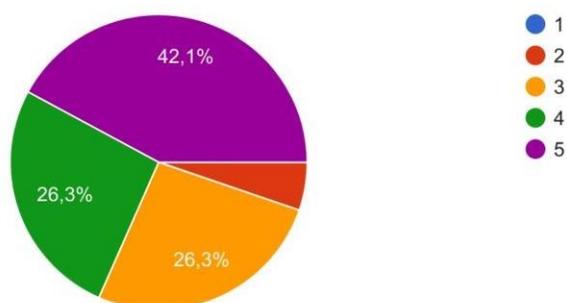


La gráfica del mantenimiento que reciben las instalaciones de la Federación Salvadoreña de Ciclismo reflejan el siguiente porcentaje: un 36,8% de insatisfacción y un 31,6% de satisfacción y un 15,8% de muy satisfechos. concluyendo en resultados Negativos con respecto al mantenimiento que dicha Federación realiza a sus instalaciones.

Gráfica 21.

Espacio adecuado para la realización de las clases

19 respuestas

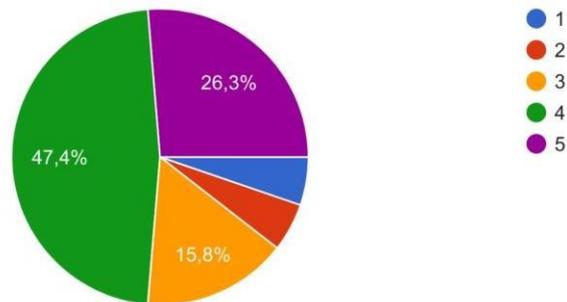


Los resultados de la Gráfica para la pregunta que si La Federación Salvadoreña de Ciclismocuenta con espacios adecuados para la realización de las clases que imparte son los siguientes: un 26,3% insatisfecho, un 26,3% satisfechos y un 42,1% muy satisfechos. Arrojando datos positivos por una parte de la población encuestada con respecto a los espacios donde se realizan las clases, pero no dejando de lado que hay una parte de la población a la que no se le cumple las expectativas necesarias para dichos espacios.

Gráfica 22.

Material adecuado para el aprendizaje

19 respuestas



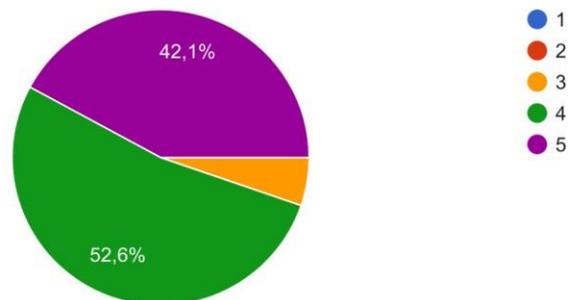
En la gráfica de materiales para el aprendizaje en clases se observa un resultado de un 15,8% de insatisfacción, un 47,4% de satisfacción y un 26,3% muy satisfecho. Arrojando datos positivos para el material deportivo con el que cuenta la Federación Salvadoreña de Ciclismo.

PARTE V. Vías de comunicación que utiliza la Federación

Gráfica 23.

La redes sociales que utilizan para comunicarse es la adecuada

19 respuestas

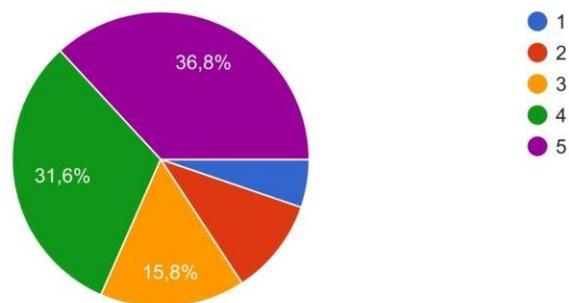


En el gráfico 23 se evidencia la satisfacción del uso de las redes sociales por parte de la FNC obteniendo un 52,6% de aprobación por los usuarios quedando satisfechos, Un 42,1% de usuarios muy satisfechos por la comunicación que se les brinda, un 5,3% insatisfechos por el uso de las redes sociales.

Gráfica 24.

Cuando tiene alguna duda, se le responde de inmediato

19 respuestas

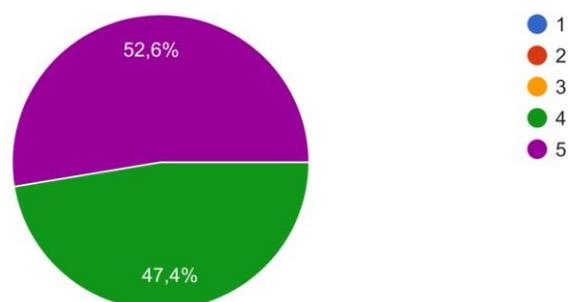


El uso de las redes sociales se ha incrementado con el paso de los tiempos, la población encuestada ha dado su opinión acerca si se les contesta rápido cuando tiene alguna duda, un 15.8% está insatisfecho no se les contesta rápido, un 31,6% está satisfecho que se les solventar su duda y un 36,8% muy satisfecho que se les contesta rápido.

Gráfica 25.

Comunicación directa con los entrenadores

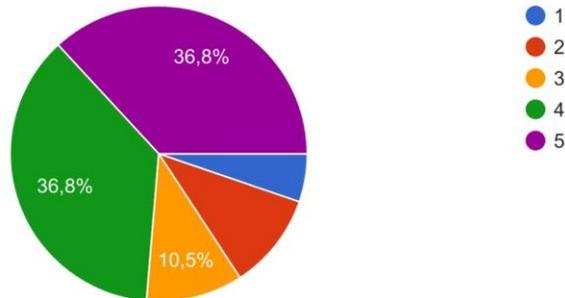
19 respuestas



En el gráfico 25 notamos una aprobación de los encuestados al tener una muy buena comunicación con los entrenadores, teniendo como aprobación este servicio un 47.4% satisfecho y un 52.6% muy satisfecho.

Gráfica 26.

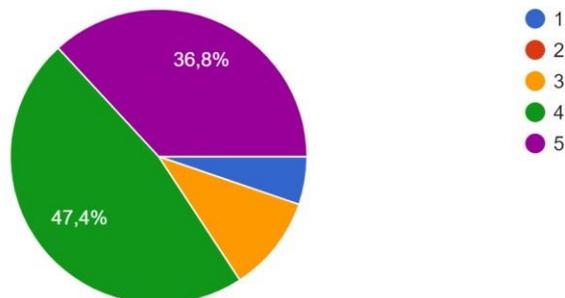
Publicidad adecuada para la escuela de ciclismo en redessociales
19 respuestas



La publicidad es importante a la hora de brindar un producto o servicio la siguiente encuesta muestra el resultado obtenido acerca de la publicidad que se brinda en las redes sociales, un 10.5% insatisfecho poca publicidad, un 36.8% satisfecho con la información que se brinda y un 36.8% muy satisfechos con la publicidad que se brinda en las redes sociales.

Gráfica 27.

Información sobre eventos y encuentros con anticipación
19 respuestas



En la gráfica 27 notamos que la población encuestada aprueba la información sobre los eventos y encuentros que se realizan en todo el año, un 36,8% está satisfecho que se brinda un buen servicio y un 47.4% está muy satisfecho con la labor que se hace en las redes sociales y agradecen que se brinde esta información, un 15,8% no está satisfecho.

2.4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusión.

Los datos obtenidos muestran la opinión de los usuarios del servicio que brinda la federación salvadoreña de ciclismo que rondan en las edades 24,27 y 28 años, la mayoría con ocupación de estudiante y empleados la gran parte de ellos residentes de Zona Urbana. Los encuestados manifiestan una satisfacción con el servicio que se brinda por parte de la federación salvadoreña de ciclismo.

además, muchos de ellos están dispuestos a incluir familiares hijos, nietos, hermanos para que practiquen actividad física por salud, al igual a pagar por el servicio que se les brinda ya que los resultados obtenidos son de su agrado, están satisfechos con el personal, las instalaciones, el manejo de la información que se les brinda por las redes sociales. están conformes con los horarios y días de práctica.

En las redes sociales hay mucha satisfacción con las promociones que se brindan, ya sea a través de facebook que es la red más ocupada, atrayendo la atención de nuevos clientes y recibiendo comentarios muy buenos de los clientes satisfechos, en las gráficas podemos ver que hay una aprobación considerable sin embargo todavía hay mucho que mejorar hay diversas opiniones de una minoría que considera que el servicio puede mejorar más. La federación salvadoreña tomará en cuenta estas opiniones para dar un mejor servicio y alcanzar más clientes.

Recomendaciones.

Desarrollar nuevas ofertas que llamen la atención de nuevos usuarios con pagos accesibles y horarios flexibles.

Contratar personal especializado para atender a los atletas de nuevo ingreso, y así dividir las categorías en las que se encuentran para no retrasar a los más avanzados,

mejorar el material deportivo como las bicicletas que se prestan por parte de la Federación Salvadoreña de Ciclismo para la realización de las clases, así mismo invertir en la adquisición de materiales para el desarrollo de entrenos (conos, yincanas, aros entre otros)

Dar prioridad al mantenimiento de los espacios donde se realizan las clases y las zonas de convivencia de los espectadores y la infraestructura completa de las instalaciones, para una mayor comodidad para la población en general que paga por un buen servicio por parte de la Federación Salvadoreña de Ciclismo.

Mejorar la atención de las redes sociales ya que muchos manifestaron que les gusta recibir información y están muy interesados en estar al día con los eventos, fechas de competencia, viajes y contratar más personal de atención al cliente.

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



**MODULO 3. AUTOEVALUACIÓN DE LA FEDERACION SALVADOREÑA DE
CICLISMO EFQM**

DIPLOMADO DE ESPECIALIZACIÓN EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DEPORTIVA

ELABORADO POR:

| | |
|----------------------------------|---------|
| DELEÓN MARTINEZ WALTER ERNESTO | DM15010 |
| RAMOS MARTINEZ JACQUELINNE ARELY | RM16038 |
| SÁNCHEZ ELÍAS JHOSELINE MARICELA | SE16008 |

DOCENTE

LIC. BORIS EVERT IRAHETA SANABRIA

CIUDAD UNIVERSITARIA, SEPTIEMBRE DE 2023

3.1 Introducción

El presente Cuestionario de Autoevaluación de la FEDERACIÓN SALVADOREÑA DE CICLISMO, es una adaptación de la Propuesta de la guía de implantación de un sistema de gestión de calidad basado en el modelo EFQM

En la elaboración del cuestionario de la FEDERACIÓN SALVADOREÑA DE CICLISMO se tomaron en cuenta los siguientes aspectos: área administrativa y deportiva, así como también la información en los actuales planes estratégico y operativo de la Federación que lleva a cabo la FEDERACION en año calendario para gestión 2022.

3.2 Objetivos

Objetivo General:

Aportar a la implantación y ejecución del modelo de gestión en la FEDERACIÓN SALVADOREÑA DE CICLISMO con el cual se busca ayudar a lograr mejores estándares de rendimiento y resultados que le favorezcan a dicha federación para mejorar mejoras en el rendimiento deportivo para sus atletas y población ciclista federada a ella.

Objetivos Específicos:

- Calificar la calidad de la dirección, gestión y de la FEDERACIÓN SALAVDOREÑA DE CICLISMO por medio de un cuestionario de autoevaluación.
- Obtener resultados que ayuden a mejora del Plan Estratégico y Plan Operativo Anual de la FEDERACIÓN SALAVSADOREÑA DE CICLISMO en base a la implantación del modelo EFQM.

3.3 Puntuación asignada a cada criterio del modelo

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

| N° | CRITERIOS AGENTES | PUNTUACIÓN | N° | CRITERIOS RESULTADOS | PUNTUACIÓN |
|-----------------|-----------------------|------------|-----------|----------------------------|------------|
| 1 | Liderazgo | 100 | 6 | Resultados en los Clientes | 200 |
| 2 | Política y Estrategia | 80 | 7 | Resultados en las Personas | 90 |
| 3 | Personas | 90 | 8 | Resultados en la Sociedad | 60 |
| 4 | Alianzas y Recursos | 90 | 9 | Resultados Clave | 150 |
| 5 | Procesos | 140 | | | |
| SUB-TOTAL | | 500 | SUB-TOTAL | | 500 |
| TOTAL 1000 pts. | | | | | |

| CRITERIOS | PORCENTAJE |
|------------|------------|
| AGENTES | 50% |
| RESULTADOS | 50% |
| TOTAL | 100% |

Escala de valoración

La escala de calificación para 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.)

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

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

En el subcriterio 1a utilizamos lo siguiente:

| | |
|--|---|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados) | 17 (Evidencia presente, 17 puntos logrados) |
|--|---|

| | |
|---|-----------|
| CRITERIO 1 LIDERAZGO | 20 PT |
| Subcriterio 1a) Identidad | Puntos |
| 1a.1) Se desarrolla un ambiente de comunicación afectiva y amigable en la FSC | 3 |
| 1a.2) Se pone en afecto la visión y la misión de la FSC | 4 |
| 1a.3) Se supervisa la eficacia de la convivencia personal | 4 |
| 1a.4) ¿Existe una relación de respeto entre jefes y empleados? | 3 |
| 1a.5) Se cumplen los objetivos y se trabaja en equipo como FSC | 3 |
| | 17 |

En el subcriterio 1b utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 13 (Evidencia presente, 13puntos logrados) |
|---|--|

| 1b Sistema de Gestión | PUNTOS |
|--|-----------|
| 1b.1) ¿Se cumple con normalidad la gestión y entrega de toda documentación? | 3 |
| 1b.2) ¿El Área de la Gerencia General emplea un sistema quefavorezca el cumplimiento de toda Gestión dentro de la FSC? | 2 |
| 1b.3) ¿La FSC cumple con la misión y visión planteada comoinstitución? | 3 |
| 1b.4) ¿Los gerentes administrativos buscan estimular a sus empleadosel compromiso con la FSC? | 2 |
| 1b.5) ¿Los gerentes administrativos están adquiriendo nuevos conocimientos para crecer en la institución? | 3 |
| | 13 |

En el subcriterio 1c utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|---|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 16 (Evidencia presente, 16 puntos logrados) |
|---|---|

| | |
|-------------------------|--------|
| 1c. Relaciones externas | PUNTOS |
|-------------------------|--------|

| | |
|---|-----------|
| 1c.1) Se establece el compromiso entre empleados y clientes | 3 |
| 1c.2) Se le apoya a los atletas que sobresalen y generan buenos resultados a la federación y mantiene su compromiso así ellos | 4 |
| 1c.3) Se organizan actividades que fomente las buenas relaciones entre empleados y patrocinadores | 3 |
| 1c.4) Se participa en conferencias y seminarios que fomenten el apoyo a los atletas | 3 |
| 1c.5) Se organiza y se participa en actividades para la mejora de la salud y medio ambiente a través del uso de la bicicleta | 3 |
| | 16 |

En el subcriterio 1d utilizamos lo siguiente:

| | |
|--|---|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados) | 14 (Evidencia presente, 14 puntos logrados) |
|--|---|

| | |
|--|-----------|
| 1d. Relaciones internas | PUNTOS |
| 1d.1) Existe la comunicación de los valores, de la misión, visión y objetivos planteados entre el personal de la FSC | 3 |
| 1d.2) La FSC está abierta a nuevas propuestas de manera activa | 2 |
| 1d.3) La FSC apoya e impulsa nuevos proyectos o personas que buscan cumplir sus objetivos o metas | 3 |
| 1d.4) La FSC permite que su personal refuerce sus conocimientos a través de cursos, diplomados entre otros | 3 |
| 1d.5) La FSC cumple con la igualdad de oportunidades y anima a la superación personal | 3 |
| | 14 |

En el subcriterio 1e utilizamos lo siguiente:

| | |
|--|---|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados) | 10 (Evidencia presente, 10 puntos logrados) |
|--|---|

| | |
|--|--------|
| 1e. Gestión de cambio | PUNTOS |
| 1e.1) Se identifican los fenómenos internos o externos que modifican o alteran la estructura en la FSC | 2 |

| | |
|---|-----------|
| 1e.2) La FSC actúa de forma inmediata ante sus amenazas o busca reforzar las áreas débiles | 2 |
| 1e.3) La FSC comunica al personal los cambios de planificación realizados | 2 |
| 1e.4) La FSC garantiza una inversión en los recursos necesarios y apoya a cambios implementados | 2 |
| 1e.5) La FSC revisa la eficacia de los cambios realizados | 2 |
| | 10 |

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

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

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

En el subcriterio 2a utilizamos lo siguiente:

| | |
|--|---|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados) | 12.8 (Evidencia presente, 12.8 puntos logrados) |
|--|---|

| | |
|---|---------------|
| CRITERIO 2 POLÍTICA Y ESTRATEGIA | 20 PT |
| 2a. identidad | PUNTOS |
| 2a.1) La FSC está actualizada con la información externa para operar y manejar en el mercado actual | 2.4 |
| 2a.2) La FSC cuenta con un personal capacitado para mejorar las propuestas del mercado laboral | 3.2 |
| 2a.3) La FSC conoce y comprenden las necesidades y expectativas a la sociedad interesada | 2.4 |
| 2a.4) La FSC innova sus propuestas como forme al cambio del mercado | 2.4 |
| 2a.5) La FSC busca estrategias que comprendan y anticipen las posibles actividades realizadas por el competidor | 2.4 |
| | 12.8 |

En el subcriterio 2b utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 15.2 (Evidencia presente, 15.2puntos logrados) |
|---|--|

| | |
|--|-------------|
| 2b. sistema de gestión | 20 PT |
| 2b.1) La FSC busca estrategias de innovación para la mejora delaprendizaje | 2.4 |
| 2b.2) La FSC cumple con los objetivos de imagen y conocimiento de marca | 3.2 |
| 2b.3) La FSC analiza la información recabada en planes estratégicos pasados | 3.2 |
| 2b.4) La FSC analiza y fortalece los planes estratégicos de lacompetencia | 2.4 |
| 2b.5) La FSC cumple con los reglamentos de seguridad, legales, políticos entre otros | 4 |
| | 15.2 |

En el subcriterio 2c utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 13.6 (Evidencia presente, 13.6puntos logrados) |
|---|--|

| | |
|--|-------------|
| 2c. relaciones externas | 20 PT |
| 2c.1) La FSC conoce los riesgos y busca un modo de abordarlos | 3.2 |
| 2c.2) La FSC cumple con las necesidad y expectativas de su grupo de interés | 2.4 |
| 2c.3) La FSC crea nuevas propuestas de mercado | 2.4 |
| 2c.4) Se identifican estrategias en la cual la FSC abre brechas con suspatrocinadores y socios | 3.2 |
| 2c.5) La FSC aprovecha las oportunidades para efectuar nuevas propuestas en el mercado actual | 2.4 |
| | 13.6 |

En el subcriterio 2d utilizamos lo siguiente

| | |
|--|---|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados) | 2.4 (Evidencia presente, 2.4 puntos logrados) |
|--|---|

| | |
|---|-------------|
| 2d. relaciones internas | 20 PT |
| 2d.1) Se identifica el diseño y se comunica el esquema en el cual están fundamentados los procesos claves de la política y estrategia de la FSC | 2.4 |
| 2d.2) La FSC comunica la política y estrategias a los grupos de interés | 2.4 |
| 2d.3) Se establecen prioridades en base a los planes y estrategias realizados | 0.8 |
| 2d.4) Se les da seguimiento a los resultados alcanzados en base a las estrategias | 2.4 |
| 2d.5) Se innovan las estrategias para obtener mejores resultados | 2.4 |
| | 10.4 |

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

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

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

En el subcriterio 3a utilizamos lo siguiente:

| | |
|--|---|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados) | 16 (Evidencia presente, 16 puntos logrados) |
|--|---|

| | |
|--|-----------|
| PERSONAS | 18 PT |
| 3a. Gestión RRHH | PUNTOS |
| 3a.1) ¿Se cuenta con el personal capacitado de acorde a cada área dentro de la FSC? | 2 |
| 3a.2) Los entrenadores de la FSC están capacitados para el desarrollo del deporte | 3 |
| 3a.3) ¿Se cuenta con la cantidad adecuada de personal dentro de la FSC? | 3 |
| 3a.4) Se desarrollan las políticas, estrategias y planes de recursos humanos | 3 |
| 3a.5) Se utilizan metodologías organizativas innovadoras para mejorar la forma de trabajar con el personal de la FSC | 2 |
| 3a.6) Se fomenta y garantiza la equidad en todo lo relacionado con el empleo, incluidas políticas, estrategias y planes de igualdad de oportunidades para el personal de FSC | 3 |
| | 16 |

En el subcriterio 3b utilizamos lo siguiente:

| | |
|--|---|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados) | 2.25 (Evidencia presente, 2.25 puntos logrados) |
|--|---|

| | |
|---|-----------|
| 3b. desempeño | PUNTOS |
| 3b.1) El personal esta adecuado y clasificado según sus conocimientos, capacidades, estudios y el desempeño | 1 |
| 3b.2) La federación contribuye para que el personal esté capacitado y actualizado en cada una de sus áreas | 2 |
| 3b.3) Se busca el desarrollo en equipo | 2 |
| 3b.4) Los objetivos de la federación están bajo la misma percepción que los individuales o por equipo | 1 |
| 3b.5) Se evalúa el rendimiento del personal para un mejor desempeño | 2 |
| 3b.6) Se revisan y actualizan los objetivos individuales y de equipo | 2 |
| | 10 |

En el subcriterio 3c utilizamos lo siguiente:

| | |
|--|---|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados) | 11 (Evidencia presente, 11 puntos logrados) |
|--|---|

| | |
|--|-----------|
| 3c. Implicación y participación | 18 PT |
| 3c.1) Apoyo y participación del personal de la federación a eventos | 2 |
| 3c.2) Se da participación al personal a actividades comunitarias | 1 |
| 3c.3) Se brinda apoyo y participación al personal como seminarios, capacitaciones o diplomados | 3 |
| 3c.4) Se le da oportunidad al personal de implementar o crear nuevas estrategias | 2 |
| 3c.5) Se capacita a la junta directiva para que el personal crezca en un ambiente de autonomía | 1 |
| 3c.6) Se les da participación a los equipos y atletas en actividades de mejora | 2 |
| | 11 |

En el subcriterio 3d utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|---|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 12 (Evidencia presente, 12 puntos logrados) |
|---|---|

| | |
|--|-----------|
| 3d. Comunicación interna | 18 PT |
| 3d.1) Se garantiza la buena comunicación en base a lasnecesidades de la FSC | 2 |
| 3d.2) Se implementan estrategias y planes de comunicación enbase a las necesidades de comunicación | 2 |
| 3d.3) Existe relación en la cual utilicen los canales decomunicación vertical y horizontal | 2 |
| 3d.4) Existen oportunidades de espacio en la que se compartan nuevos conocimientos | 2 |
| 3d.5) Se garantiza comunicación entre personal administrativo y atletas | 2 |
| 3d.6) Se establece una buena relación entre entrenadores y personal administrativo | 2 |
| | 12 |

En el subcriterio 3e utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 7 (Evidencia presente, 7 puntoslogrados) |
|---|--|

| | |
|--|----------|
| 3e. Reconocimientos | 18PT |
| 3e.1) Se define los lineamientos para remuneración, despidos, traslados y otros asuntos laborales en base a la política y estrategia que están dentro de los límites marcados por administración | 1 |
| 3e.2) Se reconoce y estimula a la persona para que mantenga su nivel de compromiso y desempeño | 1 |
| 3e.3) Se implementa y se fomenta temas de higiene, medio ambiente, seguridad y social | 1 |
| 3e.4) Se brindan servicios de beneficio social | 2 |
| 3e.5) Se fomentan actividades sociales y culturales | 1 |
| 3e.6) Se proporcionan recursos y servicios legales y, en algunos casos, excedan estos requisitos | 1 |
| | 7 |

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

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

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

En el subcriterio 4a utilizamos lo siguiente:

| | |
|--|---|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados) | 14.64 (Evidencia presente, 14.64 puntos logrados) |
|--|---|

| | |
|--|--------------|
| ALIANZA Y RECURSOS | 18 PT |
| 4a. Colaboraciones | PUNTOS |
| 4a.1) La FSC garantiza relaciones con los socios y patrocinadores para crear valor y maximizar el desarrollo deportivo | 4.5 |
| 4a.2) Se establecen alianzas con diferentes marcas | 3.38 |
| 4a.3) Se impulsa trabajo en conjunto para mejorar procesos entre FSC y patrocinadores | 3.38 |
| 4a.4) ¿La FSC genera nuevas propuestas de innovación de recursos mediando nuevas ideas con sus patrocinadores? | 3.38 |
| | 14.64 |

En el Subcriterio 4b utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 10.26 (Evidencia presente, 10.26puntos logrados) |
|---|--|

| | |
|---|--------------|
| 4b. Gestión recursos económicos | 18PT |
| 4b.1) ¿Se desarrollan nuevas estrategias para mejorar el uso de losrecursos económicos de la FSC y así lograr un mayor desempeño? | 2.25 |
| 4b.2) ¿Se marcan límites para los recursos económicos yfinancieros, utilizados por la FSC? | 2.38 |
| 4b.3) ¿Se efectúa una revisión de los recursos invertidos en las FSCy así lograr un mejor desarrollo? | 3.38 |
| 4b.4) ¿Se capacita al personal de la FSC para dar un informedetallado del uso de los recursos económicos que se les han brindado? | 2.25 |
| | 10.26 |

En el subcriterio 4c utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 5.63 (Evidencia presente, 5.63puntos logrados) |
|---|--|

| | |
|---|-------------|
| 4c. Gestión recursos materiales | 18 PT |
| 4c.1) ¿se genera una revisión del equipo dañado para darle mantenimiento y prolongar su ciclo de vida? | 1.13 |
| 4c.2) ¿Se hace una revisión del inventario con el que cuenta laFSC y así conocer que materiales ya no se pueden ocupar? | 2.25 |
| 4c.3) ¿Se supervisa el uso de los vehículos con los que cuenta la FSC y se les da mantenimiento para lograr un mayor desempeño? | 0 |
| 4c.4) ¿Se optimiza el uso de internet, agua, electricidad, gasolina? | 2.25 |
| | 5.63 |

En el subcriterio 4d utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 4.52 (Evidencia presente, 4.52puntos logrados) |
|---|--|

| | |
|--|-------------|
| 4d. Tecnología | 18PT |
| 4e.1) ¿Qué tipo de tecnología es utilizada por la FSC para su deporte? | 1.13 |
| 4e.2) ¿Todos sus atletas son beneficiados con esta tecnología? | 1.13 |
| 4d.3) ¿El área técnica dentro de la FSC cuenta con tecnología vanguardista para tener un control riguroso concerniente a tododentro de la FSC? | 1.13 |
| 4d.4) ¿El material deportivo con el que cuenta la FSC cuenta con la tecnología actual de otros países? | 1.13 |
| | 4.52 |

En el subcriterio 4e utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 0.9 (Evidencia presente, 0.9puntos logrados) |
|---|--|

| | |
|--|------------|
| 4e. Gestión del conocimiento | 18PT |
| 4e.1) ¿Se invierte en cursos informáticos para los empleados? | 0.18 |
| 4e.2) ¿Los deportistas son beneficiados con algún tipo de aprendizaje que los mantenga actualizados sobre su deporte? | 0.18 |
| 4e.3) ¿Mecánicos son actualizados sobre el tema vanguardista sobre material deportivo (bicicletas) | 0.18 |
| 4e.4) ¿En la FSC se genera una innovación de información y nuevos conocimientos que promuevan la creatividad en sus integrantes? | 0.18 |
| 4e.5) ¿La FSC garantiza el acceso a sus integrantes a lainformación apropiada para una mayor comunicación? | 0.18 |
| | 0.9 |

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

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

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

En el subcriterio 5a utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 11.2 (Evidencia presente, 11.2puntos logrados) |
|---|--|

| | |
|---|--------------|
| CRITERIO 5 PROCESOS | 28 PT |
| 5a. Gestión | |
| 5a.1) ¿se realiza un sistema de gestión de procesos en la federación? | 2.24 |
| 5a.2) ¿Se diseñan e implantan indicadores de procesos y se establecen objetivos de rendimiento en la federación? | 2.24 |
| 5a.3) ¿se supervisa la eficacia general de los procesos al hacerrealidad la política y estrategias de la federación? | 2.24 |
| 5a.4) ¿se diseñan procesos claves y necesarios para hacer realidad lapolítica y estrategias? | 2.24 |
| 5a.5) ¿se identifican los grupos de interés de cada proceso y se resuelven a fin de gestionar de manera eficaz los procesos de principio a fin? | 2.24 |
| | 11.2 |

En el subcriterio 5b utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 12.22 (Evidencia presente, 12.22puntos logrados) |
|---|--|

| | |
|---|--------------|
| 5b. Mejora continua | 28 PT |
| 5b.1) ¿se brinda oportunidades de mejoras continua y drásticas, así comootros cambios en la federación? | 2.24 |
| 5b.2) ¿los resultados de indicadores internos de rendimiento y de las percepciones son utilizados para establecer prioridades y objetivos de mejorascontinua? | 3.26 |
| 5b.3) ¿se anima y estimula el talento creativo e innovador de los empleados ysocios de la federación y hacer que repercutan en las mejoras continuas? | 2.24 |
| 5b.4) ¿se implementan nuevos diseños de procesos y tecnologías que facilitenlas operaciones? | 2.24 |
| 5b.5) ¿son diseñados e implementados los métodos idóneos para llevar a efectuar el cambio necesario? | 2.24 |
| | 12.22 |

En el subcriterio 5c utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 10.08 (Evidencia presente, 10.08puntos logrados) |
|---|--|

| | |
|---|--------------|
| 5c. Orientación al usuario | |
| 5c.1) ¿se aprovecha la creatividad, innovación y competencias de los empleados de la federación para lograr acceder a otros mercados? | 2.24 |
| 5c.2) ¿se utiliza la innovación de los empleados y socios de federaciónpara desarrollar y brindar servicios competitivos? | 2.24 |
| 5c.3) ¿los empleados y socios externos de federación desarrollan e implementan nuevos productos y servicios que añadan valor a los clientes? | 1.12 |
| 5c.4) ¿se implementan nuevos productos y servicios para el mercadoactual de la federación para lograr acceder a otros mercados? | 2.24 |
| 5c.5) ¿se identifican mejoras que garanticen mejoras en los productosy servicios de acuerdo a futuras necesidades y expectativas de los clientes? | 2.24 |
| | 10.08 |

En el subcriterio 5d utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 12.6 (Evidencia presente, 12.6puntos logrados) |
|---|--|

| | |
|--|-------------|
| 5d. Servicio de atención | 28 PT |
| 5d.1) ¿se adquieren o elaboran los servicios acordes a los diseños previos y los desarrollos anteriores? | 2.8 |
| 5d.2) ¿se comunica y promociona los productos y servicios a los clientes potenciales? | 2.8 |
| 5d.3) ¿se garantiza la distribución de los servicios a los clientes? | 4.2 |
| 5d.4) ¿se garantiza servicio de atención a los productos incluido su reciclado cuando sea necesario y apropiado? | 2.8 |
| | 12.6 |

En el subcriterio 5e utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 10.08 (Evidencia presente, 10.08puntos logrados) |
|---|--|

| | |
|---|--------------|
| 5e. Relación con usuario | 28 PT |
| 5e.1) ¿se asesora a los clientes sobre el uso responsable de los productos? | 3.36 |
| 5e.2) ¿se implementa encuestas periódicas y otras formas de recolección de datos para determinar e incrementar los niveles de satisfacción de los clientes? | 1.12 |
| 5e.3) ¿se gestiona la información procedente de las clientes incluidas las quejas y recomendaciones para mejora de servicios? | 1.12 |
| 5e.4) ¿se establecen y satisfacen los requisitos de los clientes, paragarantizar mejores relaciones con ellos? | 2.24 |
| 5e.5) ¿se otorgan y establecen alianzas con clientes que garanticenmayor valor a la cadena logística de la federación? | 2.24 |
| | 10.08 |

3.5 CRITERIOS RESULTADOS

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

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

Indique la existencia de evidencia sobre la implementación de acciones relacionadas conlas siguientes afirmaciones. Utilice el esquema de respuestas concreto para cada ítem.

En el subcriterio 6a utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 0 (Evidencia presente, 0 puntoslogrados) |
|---|--|

| | |
|---|--------|
| 6a. Percepción | 150 PT |
| 6a. 1) ¿a través de encuestas a clientes. Clasificación de los patrocinadores, felicitaciones y quejas. ¿Se obtienen resultados de percepción que tienen los clientes de la federación? | 0 |
| | 0 |

En el subcriterio 6b utilizamos los siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 0 (Evidencia presente, 0 puntoslogrados) |
|---|--|

| | |
|--|------|
| 6b. Rendimiento | 25PT |
| 6b. 1) ¿La federación utiliza algún tipo de medidas para supervisar,entender y mejorar el rendimiento interno y así mismo anticipar la percepción de sus clientes? | 0 |
| | 0 |

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

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

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

En el subcriterio 7a utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 40.5 (Evidencia presente, 40.5puntos logrados) |
|---|--|

| | |
|--|------|
| 7a. Percepción | 25PT |
| 7a. 1) Las personas que forman parte de la FSC perciben los alcancesy los proyectos que dicha institución desarrolla | 40.5 |
| | 40.5 |

En el subcriterio 7b utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 13.5 (Evidencia presente, 13.5puntos logrados) |
|---|--|

| | |
|--|-------------|
| 7b Rendimiento | 25PT |
| 7b. 1) Se logran nuevos avances en comparación a proyectos previoscon base a la percepción de rendimiento de las personas de FSC | 13.5 |
| | 13.5 |

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

Qué logros está alcanzando la organización en la sociedad.

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

En el subcriterio 8a utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|---|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 27 (Evidencia presente, 27 puntos logrados) |
|---|---|

| | |
|---|-----------|
| 8a.Percepción | 25PT |
| 8a. 1) La sociedad perciben los alcances y los proyectos que la FSCdesarrolla | 27 |
| | 27 |

En el subcriterio 8b utilizamos lo siguiente:

| | |
|---|--|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntoslogrados) | 6 (Evidencia presente, 6 puntoslogrados) |
|---|--|

| | |
|--|----------|
| 8b. Rendimiento | 25PT |
| 8b. 1) la sociedad observa mejorías dentro de la FSC | 6 |
| | 6 |

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

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

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

En el subcriterio 9a utilizamos lo siguiente:

| | |
|--|---|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados) | 30 (Evidencia presente, 30 puntos logrados) |
|--|---|

| | |
|---|-----------|
| 9a. Resultados | 75 PT |
| 9a. 1) ¿se han establecido mecanismos de medida de los resultados de la federación acorde a las políticas y estrategias establecidas, siendo estos resultados económicos y financieros? | 30 |
| | 30 |

En el subcriterio 9b utilizamos lo siguiente:

| | |
|--|---|
| 0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados) | 30 (Evidencia presente, 30 puntos logrados) |
|--|---|

| | |
|--|-----------|
| 9b. Indicadores | 75 PT |
| 9b.1) ¿se revisan y entienden los procesos y se predicen los resultados del rendimiento de la federación mediante medidas operativas según los objetivos planteados por la federación? | 30 |
| | 30 |

3.6 RESULTADO DE LA AUTOEVALUACIÓN

El cuestionario de autoevaluación fue realizado por medio de método de observación en la Federación salvadoreña de ciclismo, en base a tutorías a la inducción sobre el modelo EFQM, con el propósito de desarrollar la metodología de su implementación. A continuación, se presentan los resultados.

Puntaje global en el Cuestionario de Autoevaluación



Diagrama 1. Puntaje global de criterios agentes y resultados

Los criterios agentes obtuvieron 270.13 de 500 puntos posibles, esto representa un 54% de alcance. A diferencia de los criterios de resultados obtuvieron 147 puntos de 500, esto representa un 29% de alcance en los resultados. Con base a estos resultados se suman los dos sectores y se obtiene un puntaje global de 417.13 puntos de 1000 puntos posibles, dando un resultado de 42% de calificación final.

3.6 Criterio de liderazgo



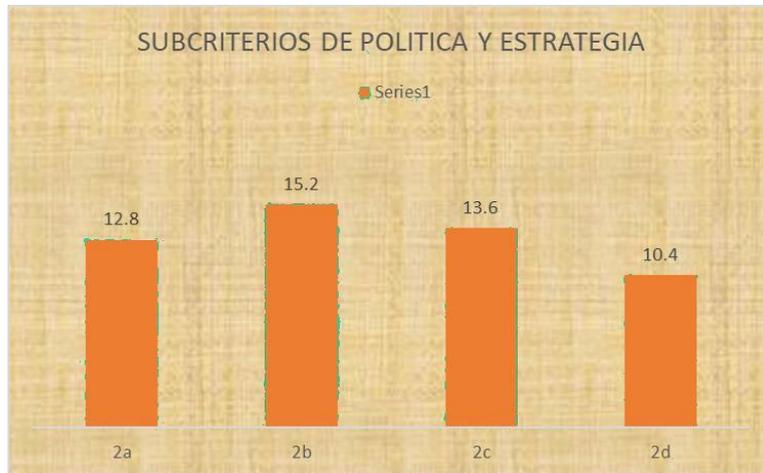
Diagrama 1. Puntaje global del criterio de liderazgo.

El criterio de liderazgo tiene 100 de 500 puntos, la federación salvadoreña de ciclismo obtuvo 70 de 100 puntos, en base a la sumatoria de los subcriterios, lo cual tiene una representación del 70% de logro en este criterio.



Diagrama 2. Puntaje global de cada subcriterio de liderazgo.

De los 100 puntos obtenidos en el criterio de liderazgo estos están distribuidos en 5 subcriterios. Cada uno de estos tiene 20 puntos distribuidos. En el subcriterio 1a se lograron 17 pts., en el 1b 13 pts., en el 1c 16 pts., en el 1d 14 pts., y en el 1e 10 pts.



3.7 Criterio de política y estrategia

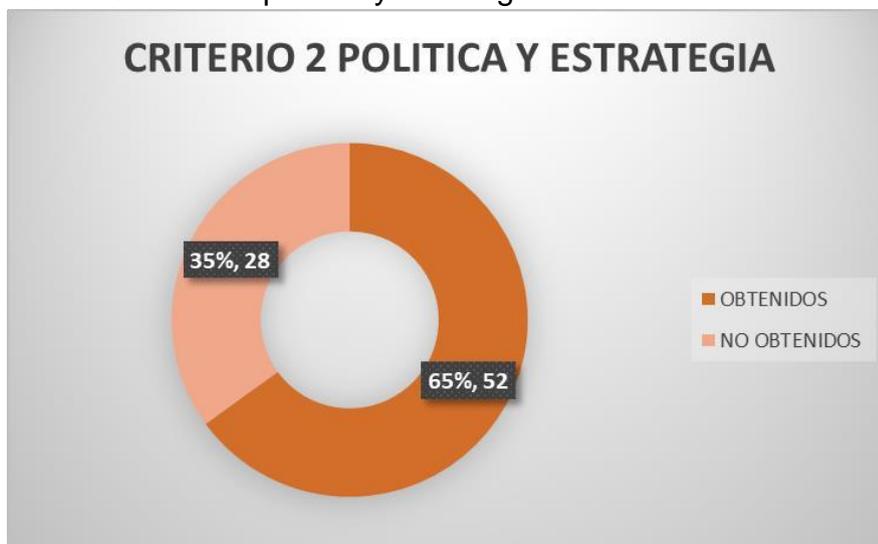


Diagrama 3. Puntaje global del criterio de política y estrategia.

El criterio de Política y Estrategia tiene 80 de 500 puntos, la federación salvadoreña de ciclismo obtuvo 52 de 80 puntos, en base a la sumatoria de los subcriterios, lo cual tiene una representación del 65% de logro en este criterio.

Subcriterios de Política y Estrategia

Diagrama 4. Puntaje global de cada subcriterio de política y estrategia.

De los 80 puntos obtenidos en el criterio de Política y Estrategia estos están distribuidos en 4 subcriterios. Cada uno de estos tiene 20 puntos distribuidos. En el subcriterio 2a se lograron 12.8 pts., en el 2b 15.2 pts., en el 2c 13.6 pts., y en el 2d 10.4pts.

3.8 Criterio de personas

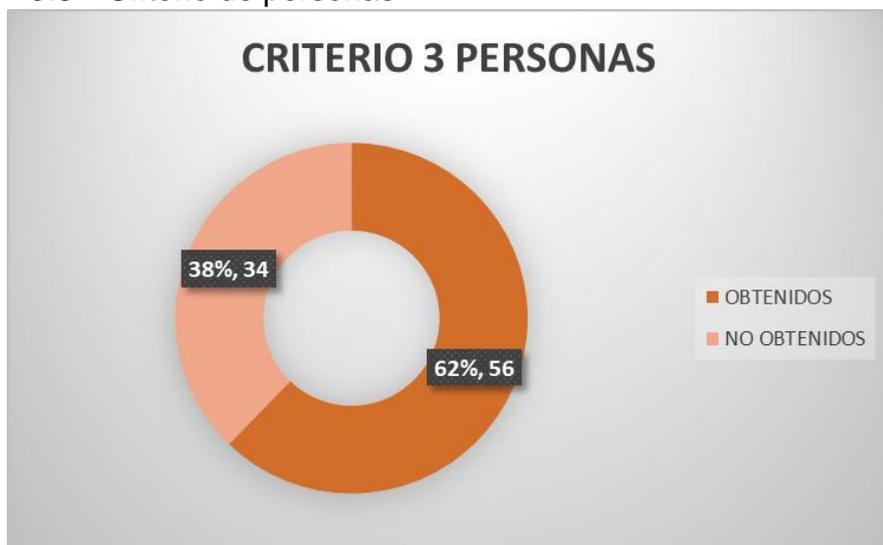


Diagrama 5. Puntaje global del criterio de personas.

El criterio de Personas tiene 90 de 500 puntos, la federación salvadoreña de ciclismo obtuvo 56 de 90 puntos, en base a la sumatoria de los subcriterios, lo cual tiene una representación del 62% de logro en este criterio.



Subcriterios de Personas

Diagrama 6. Puntaje global de cada subcriterio de personas.

De los 90 puntos obtenidos en el criterio de Personas estos están distribuidos en 5 subcriterios. Cada uno de estos tiene 18 puntos. En el subcriterio 3a se lograron 16pts., en el 3b 10 pts., en el 3c 11 pts., en el 3d 12 pts., y en el 3e 7 pts.



3.9 Criterio de alianzas y recursos

Diagrama 7. Puntaje global del criterio de alianzas y recursos.

El criterio de Alianza y Recurso tiene 90 de 500 puntos, la federación salvadoreña de ciclismo obtuvo 35.95 de 90 puntos, en base a la sumatoria de los subcriterios, lo cual tiene una representación del 40% de logro en este criterio.

Subcriterios de Alianzas y Recursos

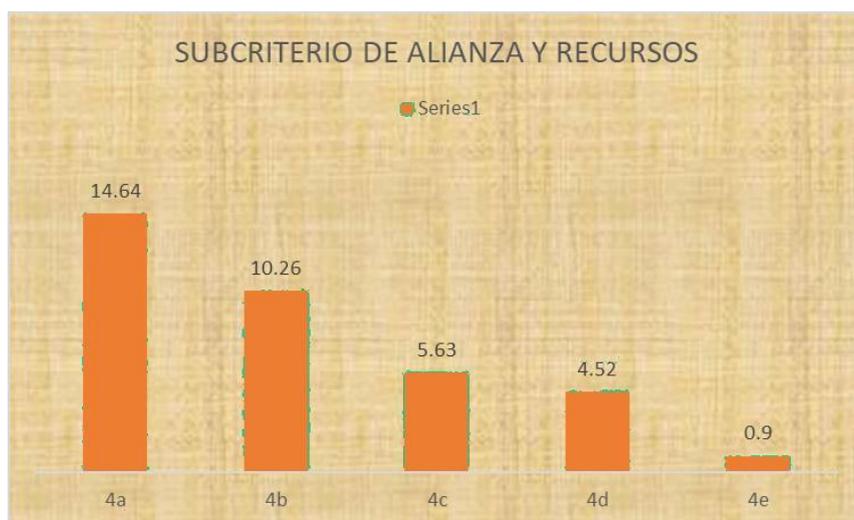


Diagrama 8. Puntaje global de cada subcriterio de alianzas y recursos

De los 90 puntos obtenidos en el criterio de Alianza y Recursos estos están distribuidos en 5 subcriterios. Cada uno de estos tiene 18 puntos.

En el subcriterio 4a se lograron

14.64 pts., en el 4b 10.26 pts., en el 4c 5.63 pts., en el 4d 4.52 pts., y en el 4e 0.9 pts.

6.5 Criterio de procesos

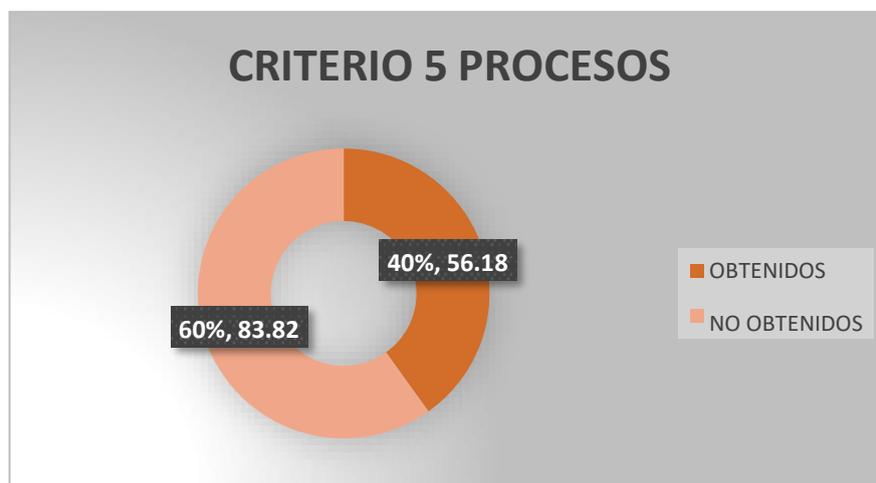


Diagrama 9. Puntaje global del criterio de procesos.

El criterio de Proceso tiene 140 de 500 puntos, la federación salvadoreña de ciclismo obtuvo 56.18 de 140 puntos, en base a la sumatoria de los subcriterios, lo cual tiene una representación del 40%

de logro en este criterio.

Subcriterios de Procesos

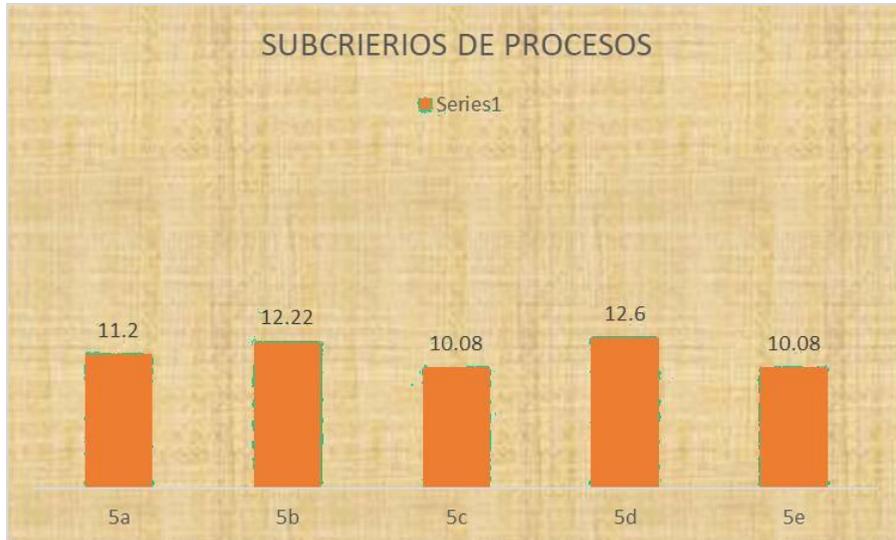


Diagrama 10. Puntaje global de cada subcriterio de procesos.

De los 140 puntos obtenidos en el criterio de Procesos estos están distribuidos en 5 subcriterios. Cada uno de estos tiene 28 puntos. En el subcriterio 5a se lograron 11.2pts., en el 5b 12.22 pts., en el 5c 10.08 pts., en el 5d 12.6 pts., y en el 5e 10.08 pts.

6.5 Criterio de resultados en los clientes



Diagrama 11. Puntaje global del criterio de resultados en los clientes.

El criterio de Resultado en los clientes tiene 200 de 500 puntos, la federación salvadoreña de ciclismo obtuvo 0 de 200 puntos, en base a la sumatoria de los subcriterios, lo cual tiene una representación del 0% de logro en este criterio.

Subcriterios de resultados en los clientes

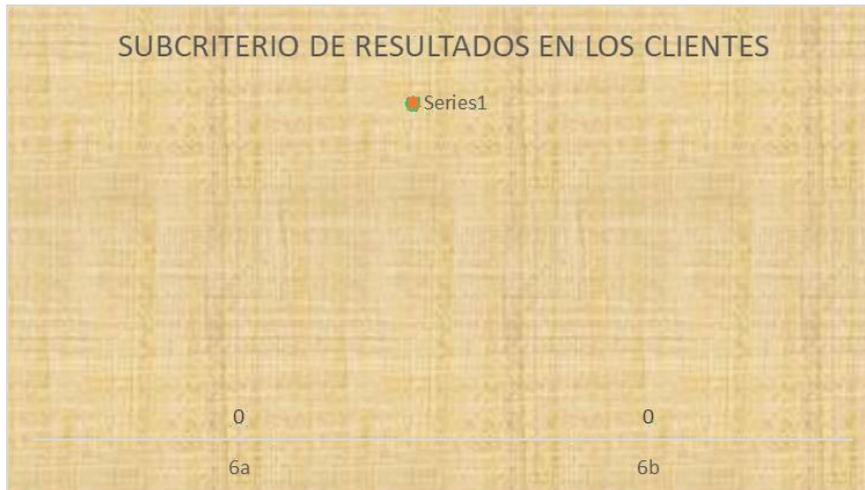


Diagrama 12. Puntaje global de cada subcriterio de resultados en los clientes.

De los 200 puntos obtenidos en el criterio de resultados en los clientes estos están distribuidos en 2 subcriterios. Cada uno de estos tiene 150 y 50 puntos. En el subcriterio 6a se lograron 0 pts. y en el 6b 0 pts.

6.6 Criterio de resultados en las personas



Diagrama 13. Puntaje global del criterio de resultados en las personas.

El criterio de Resultado en las personas tiene 90 de 500 puntos, la federación salvadoreña de ciclismo obtuvo 54 de 90 puntos, en base a la sumatoria de los subcriterios, lo cual tiene una representación del 60% de logro en este criterio.

Subcriterios de resultados en las personas

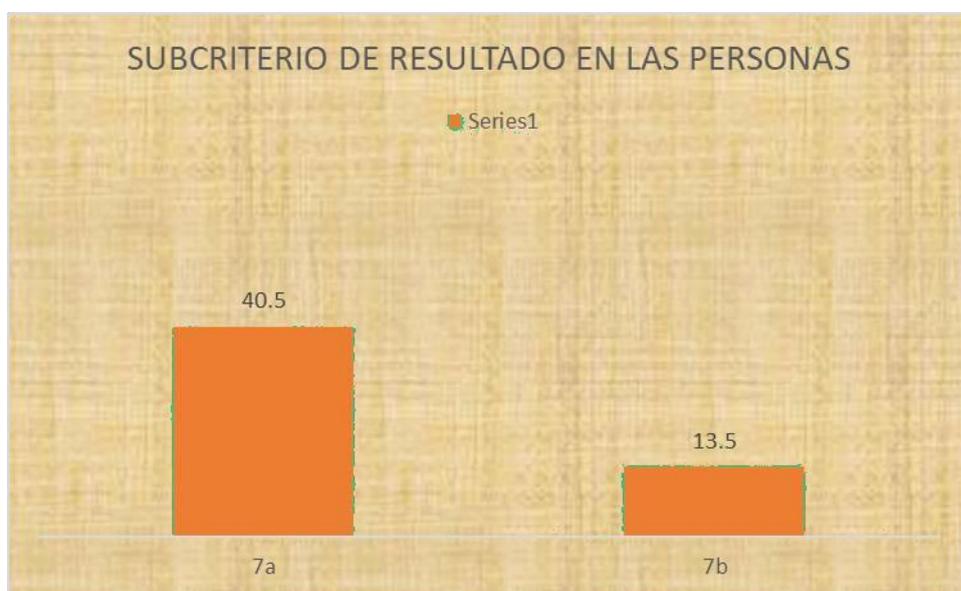


Diagrama 14. Puntaje global de cada subcriterio de resultados en las personas.

De los 90 puntos obtenidos en el criterio de resultados en los clientes estos están distribuidos en 2 subcriterios. Cada uno de estos tiene 67.5 y 22.5 puntos. En el subcriterio 7a se lograron 40.5 pts. y en el 7b 13.5 pts.

6.7 Criterio de resultados en la sociedad



Diagrama 15. Puntaje global del criterio de resultados en la sociedad.

. El criterio de Resultado en los clientes tiene 60 de 500 puntos, la federación salvadoreña de ciclismo obtuvo 33 de 60 puntos, en base a la sumatoria de los subcriterios, lo cual tiene una representación del 55% de logro en este criterio.

Subcriterios de resultados en la sociedad

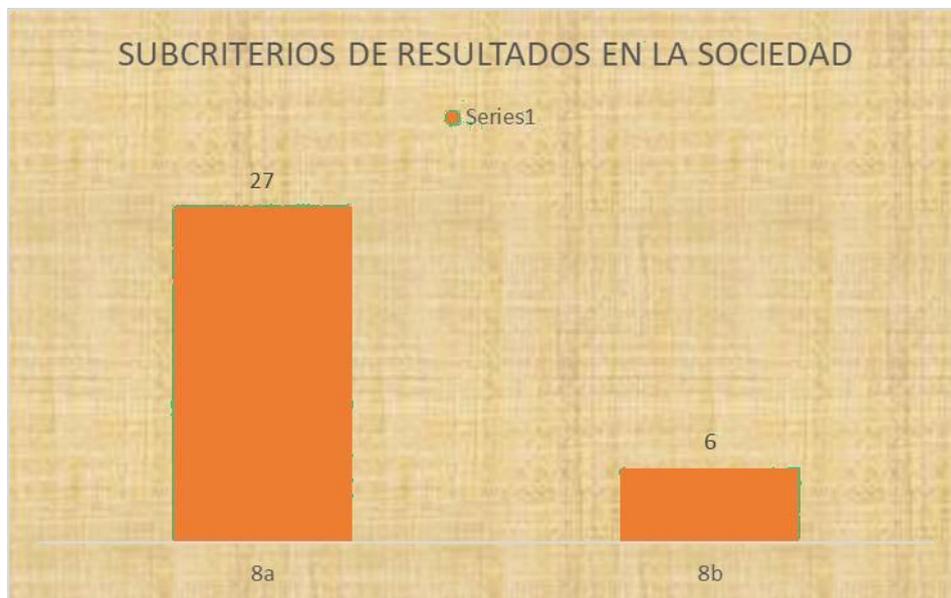


Diagrama 16. Puntaje global de cada subcriterio de resultados en la sociedad.

De los 60 puntos obtenidos en el criterio de resultados en la sociedad

estos están distribuidos en 2 subcriterios. Cada uno de estos tiene 15 y 45 puntos. En el subcriterio 8a se lograron 27 pts. y en el 8b 6 pts.

6.8 Criterio de resultados clave



Diagrama 17. Puntaje global del criterio de resultados clave.

El criterio de Resultado claves tiene 150 de 500 puntos, la federación salvadoreña deciclismo obtuvo 60 de 150 puntos, en base a la sumatoria de los subcriterios, lo cual tiene una representación del 40% de logro en este criterio.

Subcriterios de resultados clave

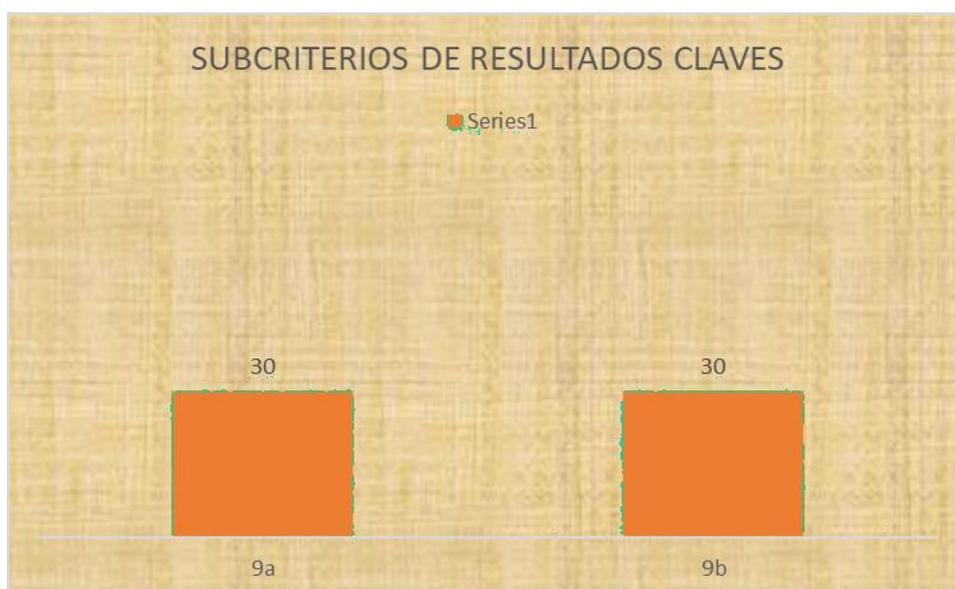


Diagrama 18. Puntaje global de cada subcriterio de resultados clave.

De los 150 puntos obtenidos en el criterio de resultados claves estos están distribuidos en 2 subcriterios. Cada uno de estos tiene 75 puntos. En el subcriterio 9a se lograron 30 pts. y en el 9b 30 pts.

3.7 CONCLUSIONES

- El puntaje global que se obtuvo en el Cuestionario de Autoevaluación implementado en la Federación Salvadoreña de ciclismo bajo el modelo **EFQM** de excelencia es de puntos de 1,000 posibles. Este puntaje obtenido representa un logro y califica dentro del rango “Excelencia inferior” según la escala de valoración propuesta en el presente cuestionario **EFQM**.
- Los sub criterios lograron un puntaje de 500 puntos posibles representando un % de logro. El porcentaje obtenido de los criterios agentes califica dentro del rango “Excelencia baja” en base a la escala de la valoración propuesta en el presente cuestionario **EFQM**.
- Los criterios resultados lograron un puntaje de 0 de 500 puntos posibles representando un 0% de logro. El porcentaje logrado por los criterios agentes califica dentro del rango “Excelencia baja” en base a la escala de valoración propuesta en el presente cuestionario.

3.8 RECOMENDACIONES

- Fomentar un modelo de gestión de calidad acorde a las necesidades, características y capacidades de la Federación Salvadoreña de Ciclismo para lograr sus objetivos planteados para el desarrollo del ciclismo a nivel nacional e internacional y la

consecución de mejores niveles de rendimiento y resultados en competencias fuera de nuestro país, lo que implica definitivamente un mejor posicionamiento de su imagen organizacional ante la comunidad deportiva (atletas, patrocinadores y población federada) nacional e internacional.

- Enfatizar cambios para mejoras en los criterios y subcriterios que menor puntuación y porcentaje se logró en el Cuestionario de Autoevaluación como insumos tecnológicos para la actualización y desarrollo deportivo así mismo una mejora en la mejora continua que garantice al empleador un entorno de crecimiento personal

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



CURSO DE ESPECIALIZACIÓN PARA LA DIRECCIÓN Y GESTIÓN
DEPORTIVA

MODULO 4. PLAN PATROCINIO

DIPLOMADO DE ESPECIALIZACIÓN EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN
DEPORTIVA

DOCENTE

LIC. BORIS EVERT IRAHETA SANABRIA

PRESENTADO POR:

| | |
|----------------------------------|-----------|
| WALTER ERNESTO DELEÓN MARTÍNEZ | (DM15010) |
| JACQUELINNE ARELY RAMOS MARTÍNEZ | (RM16038) |
| JHOSELINE MARICELA SÁNCHEZ ELÍAS | (SE16008) |

CIUDAD UNIVERSITARIA, OCTUBRE DE 2022



PLAN PATROCINIO

FSC

2
0

2
2



4.1 Presentación

A través de los años el marketing a buscado relacionar aún más el mundo comercial, por eso cada una de las empresas o instituciones tienen un plan de marketing, que este les ayuda a promocionarse y tener un alcance aún mayor, por otro lado se encuentra las alianzas que existe entre empresas e instituciones o empresas con empresas, también existen los convenidos a través de patrocinios lo cual genera que la marca sea visible dentro de una imagen por ejemplo en un patrocinio deportivo, la marca siempre se basará en los valores de la imagen del deportista, un club o un evento deportivo, en base a este el último se desarrollara y creará un plan de patrocinio FSC 2022.

4.2 Nuestra idea

Buscar diversas empresas profesionales, proveedoras de servicios y productos que puedan beneficiar a la Federación Salvadoreña de Ciclismo (FSC), en distintos eventos deportivos, en campeonatos nacionales e internacionales, también en el desarrollo integral de los atletas y nuevos talentos del deporte salvadoreño y así contribuir al desarrollo deportivo.

El objetivo principal de este plan es buscar beneficios que ayuden al desarrollo de los recursos por parte de la FSC y maximizar el aporte de empresas que estén a la disposición de patrocinar eventos nacionales e internacionales; con el fin de lograr que sus marcas logren un reconocimiento a nivel nacional e internacional en sus diversos productos y aportes que brindan a la sociedad salvadoreña.

La Federación Salvadoreña de Ciclismo puede brindarles a nuestros patrocinadores espacios de visibilidad (podium de premiación en el Bakin, Guías Técnicas, rollup's, redes sociales, mesas de honor, menciones por parte de los atletas en medio de comunicación) en todos nuestros eventos. De manera particular es preciso que los compromisos de la contraparte sean con frecuencia y de trabajo cooperativos, aprobado por ambas partes de ser posible los compromisos que deben ser firmados y autorizados por las autoridades respectivas por medio de un convenio, para no perder los beneficios ya detallados.



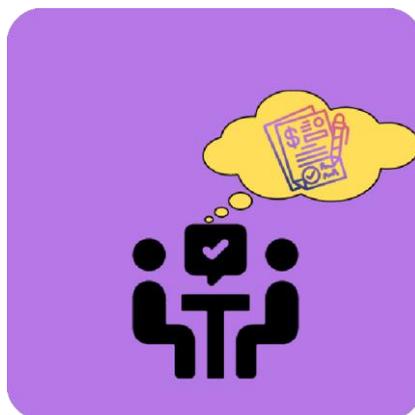
DIRIGIDO A

La Federación Salvadoreña de Ciclismo, trabaja y desarrolla de la mejor calidad para la formación e integración de atletas y con la finalidad de mejorar las condiciones de los deportistas y realizar iniciativas en la búsqueda de nuevos talentos y potenciar a los deportistas de élite mediante la promoción de sus patrocinadores los cuales buscan expandirse a nivel nacional e internacionales mediante los eventos que se realiza.

El reconocimiento de las empresas comerciales, deportivas, alimenticias, textiles e hidratación, que puedan ser posibles patrocinadores que se apeguen a las técnicas del marketing.

Se gestionará patrocinios con:

- Electrolit
- 132 SEM
- Bicimania
- Velo
- Maca
- La Plus Belle
- Clinica dental de pase
- Coffe lake
- Santa Eduvigis
- Regia
- Gren & Co



ESTE PLAN PERMITE

La obtención de recursos financieros o recurso materiales que sirve para el desempeño de eventos, o asistencia de atletas a competencias, además en base a esto los patrocinadores son beneficiados a partir de la presencia física, visual de sus marcas, cada una proporciona su producto o recurso con el cual se está ejecutando dicho evento y el valioso aporte con el cual se ha apoyado para lograr desarrollar la actividad previamente planificada

En el patrocinio, una empresa se compromete a apoyar económicamente un evento a cambio de que su marca o producto se exponga durante el mismo, con la finalidad de aprovechar el contexto de la actividad para atraer nuevos clientes, incrementar las ventas del producto y la visibilidad de la empresa en base a (calidad de la tela en caso de patrocinios textiles, satisfacción y degustación de productos en caso de patrocinios alimenticios o de hidratación, entre otros) son factores que ayudarán a mantener y reforzar los vínculos creados con dichas empresas y a su vez abrir muchas más posibilidades a la obtención de nuevos agentes patrocinadores.



¿QUÉ POSIBILITA?

Con la elaboración y guía de este plan, pretendemos mejorar la labor de la gestión y administración al momento de utilizar dichos recursos, contando con el apoyo de todas aquellas empresas de las cuales pueda haber un vínculo en el que sean beneficiadas ambas partes, guiándose por un estudio del terreno por el cual se quiera optar al momento de realizar dicha gestión.



QUEREMOS GARANTIZAR

El cumplimiento y alcance de objetivos planteados, evaluando constantemente el desarrollo de los planes de trabajo identificando los puntos débiles y áreas de mayor necesidad por mejorar, así realizar nuevas propuestas y estrategias de trabajo que permitan funcionar y cumplir lo establecido, así poder contar con diferentes rutas de búsqueda de recursos financieros, siendo potenciadores de las actividades que se planteen dentro de la FSC manteniendo una constante evolución en la forma de trabajar y desarrollar eventos y actividades deportivas propias.



PAQUETES DE PATROCINIO

MASTER PACK PLUS

- Logotipo en el bakin del pódium
 - Mención durante discurso de iniciación de evento
- Espacio para colocación de Kiosco de distribución de producto
 - Rollup's suministrados por empresa patrocinadora
- Promoción como patrocinadores en redes sociales
 - Punto de contacto
 - Banners promocionales

PRECIO DEL PAQUETE: \$1,500 USD

FEDERACIÓN SALVADOREÑA DE CICLISMO



PACK ELITE



- Mención durante discurso de iniciación de evento
- Espacio para colocación de Kiosco de distribución de producto
- Rollup's suministrados por empresa patrocinadora
- Promoción como patrocinadores en redes sociales
- Banners publicitarios

PRECIO DEL PAQUETE: \$1,000 USD

FEDERACIÓN SALVADOREÑA DE CICLISMO



PACK BASIC



- Espacio para colocación de Kiosco de distribución de producto
- Mención durante discurso de iniciación de evento
- Rollup's suministrados por empresa patrocinadora
- Promoción como patrocinadores en redes sociales

PRECIO DEL PAQUETE: \$600 USD

FEDERACIÓN SALVADOREÑA DE CICLISMO



POSIBLES PATROCINADORES



Electrolit es una solución oral cuya función es rehidratar. Se utiliza en prevención y tratamiento de desequilibrio de hidroelectrolitos que se pierden por ejercicio físico intenso, resaca, diarrea, exceso de calor, insolación y vómito. Es un producto mexicano fabricado por GRUPO PISA la compañía farmacéutica líder en Latinoamérica, con más de 70 años en el mercado.

BENEFICIOS:

- Equilibrar la cantidad de agua en su cuerpo.
- Equilibrar el nivel de ácido/base (pH) de su cuerpo.
- Transportar nutrientes a sus células.
- Eliminar los desechos de sus células. Funcionar a sus nervios, músculos, corazón y cerebro de la manera adecuada.



132 del Sistema de Emergencias Médicas (SEM) donde serás atendido por un profesional de la salud. Asistencia de Ambulancia ante cualquier emergencia las 24 horas.

BENEFICIOS:

- Asistencia médica en todos los eventos
- Asistencia de ambulancia ante cualquier emergencia en eventos.



Bicimania se formó en Guatemala en 1993, llegando hasta El Salvador en 2003, siendo hasta este día una tienda muy reconocida por todos los ciclistas salvadoreños. Bicimania es líder en la distribución de bicicletas Giant y Scott en El Salvador, Honduras Y Nicaragua. Somos considerados como la tienda más innovadora a nivel deportivo ya que realizamos eventos únicos. En la rama del Ciclismo, Triatlón y Atletismo.

BENEFICIOS:

- Asistencia mecánica en eventos
- Venta de bieletas o accesorios de bicicletas en los eventos
- Asesorías mecánicas



Veló es una tienda de venta de todo tipo de bicicletas de alta gama en nuestro país cuenta con una amplia variedad de bicicletas como GIANT, SCOTT, FUJI. Y así mismo cuenta con una amplia variedad de repuestos para todo tipo de bicicletas.

BENEFICIOS:

- Asistencia mecánica en eventos
- Descuento en productos de un 15% a todo atleta federado.



Macadepro S.A. de C.V. fue fundada en 2007 en San Salvador, ante la creciente demanda no satisfecha de elaboración de ropa deportiva de calidad para atletas de alto rendimiento, en estos años hemos provisto de atuendos deportivos de diferentes disciplinas a un sin número de selecciones y equipos nacionales

BENEFICIOS:

- Descuentos en elaboración de uniformes para selecciones de FSC
- Logo de la marca en los uniformes .



La Plus Belle es una empresa 100% salvadoreña que proporciona el mejor servicio en medicina integral, siempre a la vanguardia con las nuevas técnicas y tecnologías para lograr atender y satisfacer de la mejor manera a nuestros clientes.

BENEFICIOS:

- Descuentos de un 20 y hasta un 50% en consultas y tratamientos a todo atleta federado en FSC.



Clínica dental del paseo es una empresa odontológica salvadoreña dedicada al cuidado y bienestar dental ubicada en diferentes puntos de San Salvador: Paseo general escalón. Centro comercial Paseo Venecia local #46.

BENEFICIOS:

- Descuento a atletas federados que presenten su carné con un 15% y hasta un 20% en todo tipo de consulta odontológica y tratamientos.



Coffe lake es un excelente sitio para poder disfrutar de una rica comida, te ofrece una experiencia única, con una vista muy hermosa del lago de Ilopango acompañado de un clima fresco. Coffe lake cuenta con un menú amplio en el cual podrás consumir cualquier comida típica popular, yuca frita empanadas, pasteles y pupusas entre otro. En cuanto a bebidas tiene una variedad entre bebidas frías y calientes.

BENEFICIOS.

- Descuento a los atletas al presentar su carne con 20% en todos los platillos que consuman.
- Regalías a los atletas y audiencia con platos típicos en eventos.



El barrio candelario en san salvador era famoso por sus ricas semitas de Doña Ernestina Castro, su receta casera de pan era de las mejores, una combinación de dulce de panela y jalea encanto a todos desde 1995, convirtiéndola hoy en la panadería Eduvigis, para inmortalizar esta receta casera ahora ubicados en distintos centros comerciales del país, metro centro, cascadas, los héroes, Merliot entre otros.

Beneficios.

Degustaciones gratuitas para los atletas y seguidores en los eventos que realiza la federación.

Descuentos en los productos al presentar el carnet de la federación en todas sus sucursales.



Cervecería Regia es producida en El Salvador desde 1995. Es una rica cerveza con un sabor intenso con 4.8° grados de alcohol por volumen, elaborada cuidadosamente mediante un proceso de maduración para el deleite de nuestros consumidores. Distribuida en todo el país por Price Smart, Wall mar, selecto entre otro.

Beneficios.

patrocinador en los eventos llevando productos gratuitos para los visitantes y atletas.

Patrocinios en sus redes sociales de los próximos eventos a realizar de la federación salvadoreña.

Acompañando con equipo multimedia en los eventos.



Green & Co es una empresa que, a lo largo de sus 20 años de trayectoria, a logrado colocarse en lo más alto de la gastronomía gourmet, con una presencia estratégica en los principales shopping del país y en las zonas más importantes del flujo de gente siendo pionera y representante de la comida saludable. Usando ingredientes innovadores en sus principales platillos y adaptando sus platillos a las tendencias actuales.

Beneficios.

Regalías a los atletas con sus principales comidas ricas en carbohidratos y proteínas.

Descuentos para los atletas al presentar su carnet de la federación con un 25% en todos sus productos.

Patrocinio a los atletas en los eventos con bebidas energéticas y sus principales productos.

FORMAS PROMOCIONALES:



- Marca o logotipo colocado de forma visible el Bakin del pódium de premiación de la competición.
- Medidas y visibilidad dependerá del tamaño del bakin del pódium.



- Rollup's suministrados por empresa patrocinadora estarán colocados en la entrada y en el lugar de competencia donde será visible el logotipo o marca de la empresa en colaboración con la FSC.

- Medida será de 2.25mts X 1mt, (puede variar según el patrocinador)



- Kiosco mesa de distribución de producto será colocada donde el patrocinador consideré más conveniente en el evento deportivo.
- Logotipo o marca visible al frente de la mesa o kiosco instalado, el tamaño dependerá de las medidas del mismo.
- Se podrá distribuir productos a los atletas y público en general, si lo desea también podrán comercializar al público en general dentro del evento.



- Antes, durante y post evento se realizará una “campana” de promoción y mención a la o las empresas patrocinadoras que apoyaran en los eventos deportivos de la federación por medio de post especiales y únicos para la empresa.

Difusión promocional en las diferentes redes sociales: Facebook e Instagram (Historias del perfil, post, fotografías, entre otros).

4.3 RECOMENDACIONES:

- Evaluar constantemente como fue el desarrollo de cada evento y la aplicación del patrocinio.
- Que se cumpla la forma de promocionar los productos en base a lo establecido.

- El contacto con todos los posibles agentes patrocinadores se realizará por medio de cartas, solicitudes, vía E-mail y de ser posible reuniones ya sea virtuales o de forma presencial.
- Tener certeramente identificado aquellas áreas en las cuales se desea buscar y utilizar el apoyo de los patrocinadores.
- Buscar siempre nuevas estrategias de contacto y obtención de nuevos patrocinios.

BIBLIOGRAFIA

- GUÍA, MODELO EFQM PRESENTACIÓN PPTX
- MARCAS USUARIOS EN EL DEPORTE PPTX
- CUESTIONARIO AUTOEVALUACIÓN EFQM
- PASOS DE TIPO DE GRAFICOS, PDF
- INSTITUTO DE TECNOLOGIA EDUCATIVAS, MINISTERIO DE EDUCACIÓN
- INSTITUTO NACIONAL DE ESPAÑA