

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



TITULO

**CURSO DE ESPECIALIZACIÓN PARA LA DIRECCIÓN Y GESTIÓN
DEPORTIVA**

PRESENTADO POR:

CARNET

GILMAR ANTONIO TORRES CANTARERO	(TC16011)
ROBERTO DARWIN RIVERA ULLOA	(RU16009)
RENE ENRIQUE DIAZ SANCHEZ	(DS16003)
JOSE ELIAS PINEDA SALINAS	(PS16021)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN PARA OPTAR AL
TÍTULO DE:**

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, ESPECIALIDAD EDUCACIÓN
FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN

DOCENTE ASESOR:

LICENCIADO. BORIS EVERT IRAHETA

COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADUACIÓN:

MAESTRO. JAVIER VLADIMIR QUINTANILLA ORELLANA

**CIUDAD UNIVERSITARIA “DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA”, SAN
SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, 8 DE FEBRERO DE 2024**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR RECTOR

RECTOR

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA

VICERRECTOR ACADÉMICO

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

MAESTRO RÓGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO GENERAL

LICENCIADO. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

LICENCIADA. ANA RUTH AVELAR

FISCAL GENERAL

LICENCIADO. CARLOS AMÍLCAR SERRANO RIVERA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES DECANO

DECANO

MAESTRO. JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA

VICEDECANA

MAESTRA. MARÍA BLAS CRUZ JURADO

SECRETARIA

MAESTRA. NATIVIDAD DE LAS MERCEDES TESHÉ PADILLA

DIRECTORA ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRA. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

LICENCIADO. ALFREDO ESCOBAR RODRIGUEZ

COORDINADOR DE LOS PROCESOS DE GRADUACIÓN.

MAESTRO. JAVIER VLADIMIR QUINTANILLA ORELLANA

DOCENTE ASESOR.

LICENCIADO. BORIS EVERT IRAHETA

DEDICATORIA 1

En primer lugar, quiero agradecer de gran manera a DIOS, por todo lo bueno y malo que me ha entregado en esta vida, quiero agradecer a mis padres, María Auxiliadora Ulloa y Evaristo Luciano Rivera. Por darme el amor y apoyo necesario para avanzar en mi vida profesional, la verdad es que nunca sabría cómo agradecerles tanto sacrificio que hacen en sus vidas, los amo mucho espero estén orgullosos de mí y de mis hermanos.

Agradezco a cada uno de mis hermanos amados Roelma, Leivi, Brayan, Fernanda y Daniel que son mi fortaleza, en los que siempre poder contar, no saben cómo los amo y valoro gracias por confiar en mí por darme apoyo en mi vida se los agradezco demasiado,

Agradezco a mis hermosas abuelas por las que mi corazón late quiero decirles que este también es su logro, sé que desde el cielo me ven las amo mucho y las extraño, abuela Santos, abuela Alejandra y a mi abuelita Maye perdón si te dije abuela sé que no te gustaba esa palabra, sé que desde el cielo me ven y me cuidan lastimosamente no las pude tener más tiempo a mi lado, saben las extraño y este logro es por todas ustedes.

Por último, quiero agradecer a mis amigos mi carnal José Rodríguez porque desde pequeños estamos siempre unidos le agradezco por su amistad, agradezco a cada uno de mis amigos, aunque son pocos sé que les alegra verme triunfar, a todos esos que de alguna forma me llevaron a ser la persona que soy en día se los agradezco sin ustedes no lo hubiera logrado,

A mis familiares que nunca creyeron que una persona como yo pudiera lograr este triunfo o solo porque vengo de un lugar en donde eso de ir a la Universidad es inútil a esas personas que no dieron nada por mí, espero les vaya mil veces mejor, a todos los profesores que formaron mi personalidad les agradezco mucho, por todo su esfuerzo en cada clase en cada lección

A la persona que lea esto le deseo que siga sus sueños que se esfuerce por conseguir sus objetivos y que en la vida sea humilde por que la grandeza no solo es física si no espiritual.

Esto va para ti el niño que siempre soñó, el que siempre creyó en si mismo y jamás se rindió a pesar de lo difícil y las noches de desvelo déjame decirte que todo esto tuvo su recompensa esto es para ti disfrútalo porque eres alguien que viene de un lugar que nadie conoce un lugar muy bonito con mil historias, mil sueños y mil tristezas un lugar llamado Piedra Viva esto va por todos los sueños que quedaron en este lugar recuerda que alguien se graduó de sus estudios superiores cumpliendo sus sueños de niño.

ATTE: ROBERTO DARWIN RIVERA ULLOA

DEDICATORIA 2

Antes que todo, agradezco a Dios por darme siempre mucha fuerza para continuar en lo adverso, por guiarme en el camino de lo prudente y darme la sabiduría necesaria para mejorar cada día y culminar con éxito la meta planteada que es finalizar mi formación profesional.

Lleno de emoción., regocijo, amor y esperanza dedico este trabajo que me acerca cada día más a finalizar mi formación académica, a cada uno de mis seres queridos, quienes han sido mis pilares para seguir cada día adelante ante las diferentes adversidades que surgen en la vida.

Es para mí una gran satisfacción poder dedicarles a ellos todo lo que con mucho esfuerzo, esmero y trabajo me lo he ganado por medio del conocimiento y el tiempo invertido en mi proceso.

A mis padres María Marcelina Cantarero y Gilmar Armando Torres, porque ellos son la motivación de mi vida y con orgullo puedo decir que son mis padres amados, a mis hermanos Edlin Torres, Elvin Torres y Celia Torres, porque son la razón de sentirme tan orgulloso de culminar esta meta, gracias a ellos por siempre confiar y creer en mí.

Sin dejar atrás a toda mi familia por confiar en mí, a mis abuelitos, tíos y primos por ser parte de mi vida y por permitirme ser parte de su orgullo les agradezco de corazón su apoyo y amor con mi persona.

Finalmente, a los que no creyeron en mí, que con su actitud lograron que tomara más impulso para demostrarles lo equivocado que estaban, más fueron el combustible que mi corazón necesitó para llegar hasta el final.

ATTE: GILMAR ANTONIO TORRES CANTARERO

DEDICATORIA 3

El agradecimiento no puede comenzar sin darle las gracias al Dios supremo por permitirme tener salud para poder realizar las actividades que me han llevado a dar paso a paso para llegar a la meta de la carrera un camino largo, pero Dios nunca me abandono a pesar de los percances que en el camino tuve siempre pude salir adelante.

Agradezco a mi familia en especial a mi bisabuelo Rene Díaz que en paz descanse, que me apoyaba desde el exterior de manera económica y motivacional a seguir preparándome con una carrera que me apasiona, a mi tía Lesly Díaz que siempre está pendiente de mí en todos los sentidos que es la que me motiva a diario a ser una mejor versión mía, agradecer a mis compañeros de universidad que con el tiempo se volvieron mis amigos José Pineda, Roberto Ulloa y Gilmar Cantarero con los que viví mi carrera de inicio y sigo compartiendo los últimos peldaños para culminar la carrera igual a los catedráticos son unos profesionales de calidad y sobre todo humanos grandes personas que si me pongo a mencionarlos y a decir sus enseñanzas de uno por uno aria un libro de tantos agradecimientos que tengo hacia cada uno de ellos, que son en parte admirados por todos los estudiantes son superhéroes reales porque con su dedicación nos enamoraron más de la carrera sin duda todas las personas anteriormente mencionadas han sido muy importante para llegar a la meta que ya está cerca.

También quiero hacer mención de personas que no les debo agradecimiento, pero si me motivaron de manera indirecta son aquellas personas que no confiaron en mí ni vale la pena mencionar, pero en parte gracia a su falta de confianza en mí me motivaron a querer al cansar mi sueño y ser un futuro Licenciado en Ciencias de la Educación en Especialidad Educación Física Deporte y Recreación.

ATTE: RENE ENRIQUE DÍAZ SÁNCHEZ

DEDICATORIA 4

En primer lugar, agradecer a Dios por habernos permitido culminar nuestros estudios, por habernos regalado salud, sabiduría e inteligencia para poder sobre llevar estos años de arduo aprendizaje, agradecer por los días buenos y los días malos por qué de ambos hemos aprendido y hemos sabernos sobreponer.

Agradecer a mi mamá, a mi papá, a mi hermana quienes han Sido pieza fundamental para haber culminado este camino tanto con apoyo económico como con motivación, dándome palabras de aliento y una mano en los momentos difíciles.

Agradecer a los amigos y compañeros que también aportaron su granito de arena para que se culminará la carrera, con sus consejos, regaños, críticas constructivas, cada uno de ellos son fundamental para que esté logro se pueda celebrar

Agradecer de una manera muy especial a la madre de mi hija por estar conmigo en los últimos años de carrera apoyándome y ayudándome desde su experiencia, por siempre tener un consejo para mí, por darme siempre una mano para no desistir.

Por último y no menos importante agradecer de gran manera a cada uno de los docentes que con su sabiduría y experiencia han logrado transmitir sus conocimientos para que ahora estemos a un paso de ser colgado de profesión, enserio infinitas gracias por su labor de enseñarnos para nosotros enseñar

Gracias a cada uno de ustedes tanto familia, amigos, pareja y docentes por qué sin ustedes esto no hubiera Sido posible, probablemente hay personas que se me olvide mencionar, pero de igual manera infinitas gracias por qué de una u otra forma han ayudado a nuestra formación

Y ya para finalizar infinitas gracias a nuestra querida y amada Universidad de El Salvador por qué año con año logra formar y graduar personas de bien para hacer de nuestro pequeño país un gran país con profesionales de calidad.

ATTE. JOSÉ ELÍAS PINEDA SALINAS

ÍNDICE

Contenido

RESUMEN	12
INTRODUCCIÓN	13
JUSTIFICACIÓN	14
OBJETIVOS	16
OBJETIVO GENERAL	16
Objetivos Específicos:	16
DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS	17
Clases magistrales	17
Asesorías virtuales	17
Elaboración de árbol de problemas	18
Revisión del plan estratégico	18
Diseño de plan de marketing	18
Implementación de encuesta de satisfacción	18
Implementación de cuestionario de autoevaluación	19
Diseño de plan de patrocinio	19
Presentación y defensa del trabajo	19
LECCIONES APRENDIDAS	20
CONCLUSIONES	21
RECOMENCIONES	22
SECCIÓN 1. PLAN DE MARKETING DEL CLUB ADEREL, LOURDES, COLON	23
Estructura del plan de Marketing	24
Descripción de la situación	24
Entorno general	24
Entorno sectorial	25
ENTORNO COMPETITIVO	25
Mercado	26
FODA	26
PÚBLICO OBJETIVO	28
FIJACION DE OBJETIVOS	28
ESTRATEGIAS Y TACTICAS	28

CARTERA.....	29
SEGMENTACION	29
POSICIONAMIENTO	30
Marketing mix	30
PROMOCIONES Y OFERTAS	31
PLAN DE ACCION	31
Presupuesto.....	31
SUPERVISION	31
SECCIÓN 2. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE.....	32
USUARIOS	32
RESUMEN EJECUTIVO	33
FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	34
RESULTADOS	35
I. Datos Generales.	35
II. Hábitos deportivos	39
III. Instalaciones deportivas.....	43
IV. Personal técnico.....	49
V. Personal administrativo	56
VI. Publicidad.....	60
Conclusión	69
Recomendaciones	70
SECCIÓN 3. GESTIÓN DE LA CALIDAD	71
INTRODUCCIÓN.....	72
OBJETIVOS.....	72
Objetivo General:	72
Objetivos Específicos:.....	72
PUNTUACION ASIGNADA A CADA CRITERIO DEL MODELO.....	73
Escala de valoración	74
CRITERIOS AGENTES	74
1.1 Bloque para el criterio de liderazgo (100 pts.)	74
1.2 Bloque para el criterio de política y estrategia (80 pts.).....	80
1.3 Bloque para el criterio de personas (90 pts.).....	84

1.4	Bloque para el criterio de alianzas y recursos (90 pts.)	89
1.5	Bloque para el criterio de procesos (140 pts.)	94
	CRITERIOS RESULTADOS	99
1.6	Bloque para el criterio de resultados en los clientes (200 pts.)	99
1.7	Bloque para el criterio de resultados en las personas (90 pts.)	100
1.8	Bloque para el criterio de resultados en la sociedad (60 pts.)	101
1.9	Bloque para el criterio de resultados clave (150 pts.)	102
	RESULTADO DE LA AUTOEVALUACIÓN	104
1.10	Criterio de liderazgo	105
1.11	Criterio de política y estrategia	106
1.12	Criterio de personas	107
1.13	Criterio de alianzas y recursos	108
1.14	Criterio de procesos	109
1.15	Criterio de resultados en los clientes	110
1.16	Criterio de resultados en las personas	111
1.17	Criterio de resultados en la sociedad	112
1.18	Criterio de resultados clave	113
	CONCLUSIONES	114
	RECOMENDACIONES	115
	SECCIÓN 4. GESTIÓN DE PATROCINIOS	116
	NUESTRA IDEA	118
	DIRIGIDO A	119
	ESTE PLAN PERMITE	120
	¿QUÉ POSIBILITA?	121
	QUEREMOS GARANTIZAR	122
	PAQUETE DE PATROCINIOS	123
	PAQUETE GOLD	123
	PAQUETE PLATINUM	124
	PAQUETE BASICO	125
	POSIBLES PATROCINADORES	126
	FORMAS PROMOCIONALES	132
	OBSERVACIONES	134

BIBLIOGRAFIA	136
--------------------	-----

RESUMEN

En este trabajo se elaboró un Plan de Marketing para el posicionamiento en el mercado como marca reconocida del equipo de futbol profesional ADEREL Lourdes del municipio de Colon la Libertad, partiendo de un análisis general del entorno los recursos del sector, su rentabilidad y posicionamiento en mercado. En este plan de marketing expusimos por medio de la investigación y observación previa se definen estrategias y tácticas de marketing acordes al público objetivo, (público, patrocinadores, nuevos inversores y consumidores) poniendo en práctica su debido plan de acción y presupuesto. Con el fin de Tomar en cuenta la opinión del cliente externo, saber sus intereses y opiniones es necesario la implementación de diferentes técnicas de marketing comercial como lo son: las encuestas. La implementación de herramientas tecnológicas que facilitan el proceso de recolección y análisis de información de los clientes, como encuestas online tipo Likert para medir la percepción de usuarios de un servicio deportivo. En la gestión de la calidad del servicio, del funcionamiento de una organización deportiva. Se utilizó el Modelo de Calidad o Modelo EFQM, por medio de un cuestionario de autoevaluación adaptado a la realidad del equipo ADEREL en cuestión abarcando todas las áreas de manera minuciosa. Finalmente, se elaboró una propuesta de Plan de Patrocinio para apostarle a la generación de fondos propios o la explotación del capital semilla por medio de venta de mercadería oficial de la marca ADEREL, se fomentó el fortalecimiento de lazos de colaboración con diferentes marcas que se quieran sumar a la iniciativa de la entidad deportiva.

Palabras clave: Marketing deportivo, gestión de calidad, patrocinios, usuarios, fútbol, deporte.

INTRODUCCIÓN

En el siguiente informe se recolecta los logros del aprendizaje realizados en cada módulo del Curso de Especialización para la Dirección y Gestión Deportiva, el cual se implementó en el equipo de futbol ADEREL Lourdes de tercera División del Futbol Profesional de El Salvador.

En el Módulo uno. Se realizó el “Plan de Marketing” se presenta una propuesta para el desarrollo y fortalecimiento de la marca ADEREL Lourdes, como base para el desarrollo deportivo y sustentabilidad económica de la institución, desarrollando eventos deportivos de calidad y entretenimiento de los aficionados, también se busca contribuir a la formación integral de la niñez y juventud salvadoreña por medio del deporte en este caso futbol.

El Módulo 2. “Encuesta de satisfacción de usuarios” contiene los resultados de una encuesta de satisfacción realizada entre los integrantes del equipo y aficionados del equipo con el fin de la continuidad de las actividades deportivas y recreativas que el equipo ofrece a la comunidad que asiste a los encuentros deportivos para apoyar a la institución.

En el Módulo 3. “Gestión de la Calidad” se desarrolla un cuestionario de autoevaluación, para la institución deportiva ADEREL Lourdes, el cual fue adaptado del Modelo de Excelencia EFQM. Dicho cuestionario de autoevaluación también contiene resultados globales de su implementación entre personas que conforman la dirección general del equipo, empleados y jugadores, dando como resultado una calificación al desempeño y resultados institucionales los cuales se presentan en la elaboración de este módulo.

Finalmente, en el Módulo 4. “Gestión de patrocinios” se presenta una propuesta de plan de patrocinios para el equipo el cual busca la integración de nuevos patrocinadores para el fortalecimiento de la institución en donde se establecen las obligaciones y beneficio que los patrocinadores pueden obtener, tomando en cuenta el calendario de la Tercera División de Futbol Salvadoreño.

JUSTIFICACIÓN

La implementación de nuevas herramientas de marketing en la dirección y gestión deportiva de las instituciones dedicadas al deporte pueden ser de gran utilidad para la formación de profesionales multifacéticos que ayuden al desarrollo de la sustentabilidad de las instituciones y el acercamiento de la marca al consumidor final puede ayudar a la implementación de estrategias razonadas en la búsqueda del desarrollo de las organizaciones deportivas tanto en el área administrativa como técnica.

Las nuevas tecnologías como la implementación de las redes sociales para la interacción de las instituciones con sus fanáticos consumidores e incluso sus patrocinadores puede llegar a ser una de las herramientas más fuertes en la actualidad para posicionar una marca en el mercado como ADEREL Lourdes creemos que las redes sociales son un medio de acercamiento entre nosotros y los usuarios de nuestros servicios.

La Federación Salvadoreña de fútbol profesional, cuenta con sus diferentes patrocinadores los cuales aportan al desarrollo del fútbol en nuestro país, pero como institución debemos de buscar la manera de realizar gestiones internas para la sustentar el funcionamiento económico de la institución y sus diferentes obligaciones.

La federación salvadoreña de fútbol profesional, (FESFUT) Es el ente encargado de regular el deporte a nivel nacional, tanto para la rama masculina como la femenina administra las selecciones nacionales y la federación cuenta con cuatro competiciones en la rama masculina siendo estas: Primera División (LIGA DE ORO), Segunda División (LIGA DE PLATA), Tercera División (LIGA DE BRONCE) y primera de aficionado todo esto con el fin de hacer valer los acuerdos con el organismo internacional que rige el fútbol a nivel mundial FIFA.

El Instituto Nacional de los Deportes de El Salvador (INDES), como ente rector de las Federaciones y Asociaciones Deportivas Nacionales, cumple la función de velar por el compromiso de la FESFUT con el deporte nacional, trabajando de la mano para poder alcanzar los objetivos planteados debido a que esta institución también aporta un determinado porcentaje de presupuesto para su funcionamiento siendo esta federación la que más recursos percibe por parte del INDES.

Debido a que el presupuesto de la tercera división, para su apartado de marketing es demasiado pequeño debemos resaltar que este recurso debe de ser asumido por parte de los 36 equipos afiliados a la competición, por este motivo podemos observar que la mayoría de estos equipos no realizan o no trabajan el marketing de la mejor manera, también no saben cómo presentar propuestas de patrocinio a otras instituciones para el fortalecimiento de la marca y generar más ingresos a la institución.

Lo cual genera una pérdida de posibles oportunidades de crecimiento de las marcas lo cual puede llegar a generar una posible mala gestión y desaparecimiento de la marca por ende se ve necesario que cada vez más debemos de generar las herramientas necesarias para que los profesionales se capaciten en el ámbito del marketing para la generación de más oportunidades para el desarrollo de las instituciones deportivas.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Contribuir en la implementación de nuevas herramientas de conocimiento en marketing deportivo del equipo profesional ADEREL Lourdes, con el fin de crear un impacto positivo en el manejo y administración de estrategias de la institución para alcanzar sus objetivos y metas planteados.

Objetivos Específicos:

- Diseñar un plan de marketing a partir de las posibles fortalezas y debilidades de la institución, con el fin de fortalecer los recursos de la institución.
- Implementar una encuesta de satisfacción de usuarios, tomando en cuenta la percepción de los participantes en los eventos de la institución ADEREL Lourdes.
- Realizar una evaluación global del equipo ADEREL Lourdes, por medio del modelo de calidad por excelencia EFQM.
- Elaborar un plan de patrocinio deportivo en base a las necesidades del equipo ADEREL Lourdes buscando fortalecer las carencias de la institución y sus integrantes.

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS

El proceso de grado modalidad curso de especialización de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Educación Especialidad Educación Física Deporte y Recreación se realizó en la rama de Especialización para la Dirección y Gestión Deportiva. Este curso se llevó de manera virtual en la plataforma Google Meet los días lunes y martes. Las actividades prácticas del grupo se llevaron a cabo en la institución deportiva ADEREL LOURDES, equipo de fútbol profesional que participa en la Tercera División de Fútbol Profesional de El Salvador.

Debido a la pandemia del Covid 19, aun presente en el año se debió tomar protocolos de sanidad para evitar el contagio entre los participantes de las practicas eh integrantes del plantel del equipo ADEREL Lourdes, todo esto con el fin de evitar perjudicar en lo mínimo sus actividades y entrenos.

El objetivo de las actividades y prácticas buscaban beneficiar de gran manera la marca como institución del equipo, generando estrategias que busquen la captación de más clientes potenciales y posibles patrocinadores que aporten al desarrollo del deporte a nivel local del municipio de Lourdes Colon departamento de La Liberta

Clases Magistrales

La carga académica referente a temas de los módulos del curso que se desarrollaron por medio de clases magistrales recibidas de manera virtual a través de la plataforma Google Meet dos veces por semana los días lunes y martes comenzando el 21 de marzo del 2022 al 25 de octubre del mismo año.

Asesorías Virtuales

al finalizar el contenido académico de cada módulo se realizaron diversos trabajos prácticos para que los grupos desarrollen sus conocimientos adquiridos y realicen sus prácticas en las diferentes instituciones elegidas, en este proceso de elaboración de trabajos grupales se contó con la asesoría por parte de docente tutor.

La cual se desarrolló de manera virtual, en la plataforma Google Meet, el objetivo de estas asesorías es buscar una mayor comprensión del trabajo aclarar dudas y orientar al grupo en la mejor dirección a seguir en su trabajo en la institución.

Elaboración de Árbol de Problemas

Al plantearnos la situación problemática de nuestra institución las posibles fortalezas y debilidades de este se llevó a cabo un ejercicio de diagnóstico a grosso modo dando como resultado un árbol de problemas el cual nos sirvió para dar la pauta de la situación actual de nuestra institución y el estado de la marca a un nivel general.

Revisión del Plan Estratégico

Al realizar los primeros acercamientos a la institución ADEREL Lourdes se realizó la petición del plan estratégico anual de la institución, en este caso de manera cordial el encargado en ese momento en la rama de administración nos comentó que no conocía sobre el debido a que no contaban con este. Nos habló sobre el funcionamiento de manera general de la institución en administración financiera, publicidad y patrocinios.

Diseño de Plan de Marketing

Teniendo en cuenta los datos anteriores, se pudo realizar un mejor análisis de la situación del equipo, su modelo de negocios, patrocinios y posibles fortalezas se realiza de manera conjunta una propuesta de Plan de Marketing para la institución. Para desarrollar lo que son aspectos de publicidad, actividades recreativas para atraer más afluencia en los eventos deportivos del equipo.

Implementación de Encuesta de Satisfacción

La implementación de la encuesta de satisfacción conto con la participación, del equipo en total y el cuerpo técnico que participan en el campeonato nacional de la Tercera División de Futbol, dicha encuesta se realiza de manera presencial, en el complejo deportivo de Lourdes en donde se realizan los entrenamientos de futbol del equipo.

Tomando en cuenta el total de la población, dicho trabajo se llevó a cabo de acuerdo a los parámetros establecidos en las asesorías y clases del módulo anterior el cual nos sirvió como base para la elaboración de la Encuesta de Satisfacción del Usuario.

Implementación de Cuestionario de Autoevaluación

Al conocer el estado actual de la Institución deportiva, donde realizamos nuestras prácticas buscamos generar conciencia sobre el estado de la institución y de las personas que lo conforman, se realiza en el módulo “Gestión de la Calidad” un cuestionario el cual se debió adaptar del modelo de auto evaluación por excelencia EFQM,

El cual mide el nivel de excelencia de la institución sometida a este cuestionario, dando parámetros los cuales pueden beneficiar en la mejora de resultados, objetivos de largo a corto plazo a nuestra marca a impulsar, dicho cuestionario se pasó de manera virtual,

Diseño de Plan de Patrocinio

Se Diseñó una propuesta de Plan de Patrocinio, según las necesidades de la institución deportiva, todo esto en busca del fortalecimiento de la marca ADEREL LOURDES, esto buscaría generar lasos de hermandad con diferentes instituciones que ayuden a promover y patrocinar nuestro equipo de futbol, también como institución buscamos dar las mejores retribuciones a las marcas que se unan a nuestra institución.

Presentación y Defensa del Trabajo

Al finalizar el Curso de Especialización: Dirección y Gestión Deportiva, debido a las normas del Proceso de Grado se debió dejar constancia de los conocimientos aprendidos en los cuatro módulos del curso, todo esto se llevó a cabo por medio de una defensa del proyecto, todo esto ante la presencia de un Jurado especializado el cual realizo diferentes preguntas y observaciones al grupo, con el fin de constatar la veracidad de la información presentada en la defensa y si esta cumplía con los estándares exigidos en cada módulo del curso,

Al finalizar la defensa y presentación del trabajo el grupo obtuvo un total de nota global de 9.0 en la defensa del proyecto, lo cual se tomó como una nota satisfactoria al esfuerzo del grupo.

LECCIONES APRENDIDAS

En general los aspectos del Marketing Deportivo, Calidad y Patrocinios de los equipos de fútbol de nuestro país, muy poca mente es potenciada por estas instituciones lo cual genera vacios en la eficiencia de captación de recursos que puedan beneficiar en a la obtención de los objetivos planteados en la planificación de la temporada.

Como Profesionales de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Educación, Especialidad Educación Física Deporte y Recreación la preparación profesional en esta rama nos abre la posibilidad de optar a cargos Directivos y Gerenciales lo cual nos brindara una mayor cartera laboral.

Es importante la preparación en diferentes ramas que busquen generar fortalecimiento de nuestra carrera, no solo en el hábito del deporte si no en la administración, publicidad y planificación de una institución deportiva como: Federaciones, equipos de futbol, empresas relacionadas al deporte público y privado entre otros.

En la actualidad y en diversas instituciones Nacionales y privadas podemos observar planes estratégicos que están muy alejados de la realidad en la que esta nuestro país, todo esto se ve reflejado porque son creados por personas que no cumplen con el mínimo del conocimiento en la rama a desarrollar o porque nunca se ha involucrado con el deporte, por eso es necesario la participación de personas que cumplan de manera eficaz estos puestos en las instituciones esto sería de una enorme mejoría al sector del deporte Nacional.

La actualidad del deporte nacional está muy mal todo esto por la corrupción de fondos en los directivos de las diferentes federaciones Nacionales, personas que están alejados de la realidad del deporte y por la contratación de personas alejadas del deporte y la verdadera necesidad de la institución.

El marketing es un arma de doble filo si se usa bien ya que nos puede ayudar a crecer a nuestra marca deportiva o también puede hacerla fracasar por eso es necesario realizar estudios con anterioridad, para mejorar los resultados que se quieren obtener, por eso es necesario tener un conocimiento previo en administración.

CONCLUSIONES

- Como futuros profesionales en el área de la educación física deporte y recreación nuestro gremio debe de tener vocación en todas las ramas implícitas en lo que es el deporte, en este caso la gestión deportiva que no es algo nuevo para nosotros, pero si algo que no teníamos el conocimiento del procedimiento que conlleva a realizar dichas gestiones para que la organización funcione de lo mejor posible.
- El concepto organización deportiva se conoce como agrupaciones de profesionales de una determinada disciplina, por su naturaleza, la organización puede ser de deportistas individuales o de equipo, nuestro caso en específico optamos por realizarla de un equipo profesional de la tercera división de futbol llamado Aderel Lourdes, donde conocimos y aprendimos por medios de trabajos de campo de primera mano la labor que se realiza para subsistir y mantener un equipo en esta liga.
- La organización deportiva que elegimos para subsistir necesita el apoyo de muchos componentes empresas privadas, colaboradores, ayuda del extranjero y aficionados por medio de taquilla. La gestión deportiva es sin duda una gran arma para poder desarrollar un buen plan para el funcionamiento de un equipo de futbol o de otra disciplina
- Como grupo pensamos que el ser profesional no es solo tener conocimientos y tener certificaciones es más que eso, y lo hemos demostrado con nuestros años de estudios donde hemos adquirido conocimientos que pusimos en práctica en el transcurso de nuestra carrera donde las practicas han solidificado nuestro aprendizaje y esto nos permite a ser futuros profesionales íntegros para nuestro país.
- El compromiso que adquirimos en el proceso de grado fue fortalecer las áreas de un equipo de tercera división por los problemas económicos que estaban pasando fue de gran ayuda para ellos y a la vez nuestras ideas sirvieron de experiencia en la gestión deportiva del club, la experiencia es una manera de hacer el conocimiento sólido, somos consiente que la experiencia es la base del aprendizaje significativo y esta la adquirimos con nuestras propuestas realizadas en las áreas como publicidad y ventas.
- Las nuevas generaciones tienen grandes demandas en actualizaciones constantes para cumplir con los perfiles laborales idóneos y ese pensamiento nos lleva a la conclusión del porque nosotros como futuros licenciados debemos absorber todo lo relacionado al deporte podríamos pensar que el área administrativa no nos compete que solo nos compete el área de campo pero para estar mejor preparado y optar por mejores oportunidades todo lo relacionado al deporte nos compete prepararnos en administración deportiva es un plus para nosotros.

RECOMENCIONES

- Para el Club Aderel Lourdes se le recomendó el crear y desarrollar un diagnóstico para poder tener un punto de vista diferente al que ya tienen así poder encontrar posibles factores que estén afectando al poco interés de parte de la empresa privada en el apoyo del equipo, también se le recomendó y creo las dinámicas de rifas y ventas de camisetas para tener un ingreso extra el día del juego aparte de la taquilla.
- Una recomendación fundamental fue el mencionarles el de auxiliarse de gente profesional del área para poder gestionar y darle orden al club ya que se conocen muchos casos donde equipos han desaparecido por la falta de apoyo de sostenimiento y esto puede muchas veces evitarse por medio de las gestiones pertinentes que puede realizar un profesional del área para poder mermar las áreas débiles y potencializarlas y los equipos puedan salir a flote.
- Fomentar a los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Educación en Especialidad Educación Física Deporte y Recreación que desde los primeros años se haga de forma practica la gestión deportiva porque hasta el momento al inicio solo se estudia lo teórico de una manera en general, esto ayudara a la formación y ampliación del ámbito laboral de nuestra carrera.
- crear conciencia al club de que las personas que están en la directiva y las que están en puestos claves para el desarrollo de una gestión integral deportiva puedan discernir de lo que rodea al club y así anticiparse a las amenazas que pongan el peligro al club por medio de una planificación bien estructura que abarque y promueva la obtención de los objetivos planteados.
- Esto puede parecer trivial pero una recomendación que les hicimos fue el uso constante de fanpage donde se dan a conocer muchas actividades e información del club así el público y afición podrán conocer y de manera inmediata lo que acontece al club y poder tener ese vínculo cercano con el consumidor del club que es la afición.
- Al equipo ADEREL Lourdes se le recomienda usar de manera positiva el plan de patrocinios creado por el grupo con el fin de poner en búsqueda de patrocinios que beneficien a la institución.

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



**CURSO DE ESPECIALIZACIÓN PARA LA DIRECCIÓN Y GESTIÓN
DEPORTIVA**

SECCION 1. PLAN DE MARKETING DEL CLUB ADEREL, LOURDES, COLON

TRABAJO PRESENTADO POR:

GILMAR ANTONIO TORRES CANTARERO	TC16011
ROBERTO DARWIN RIVERA ULLOA	RU16009
RENE ENRIQUE DIAZ SANCHEZ	DS16003
JOSE ELIAS PINEDA SALINAS	PS16021

DOCENTE TUTOR:

LIC. BORIS EVERT IRAHETA SANABRIA

CIUDAD UNIVERSITARIA, 07 DE JUNIO DEL 2021

Estructura del plan de Marketing

Descripción de la situación

Entorno general

El equipo Aderel Lourdes es un equipo originario del municipio de Colon, departamento de La Libertad, actualmente participa en la tercera división del futbol profesional de El Salvador, esta institución deportiva anteriormente contaba con el respaldo de la municipalidad de dicho municipio pero que actualmente sus ingresos por taquilla, venta de mercadería, patrocinadores y socios de esta manera genera ingresos monetarios que son utilizados para los gastos operativos de la institución.

Aderel Lourdes, cuenta con una trayectoria muy extensa en la Tercera División del Futbol profesional de El salvador junto al C.D Inca recientemente ascendido son los equipos más representativos del municipio de Colon, el equipo cuenta con paginas oficiales en redes sociales para que la afición pueda interactuar con los jugadores del equipo y todas las diferentes actividades relacionadas a la institución.

Entre los patrocinadores tenemos: (patrocinadores pone laca rene) y sus directivos son los señores (también acá) que son los que aportan gestionan y manejan las operaciones financieras del equipo, los partidos se desarrollan en el polideportivo de la municipalidad al igual que los entrenos lo cual a la hora de asistir a los partidos se le hace muy accesible a los aficionados y seguidores de equipo.

Entorno sectorial

Colon es un municipio del departamento de La Libertad que cuenta con una superficie territorial de 84.05 Km² y una población 96,989 habitantes según el último censo DYGESTYC del 2007.

Colon es uno de los municipios más grandes del departamento de La Libertad y está formado por 12 cantones, siendo el más poblado de estos el Cantón Lourdes, el municipio está conformado por los cantones.

- | | |
|-------------------|-------------------|
| 1. El Botoncillal | 7. Entre Ríos |
| 2. El Cobanal | 8. Hacienda Nueva |
| 3. Cuyagualo | 9. Las Angosturas |
| 4. El Capulín | 10. Las Brisas |
| 5. El Limón | 11. Las Moras |
| 6. El Manguito | 12. Lourdes |

El futbol es el deporte mayor mente practicado en el municipio, el equipo Aderel Lourdes es el más popular del municipio actualmente con referencia a su competidor el C.D Inca lo cual lo vuelve altamente reconocido por la población del municipio, esto lo vuelve un punto fuerte para la propagación de publicidad y mercadeo de los patrocinadores locales que apoyan al equipo.

El equipo al ser uno de los más reconocidos del municipio busca siempre el buen desempeño deportivo en los torneos para motivar el apoyo de la afición y patrocinadores ya que sin ese apoyo la institución dejaría de participar en la competición.

ENTORNO COMPETITIVO

Las actividades deportivas más practicadas y más relevantes en el municipio de Colon departamento de La Libertad El Salvador son: El futbol, baloncesto, Natación, Vóleibol, Atletismo, entre otras actividades deportivas recreativas de la población.

La Federación Salvadoreña de Futbol (FESFUT) es el ente encargado de velar por este deporte a nivel nacional e internacional, El Salvador cuenta con cuatro campeonatos

competitivos siendo los más importantes: la primera división, la segunda división y tercera división de fútbol.

La Tercera División de Fútbol Profesional de El Salvador también conocida como la liga de bronce cuenta con la participación de 36 equipos nacionales, es organizada desde 1962 su presidente actual es el Lic. Rafael Calderón, este campeonato está dividido por zonas y grupos conformados por 9 equipos por grupo tenemos la zona:

Centro- Occidente grupo A y B

Centro- Oriente grupo A y B

A nivel municipal el Aderel Lourdes tiene su mayor competidor al equipo recientemente ascendido a Tercera División el C.D Inca este equipo actualmente cuenta con el respaldo municipal lo cual le da cierta ventaja económica sobre el Aderel Lourdes, también tenemos que tener en cuenta la competitividad del grupo en el torneo y actividades que puedan afectar la afluencia de la afición tales como otros eventos deportivos, fiestas, precios no asequibles para los aficionados, malos resultados, desinformación en próximos eventos entre otros.

Mercado

Aderel Lourdes, es un equipo comprometido con su afición, siempre proporcionado un buen precio de sus entradas de manera que estén sean asequibles para los aficionados de diferente condición económica al igual cuenta con mercadería de calidad elaborada por empresarios locales a un buen precio de venta.

El equipo busca como tal dar un buen espectáculo y rendimiento deportivo para que la afición se vaya satisfecha después de cada partido y es por eso que los jugadores, cuerpo técnico y directivos se esfuerzan en el funcionamiento del proyecto deportivo, también mediante las nuevas tecnologías el equipo cuenta con redes sociales para la interacción de sus seguidores y fans esto es un plus para poder exponer los patrocinadores y marcas locales que apoyen al equipo.

FODA

❖ Fortalezas

1. Resultados positivos
2. Popularidad en el municipio
3. Entrega de viáticos a jugadores por partido
4. Gestión deportiva para el uso de las instalaciones municipales

5. Espacio de proyección para las futuras promesas del futbol salvadoreño
6. Venta de mercadería del equipo para los aficionados
7. Presencia en redes sociales
8. Patrocinadores locales y empresa privada

❖ Oportunidades

1. Posibles convenios con la alcaldía municipal
2. Posibles convenios con las empresas privadas de la zona
3. Ampliación de patrocinadores
4. Ampliación a los futuros socios
5. Ampliación del mercado
6. Nuevas estrategias de marketing para el futuro
7. Aumento en la venta de taquillas

❖ Debilidades

1. Poco ingreso económico al equipo por venta de taquilla
2. No cuenta con instalaciones propias
3. Poca cantidad de socios
4. Falta de plan estratégico comercial
5. Cuenta con poco patrocinio
6. Los jugadores no cuentan con un salario base que les garantice dedicarse de lleno al futbol
7. Falta de apoyo de la empresa privada al equipo

❖ Amenazas

1. Falta de apoyo municipal
2. Escasez de recursos por falta de asistencia del público
3. Posibles rompimientos de lasos con los patrocinadores del equipo
4. Descenso a la categoría aficionado
5. Pérdida de apoyo de los socios
6. Abandono del proyecto deportivo
7. Falta de pago de viáticos
8. Malos resultados a largo plazo

PÚBLICO OBJETIVO

Jóvenes entre 15 y 28 años de edad que vivan en el municipio de Lourdes colon y zonas aledañas, estudiantes y universitarios, con creatividad, proactivos, con disponibilidad de tiempo, que les guste el deporte y quieran formar parte del equipo de publicidad del equipo de Aderel Lourdes de la tercera división de El salvador

FIJACION DE OBJETIVOS

- Dar a conocer más el nombre del equipo de aderel por medio de sus principales redes sociales
- Lograr ser el equipo más reconocido del municipio de Lourdes colon
- Incrementar los seguidores que posee la página del equipo
- Conseguir que más aficionados asistan a los partidos del equipo
- Aumentar la venta de camisas del equipo en un 10%

ESTRATEGIAS Y TACTICAS

- Buscar patrocinadores con la alcaldía, empresa privada y otros que deseen formar parte del proyecto colaborando con uniformes, asistencia médica, transporte, alimentación y recursos económicos
- Transmitir los encuentros deportivos del equipo por medio de las diferentes plataformas web

- Realizar diferentes dinámicas tales como rifas, sorteos y premios durante los encuentros deportivos de local tanto en las redes sociales, como en el estadio los días de partido
- Ofrecer transporte a la afición del equipo para que asistan a los encuentros de visita del equipo de Aderel.

CARTERA

Club deportivo ADEREL LOURDES ofrece:

1. Membrecía para asistir al estadio los familiares De los jugadores del equipo.
2. Membrecía para los aficionados del equipo.
3. Realizar sorteos de camisetas para motivar la afición.
4. Uso de instalaciones y materias deportivas para los entrenamientos.
5. Entrenamiento calificado por profesionales.
6. Instalaciones adecuadas y seguras.
7. Gimnasio en óptimas condiciones para los jugadores del club.
8. Medicina deportiva para los jugadores.
9. Charlas básicas, técnica, táctica, psicológica
10. Compromiso con brindar un espectáculo deportivo de calidad para los aficionados del equipo
11. Escuelas municipales que forman los nuevos talentos del equipo
12. Mercadería relacionada al equipo
13. preparación física para los jugadores
14. compromisos con el municipio y la afición en los campeonatos
15. Juegos de exhibición contra equipos de Primera división y segunda división
16. Copa Lourdes donde participan equipos invitados

SEGMENTACION

- Llegar a la mayor población del municipio de niños de 5 años hasta adultos mayores que les apasiona el espectáculo que brinda el fútbol.
- Dar la oportunidad a jóvenes de 15 a 28 años de edad de poder formar parte del equipo de fútbol de la tercera división profesional de fútbol.
- Personas con diferentes negocios que apoyen al deporte con un patrocinio para la sostenibilidad del equipo de tercera división de Lourdes.
- Dar a conocer el talento local por medio del equipo
- Precios de las entradas accesibles para todos los sectores sociales
- Colaboración con patrocinadores para apoyar sus marcas.

POSICIONAMIENTO

En el torneo que acaba de culminar el posicionamiento que tuvo el equipo en fase regular fue excelente terminando en primer lugar de la tabla, a pesar de las limitantes económicas se hizo una fase excelente, al momento de la fase de eliminación fue un declive ya que perdieron los 2 juegos y así quedando eliminados del torneo.

- ADEREL LOURDES más que un equipo una familia.
- Apoyo al talento local y juvenil del municipio de Colon.
- Competitividad en tercera división
- Esforzarse para alcanzar las metas planteadas en los torneos
- Disciplina en los jugadores
- Cumplimiento de metas a futuro
- Funcionamiento más optimo
- Fuente de ingreso sostenible para el equipo
- Administración transparente de los recursos financieros
- Apoyo a sus jugadores y cuerpo técnico
- Desarrollo del deporte a nivel municipal

Marketing mix

Producto: Un equipo de futbol profesional de tercera división que te ara disfrutar de todas tus emociones en nuestros encuentros futbolísticos.

Precio: La entrada tiene un costo que varía dependiendo de la fase del torneo

FASE	PRECIO
Regular	\$2.00
Eliminatoria	\$3.00

Plaza: Las entradas se adquieren el mismo día del encuentro deportivo en la entrada general de la afición.

- Promoción:
- El espíritu deportivo
- Representación de Lourdes
- Aderel somos todos
- Entradas al 2x1
- Por la compra de la camiseta de Aderel una entrada gratis

PROMOCIONES Y OFERTAS

Por medio de Facebook pueden ingresar a la página oficial de club pueden estar informados de acontecimientos a realizar por el club, también se realizará perifoneo en lugares estratégicos del municipio para obtener un número mayor de seguidores que apoyen al club y una vez asistan puedan participar en las rifas que se hagan en los partidos de local.

PLAN DE ACCION

Comunicación	-Publicidad por medio de la página oficial del club -Perifoneo
Acciones sobre productos	-Inscribir al equipo -Pretemporada -Amistosos
Acciones sobre precios	-Entradas al 2x1 -Al comprar camiseta del club te regalan una entrada
Ventas y distribución	-Adquiere tu entrada el mismo día del juego. -Puedes adquirir la entrada en la casa club del equipo.

Presupuesto

Áreas	Presupuesto mensual
Cuerpo técnico Jugadores Árbitros Limpieza	\$1,500

SUPERVISION

- Control de personas que ingresan al evento deportivo
- Resultado de ventas y distribución.
- Monitoreo al funcionamiento de comunicaciones
- Buzón para recomendaciones

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



**CURSO DE ESPECIALIZACIÓN PARA LA DIRECCIÓN Y GESTIÓN
DEPORTIVA**

**SECCIÓN 2. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE
USUARIOS**

TRABAJO PRESENTADO POR:

GILMAR ANTONIO TORRES CANTARERO	TC16011
ROBERTO DARWIN RIVERA ULLOA	RU16009
RENE ENRIQUE DIAZ SANCHEZ	DS16003
JOSE ELIAS PINEDA SALINAS	PS16021

DOCENTE TUTOR:

LIC. BORIS EVERT IRAHETA SANABRIA

CIUDAD UNIVERSITARIA, AGOSTO DE 2021

RESUMEN EJECUTIVO

El termino marketing deportivo tiene como principal función, generar oportunidades de negocio en el mundo de los deportes, de esta manera se utilizan las diferentes disciplinas deportivas para vender un producto o los servicios deportivos de una empresa.

Para un equipo de futbol en la actualidad un plan de marketing deportivo, bien diseñado y planificado suele ser una herramienta muy importante para el crecimiento y desarrollo del club, debido a que este puede generar diferentes oportunidades de negocio con distintas empresas, patrocinadores y medios de comunicación con el fin de posicionar su marca, productos y servicios en el mercado actual.

Con el fin de darles seguimiento y respuesta a las interrogantes sobre el funcionamiento administrativo del club Aderel Lourdes y la implementación del marketing deportivo del equipo se diseñó una encuesta la cual está dirigida a los jugadores del equipo y cuerpo técnico.

Para el desarrollo de esta encuesta se contó con la participación de 20 deportistas pertenecientes al equipo Aderel Lourdes.

El instrumento utilizado en la recolección de datos fue la encuesta y cuenta con la implementación de 28 preguntas cerradas, que fueron diseñadas para obtener información relacionada al tema, el cuestionario esta dimensionado en: Generalidades, Hábitos, administración del equipo, capacidades de pago y aspecto de publicidad y administración de redes sociales.

La participación de las personas en este estudio fue de carácter voluntario y con el debido respeto a la integridad de los participantes, se verifico que todas las personas llenaran los criterios establecidos en la encuesta, los cuales son: tener las edades de 15 años o más, formar parte del equipo, tener una relación cercana con el equipo, formar parte del cuerpo técnico.

Para poder obtener esta información y poder realizar nuestra investigación, previamente se contó con acercamientos a la institución en donde se explicó la importancia de estos estudios de marketing y los beneficios que puede traer al club, se procedió a explicarle a los jugadores para que puedan responder las interrogantes y dudas sobre el cuestionario, luego se realizó el llenado del cuestionario.

Los datos obtenidos en la encuesta se procesaron y analizaron, en el programa informático Microsoft Excel para Windows. Se realizó los análisis, descriptivos de las variables estudiadas: hábitos, aspectos administrativos del equipo, publicidad y manejo de redes sociales del equipo.

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

Nombre de la encuesta:

Personas responsables de la encuesta:

José Elías Pineda Salinas

René Enrique Díaz Sánchez

Roberto Darwin Rivera Ulloa

Gilmar Antonio Torres Cantarero

Fecha de recolección de datos:

Jueves 16 de junio de 2022

Marco de la Muestra:

Deportistas pertenecientes al equipo profesional Aderel Lourdes, del municipio de Colon, departamento de La Libertad.

Tamaño de la muestra

20 personas

Fecha del reporte:

28 de junio del 2022

RESULTADOS



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

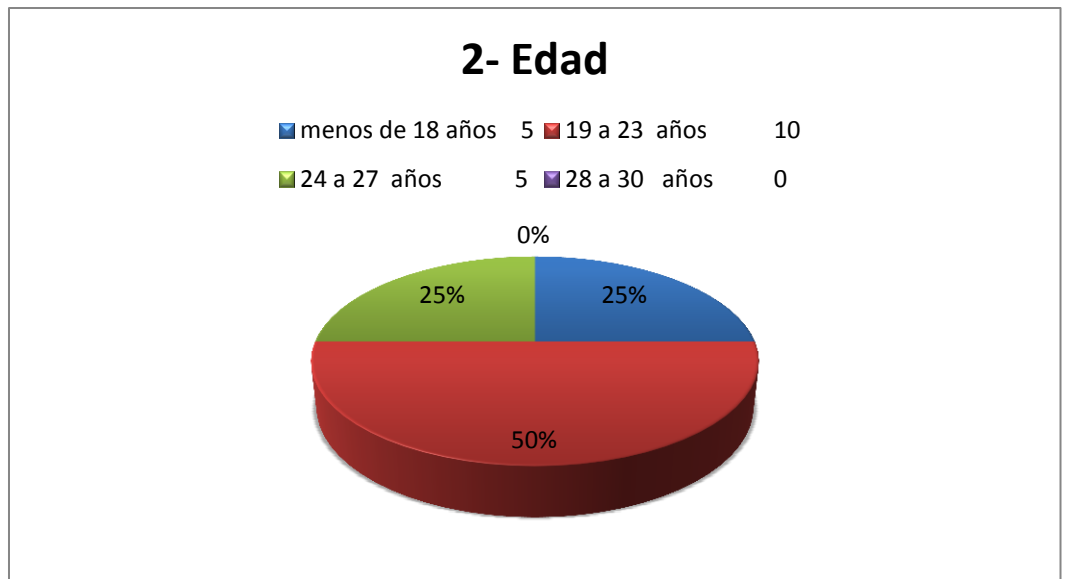
La información, obtenida de la encuesta que realizamos a 20 jugadores del equipo de Aderel Lourdes de la Tercera División Profesional del Fútbol Salvadoreño será presentada en graficas de pastel, dichos resultados son usados con fines académicos.

I. Datos Generales.



Análisis Grafica número uno:

Al consultar con las personas encuestadas sobre su sexo se puede apreciar en el gráfico número uno, esta muestra que el 100% de las personas consultadas son hombres, esto se debe a que el equipo profesional de Aderel Lourdes solo cuenta con categoría masculina siendo el total de la población 20 personas encuestadas.

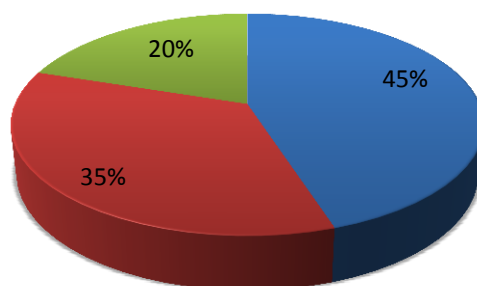


Análisis del Grafico numero dos:

Se consultó con las personas participantes un parámetro de su edad como se puede apreciar en El gráfico numero dos nos muestra que un 50% de la población encuestadas posee una media de edad de entre 19 a 23 años, un 25% ronda una media de edad de 24 a 27 años y un 25% aún es menor de edad. Los anteriores datos presentados muestran que el equipo está conformado en su mayoría por personas jóvenes debido a que en esta liga se pretende darle espacio al surgimiento de nuevas promesas del futbol.

3-Ocupacion

■ Estudiantes 9 ■ Trabajan 7 ■ Estudian y trabajan 4

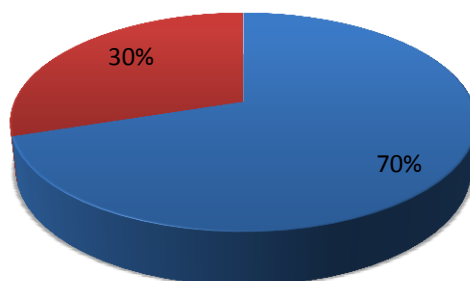


Análisis: Al preguntarle a los encuestados sobre su ocupación en su tiempo cotidiano fuera del equipo y sus entrenamientos, el gráfico tres nos muestra que un 45% de la población encuestada son estudiantes, un 35% son trabajadores y un 20% son personas que estudian y también trabajan. Se puede observar que la mayor parte del equipo son personas jóvenes y estudiantes que llevan el estudio y el deporte al mismo tiempo, también observar que hay un 20% de esa población que realiza un esfuerzo extra de también trabajar y llevar el estudio y el deporte de la mano.

En conclusión, se puede determinar que una buena parte de la población son activamente productivos en el campo laboral y sus estudios lo cual también nos puede ayudar a comprender que en este equipo ningún jugador, recibe los ingresos necesarios para dedicarse de lleno al fútbol profesional.

4-Reside en el municipio de Colon

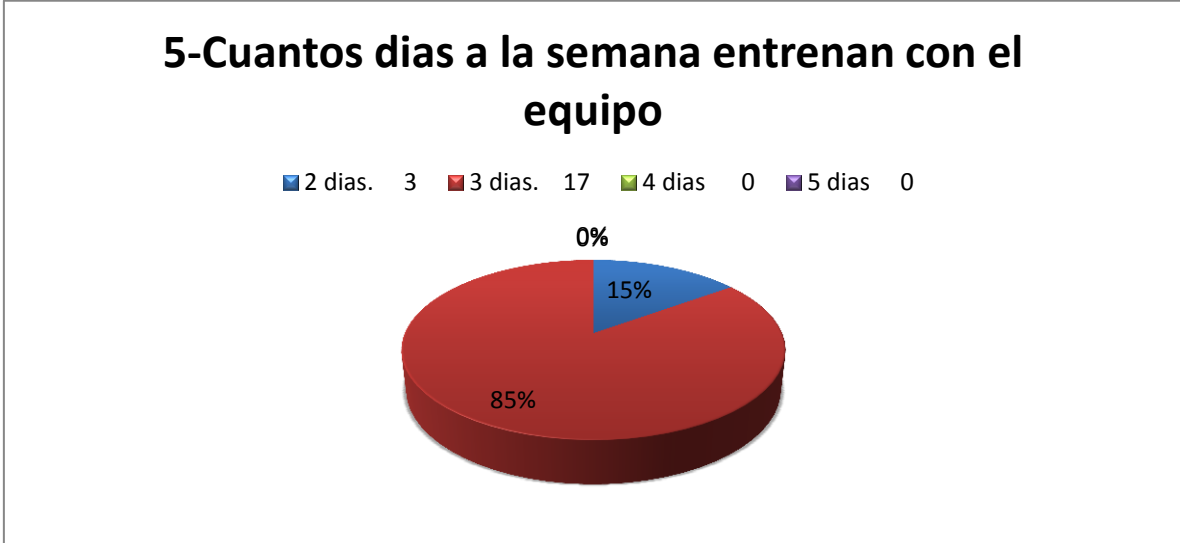
■ Si 14 ■ No 6



Análisis de la Gráfica número cuatro:

Al consultar con las personas sobre la residencia, el gráfico cuatro muestra que el 70% de la población encuestada reside en el municipio de Colon, mientras que un 30% no pertenece al municipio de Colon. Los datos presentados nos muestran que la mayoría de personas del equipo son originarios del municipio de donde es el equipo de Aderel Lourdes, lo que facilita que puedan tener más accesibilidad a la hora de realizar los entrenos y los partidos del equipo lo cual ayuda a mejorar el desempeño de cada uno.

II. Hábitos deportivos



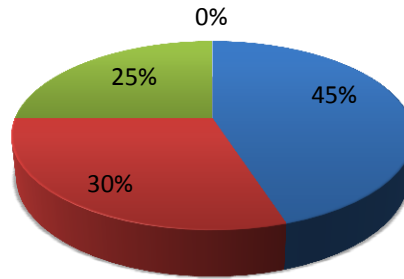
Análisis:

Los entrenamientos para un equipo profesional son fundamentales para el buen desempeño de un equipo en una temporada competitiva por eso es fundamental que los jugadores realicen entrenos de manera regular con el equipo, como podemos observar en el grafico número cinco nos muestra que un 85% de la población encuestada entrena 3 veces a la semana, lo cual es lo habitual en estos equipos de tercera división, mientras que el 15% restante entrena solamente dos días a la semana esto se debe a también que esta población tiene compromisos labórales.

Se puede observar que el 85% de la población encuestada asiste a todos los entrenos planificados esto se debe a que el equipo nada más entrena tres veces por semana y que solo un 15% falta por lo menos a un entreno en la semana debido a otros compromisos.

6-Cuantos dias a la semana realiza ejercicio o actividad fisica fuera del entrenamiento del equipo

■ 2 dias. 9 ■ 3 dias. 6 ■ 4 dias. 5 ■ 5 dias. 0



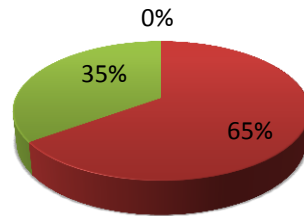
Análisis:

Realizar actividad física, aparte de los entrenos deportivos del club puede ayudar a mantener una buena salud y condición física en los deportistas, en el grafico seis muestra que un 45% de la población encuestada realiza actividad física o ejercicio después de los entrenos 2 veces a la semana, mientras que un 30% respondió que realizan ejercicios o actividad física 3 veces a la semana fuera de los entrenos del equipo y un 25% de la población encuestada realiza ejercicio o actividad física fuera de los entrenos 4 días a la semana.

Los anteriores datos presentados nos muestran que los jugadores realizan ejercicios o actividad física para complementar los entrenos que tienen en la semana, lo cual como conclusión nos puede dejar que la mayoría del equipo se mantiene realizando actividad física fuera de los entrenos.

7-Cuanto tiempo realiza ejercicio o actividad física, fuera del entreno del equipo

■ 45 minutos. 0 ■ 60 minutos. 13 ■ 90 minutos. 7



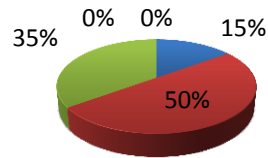
Análisis del Gráfico número siete:

Para una buena preparación física es importante la dosificación del entrenamiento y desgaste físico en los entrenamientos, al consultar con las personas sobre cuánto tiempo realizan ejercicios fuera de los entrenos del equipo, el gráfico 7 nos muestra que un 65% de la población encuestada dice realizar por lo menos 60 minutos de ejercicio o actividad física luego de los entrenos con el equipo, mientras que un 45% de los encuestados respondieron que realizan al menos 90 minutos de actividad física o ejercicio después de los entrenos.

Puede observarse que los encuestados realizan un trabajo extra post entreno para dosificar un poco más el trabajo realizado en los entrenos y así poder mejorar su estado físico mantener su salud, estos como conclusión podemos observar que los encuestados son físicamente activos y cuidan su salud.

8- Que tipos de ejercicios o rutinas realiza, fuera del entreno del equipo.

■ Regenerativo. 3 ■ Fuerza. 10 ■ Aerobico. 7 ■ Flexibilidad. 0 ■ Propioceptivo. 0

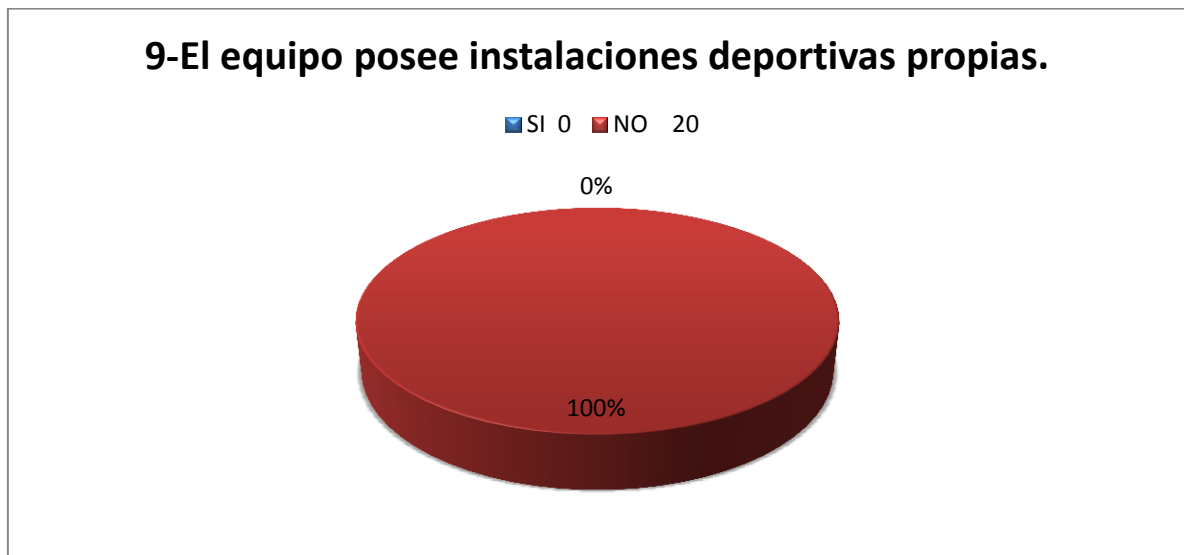


Análisis del Grafico número Ocho:

Al consultar con los encuestados sobre el tipo de ejercicios que realizan después de los entrenos, en el gráfico ocho podemos observar que un 50% de la población encuestada realiza ejercicios de fuerza, luego de los entrenos, un 35% respondió que realizan ejercicios aeróbicos, mientras que un 15% de la población encuestada realizan ejercicios regenerativos luego de los entrenos del equipo.

Se puede observar que el equipo se mantiene físicamente activo, realizando ejercicios luego del entreno, siendo los ejercicios de fuerza los que más realizan después del entreno, la preparación física es un pilar fundamental en los entrenamientos personalizados de cada jugador.

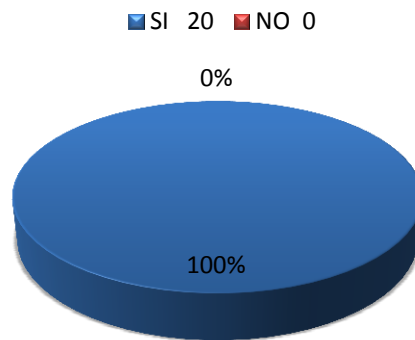
III. Instalaciones deportivas



Análisis de la Grafica número nueve:

Al consultar con las personas participantes podemos ver en el gráfico nueve podemos observar que el 100% de la población encuestada respondió que el equipo no posee instalaciones Propias, Dado que las instalaciones donde entrenan es un complejo deportivo perteneciente a la alcaldía del municipio de Colon, En las cuales el equipo gestiona con la institución el uso de las instalaciones deportivas a la hora de su uso en los entrenamientos y partidos oficiales.

10-Las instalaciones deportivas poseen gimnasio para el equipo

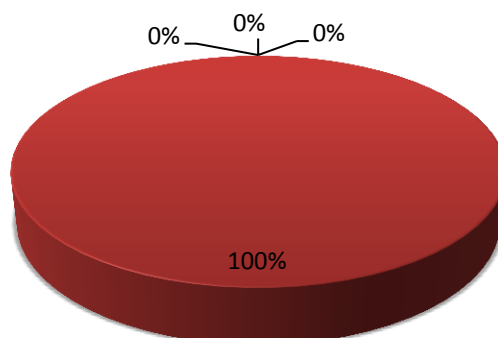


Análisis de la Grafica número Diez:

Al consultar con las personas sobre si las instalaciones poseen un gimnasio para su preparación física El grafico diez nos muestra que el 100% de la población encuestada respondió que el equipo posee gimnasio propio. Esto es muy importante ya que puede realizar con facilidad los ejercicios del entreno y a su vez, realizar los ejercicios complementarios post entreno, para mejorar su estado físico y estar en un estado óptimo para el bien del equipo, al tener un gimnasio en las instalaciones la preparación física del equipo es más compleja.

11- En que tipo de cancha entrenan

■ Grama Natural 0 ■ Grama Sintetica 20 ■ Tierra 0 ■ Cemento 0

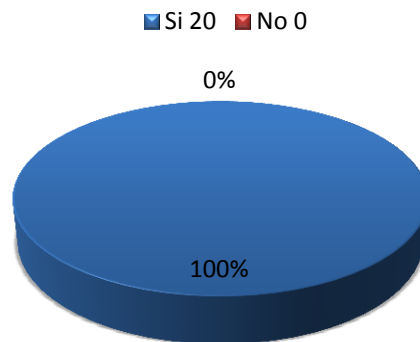


Análisis de la gráfica número once:

Como podemos observar en el grafico once nos muestra que el 100% de la población encuestada respondió que la cancha donde entrenan es de grama sintética. Esto beneficia al equipo cuando juega de local ya que la mayoría de equipos del país solo utilizan grama natural, y este tipo de grama a su vez trae un menor costo a la hora del mantenimiento de la misma, amortiguando un poco los gastos del equipo.

En esta competición de tercera división por lo regular las canchas suelen estar en pésimas condiciones, también podemos determinar que este tipo de superficie suele darles una ventaja a los equipos acostumbrados a jugar en estas superficies a diferencia de los equipos que no tienen este tipo de canchas.

12-Realizan sus encuentros deportivos de local en la misma cancha que entrenan

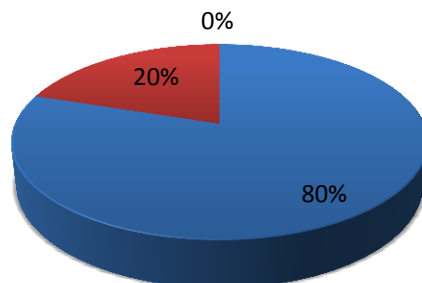


Análisis de la gráfica número doce:

Al preguntar a los encuestados sobre la interrogante el gráfico doce nos muestra que el 100% de la población encuestada respondió que realizan los encuentros deportivos de local en la misma cancha donde entrenan. Esto trae un beneficio positivo para el equipo ya que les da la oportunidad de conocer de mejor manera el campo de juego a la hora de realizar sus partidos de local y así poder sacar un poco más de ventaja sobre los equipos que juegan de visitante.

13-En que estado se encuentran las instalaciones deportivas que utiliza el equipo.

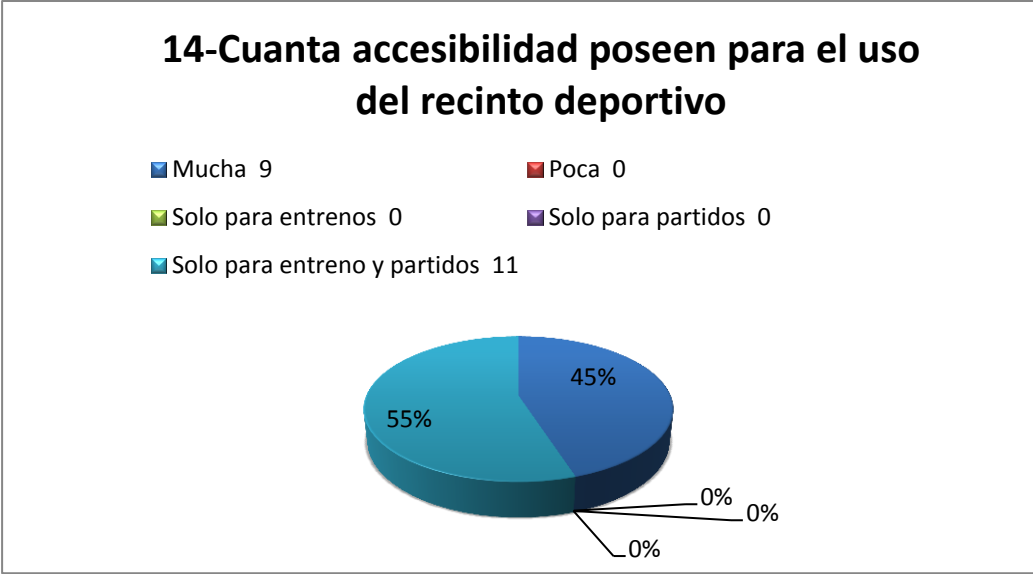
■ Muy buena 14 ■ Buena 4 ■ Mala 0



Análisis de la gráfica número trece:

Al consultar la interrogante los en qué estado se encuentran las instalaciones deportivas las en el grafico trece se muestra que un 80% de la población encuestada respondió que las instalaciones deportivas que el equipo utiliza se encuentran en muy buenas condiciones, lo cual representa 14 personas de un total de 20, mientras que un 20% respondió que las instalaciones se encuentran en buenas condiciones, con un total de 4 personas que marcaron esta opción.

Mientras que la tercera opción se mantuvo no recibió ninguna respuesta de parte de los participantes, Por lo tanto, se puede catalogar que el equipo posee instalaciones deportivas adecuadas y de un estado aceptable para el uso de la práctica deportiva del equipo.

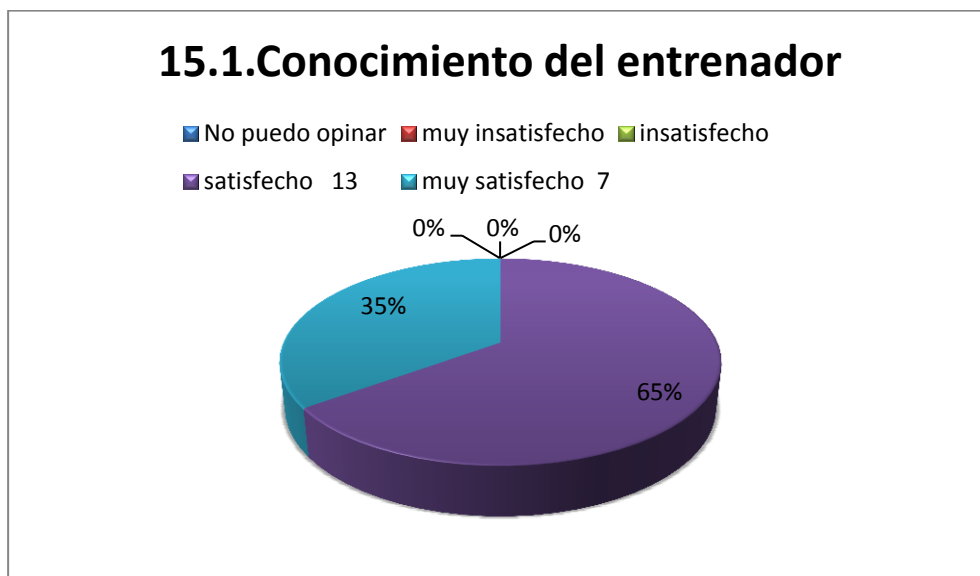


Análisis de la gráfica número catorce:

Al consultar con la interrogante que tan accesible es el uso de las instalaciones del equipo, en el grafico catorce podemos observar que un 45% de la población encuestada opino que tienen mucha accesibilidad para el uso del recinto deportivo, en donde el 45% es reflejado como 9 personas que respondieron esta opción, mientras que un 55% de la población encuestada respondió que solamente tienen acceso los días de entreno y los días que tienen partido, lo cual refleja que el 55% conforma 11 respuesta para esta opción, mientras que las demás opciones se mantuvieron en cero respuestas.

Lo cual refleja que el uso de las instalaciones y accesibilidad son adecuados para generar confianza y respaldo en el club a pesar de que no se cuenta con instalaciones propias.

IV. Personal técnico



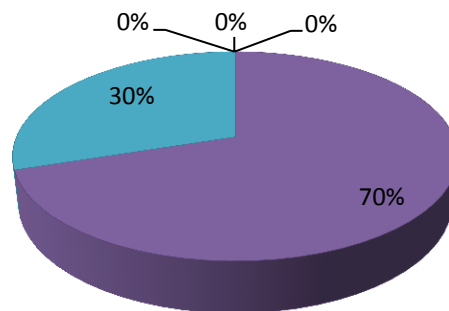
Análisis:

El buen planteamiento técnico de un equipo suele ser una parte fundamental en los partidos y la planificación de los partidos en los entrenos por ende se realizan las interrogantes en la encuesta y como se ve en el gráfico 15.1 podemos observar que un 65% de la población encuestada respondió que se sentía “satisfecho” con el conocimiento que posee el entrenador, lo cual equivale a un porcentaje de 13 personas que respondieron este apartado, mientras que un 35% respondió que se sentían “muy satisfechos” con los conocimientos que el entrenador posee, lo cual se refleja con 7 personas optaron por elegir esta opción.

Mientras que las demás opciones no obtuvieron ninguna respuesta y son reflejados en el gráfico con un 0% en el gráfico, por lo tanto, podemos concluir que los jugadores aceptan y ven de buena manera los conocimientos y metodología que el entrenador implementa en su labor.

15.2. Conocimiento del preparador físico

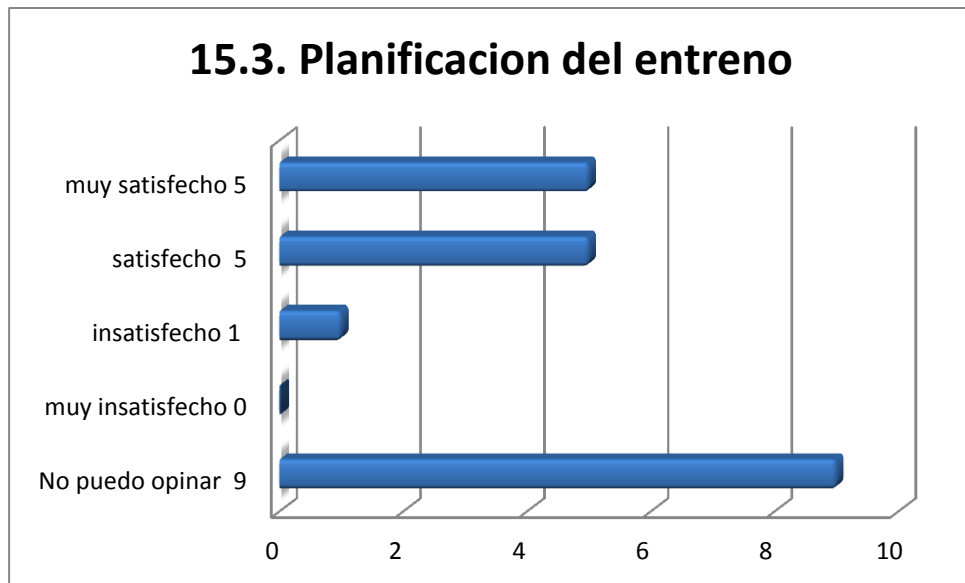
■ No puedo opinar ■ muy insatisfecho ■ insatisfecho ■ satisfecho 14 ■ muy satisfecho 6



Análisis del gráfico:

La preparación física del equipo es fundamental para el rendimiento físico de los jugadores en el partido como podemos observar en la gráfico 15.2 podemos ver que, al momento de preguntarle a la población encuestada sobre el conocimiento del preparador físico, un 70% de dicha población respondió que se sentían “satisfechos” con los conocimientos del preparador físico, lo cual representa 14 personas que respondieron esta opción.

Mientras que un 30% de encuestados manifestó que se sentían “muy satisfechos” con los conocimientos que tiene el preparador físico, lo cual representa en la gráfica que 6 personas optaron por esta opción, en conclusión, podemos determinar que los jugadores aprueban el trabajo del preparador físico del equipo.



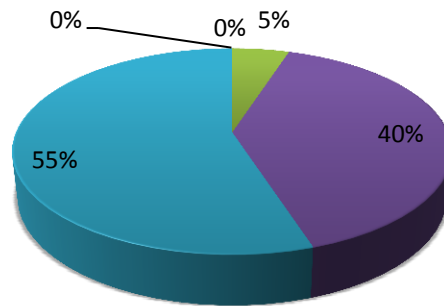
Análisis de la gráfica:

La planificación de cada entreno debe de ser tomada de manera muy minuciosa ya que puede determinar la dosificación de las cargas deportivas y la buena planificación puede ayudar al deportista a poder alcanzar de mejor manera los objetivos deportivos, como podemos ver en el grafico 15.3 podemos observar que, al momento de preguntar a la población encuestada sobre la planificación del entreno, 5 personas respondieron que se sentía “muy satisfechos” lo cual en el porcentaje se refleja cómo un 25% , otras 5 personas encuestadas respondieron que se sentían “satisfechos” lo cual se refleja en el gráfico con un 25% de la población, mientras que 1 persona manifestó sentirse “insatisfecho” lo cual se refleja cómo un 5% en la gráfica con la planificación del entreno, y 9 personas encuestadas prefirieron “no opinar” respecto a la pregunta.

Lo cual refleja un 45% de la población prefiere no dar su opinión lo cual se puede observar como una opinión muy dividida de parte de los deportistas con respecto a la planificación de los entrenos.

15.4. Dominio Técnico del entrenamiento

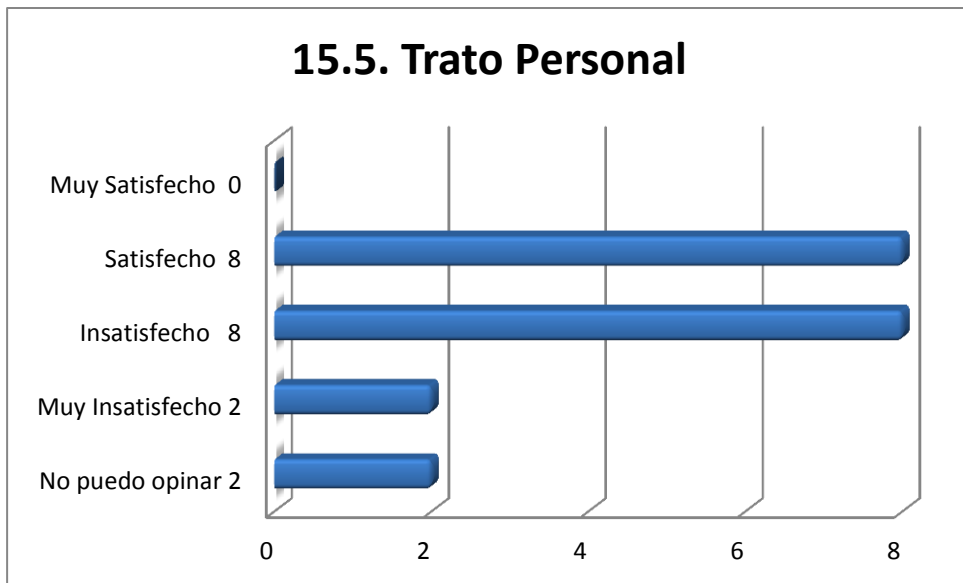
■ No puedo opinar 0 ■ muy insatisfecho 0 ■ insatisfecho 1 ■ satisfecho 8 ■ muy satisfecho 11



Análisis:

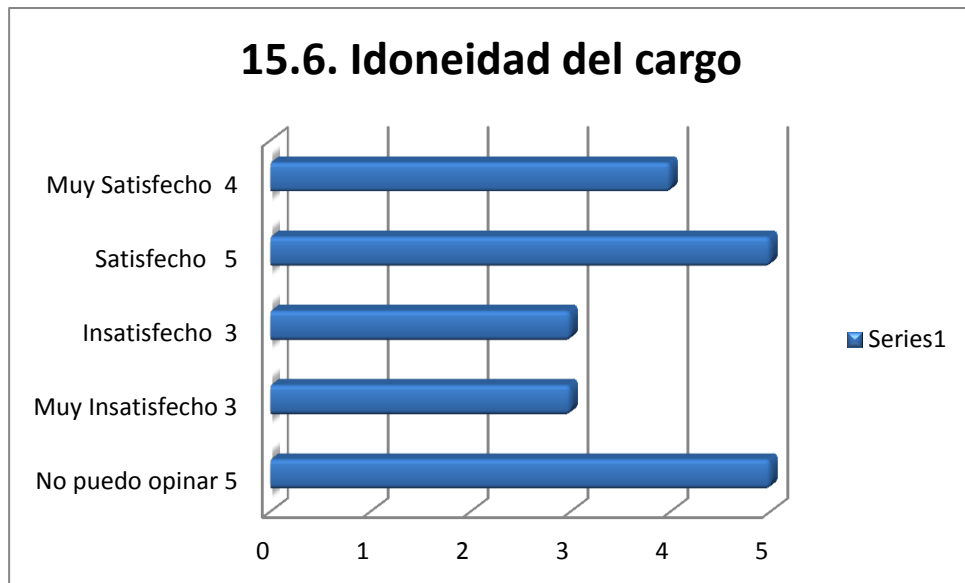
En el gráfico 15.4 se puede observar que al momento de preguntar sobre el dominio técnico del entrenamiento un 55% de la población encuestada respondió que se sentían “muy satisfecho” lo cual se refleja a 11 personas que optaron por esta opción, mientras que un 40% de los encuestados respondió que se sentían “satisfechos” lo cual en la gráfica está reflejado como 8 personas que optaron por esta interrogante y que aprueban el dominio técnico del entrenamiento y solamente un 5% de la población encuestada respondió que se sentía “insatisfechos” lo cual se refleja con una respuesta a esta interrogante y que no está conforme con el dominio técnico del entrenamiento.

Por lo tanto, se puede concluir que la mayoría del equipo opina de manera positiva sobre el dominio técnico del entrenamiento de parte del cuerpo técnico.



Análisis:

El trato personal en los equipos suele ser fundamental para el desarrollo de la integración grupal del equipo como podemos observar en el gráfico 15.5 podemos ver que al momento de cuestionar sobre el trato personal que reciben, un total de 8 personas encuestadas respondieron que se sentían “satisfechos” con el trato recibido, mientras que otras 8 personas respondieron que se sentían “insatisfechas” con el trato recibido, por otra parte 2 personas respondieron que se sentían “muy insatisfechas” con el trato que reciben y por último 2 personas encuestadas prefirieron “no opinar” respecto a la interrogante. Podemos concluir que una muy buena parte del plantel se sienten a disgusto con el trato que reciben en el equipo.



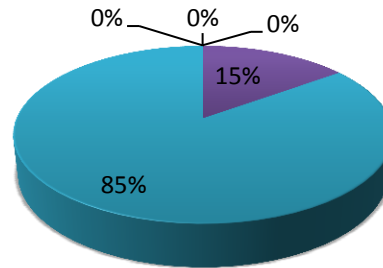
Análisis:

El funcionamiento del equipo depende mucho de la preparación de las personas en los diferentes cargos debido a que mientras más preparado esta una persona para desempeñar un cargo su funcionamiento será más eficaz y aportara mayores resultados a la institución, como podemos observar en el grafico 15.6 se observa que, al momento de preguntar a los encuestados sobre la idoneidad del cargo, 4 personas manifestaron sentirse “muy satisfechos” con la idoneidad del cargo, por otra parte 5 personas encuestas respondieron que se sentían “satisfechos”, 3 encuestados respondieron que se sentían “insatisfechos” con la idoneidad del cargo, 3 personas manifiestan sentirse “muy insatisfechos” y por último 5 personas optaron por “no opinar”.

Como puede observarse las opiniones se encuentran muy divididas teniendo como resultados algo igualados de aprobación y desaprobación en la elección de las personas a cargo del equipo

15.7. Puntualidad y Responsabilidad

■ No puedo opinar 0 ■ Muy Insatisfecho 0 ■ Insatisfecho 0
■ Satisfecho 3 ■ Muy Satisfecho 17

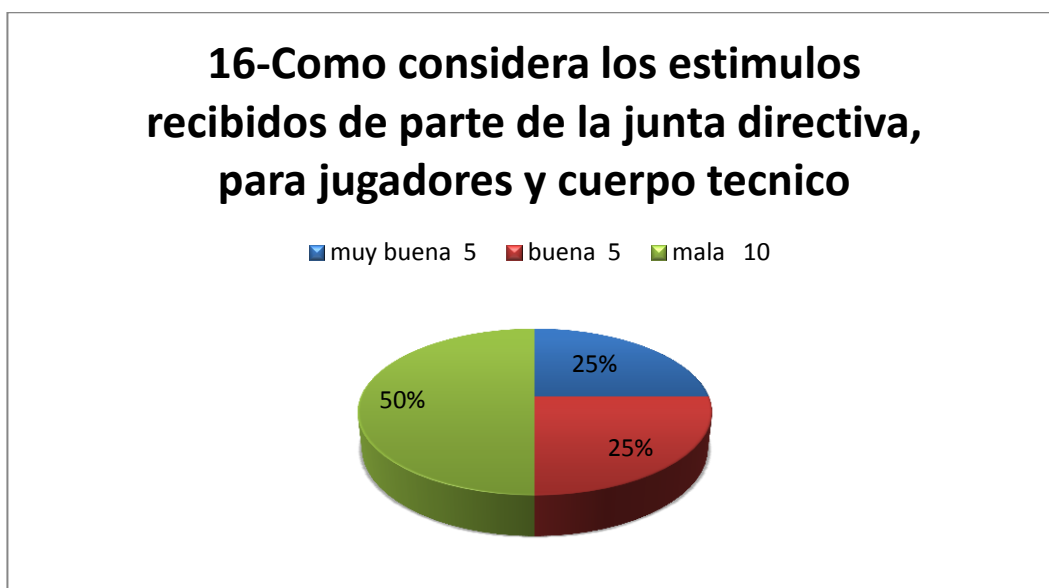


Análisis:

Al consultar con la población aspectos relacionados con la puntualidad y responsabilidad en los entrenos en el gráfico 15.7 observamos que en la interrogante sobre la puntualidad y la responsabilidad un 85% de los encuestados respondieron que se sentían “muy satisfechos” lo cual se refleja con 17 personas optaron por esta opción y que aprueban con la puntualidad y la responsabilidad del personal, mientras que un 15% de encuestados manifestaron sentirse “satisfechos” con la puntualidad y la responsabilidad, lo que se refleja con 3 personas que optaron por esta opción.

Mientras que las demás interrogantes no recibieron ninguna respuesta de parte de los encuestados, Por lo tanto, se puede concluir que el equipo ve de buena manera la puntualidad y la responsabilidad del cuerpo técnico, a la hora de realizar los entrenos o actividades relacionados con el equipo.

V. Personal administrativo

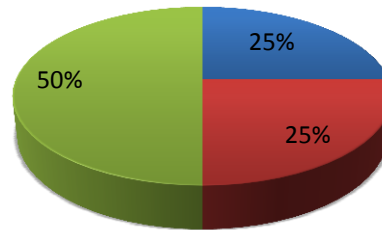


Análisis de la gráfica numero dieciséis:

Los incentivos económicos en estos torneos al no contar con un sueldo fijo como deportistas son un punto muy importante en la motivación de los jugadores a la hora de asistir a los partidos y entrenos del equipo como podemos ver en el grafico 16 se observa que, al preguntar sobre los estímulos de parte de la junta directiva para los jugadores y cuerpo técnico, un 25% respondió que eran “muy buenos” lo cual representa la opinión de 5 personas, otro 25% respondieron que eran “buenos” lo cual representa la opinión de 5 personas y por otra parte el 50% respondieron que los estímulos recibidos eran “malos”. Por lo tanto, se puede concluir que una buena parte de la población encuestada si está de acuerdo con los estímulos recibidos mientras que otra parte está en desacuerdo con los estímulos que se reciben. La mayoría opina que los incentivos son muy malos.

17- Que evaluacion le daria que la junta directiva realiza con el equipo.

■ muy buena 5 ■ buena 5 ■ mala 10



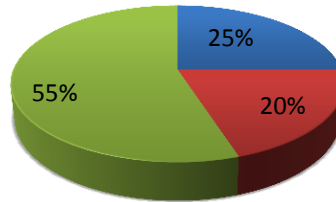
Análisis de la gráfica numero diecisiete:

En el grafico 17 podemos observar que, al momento de cuestionarles sobre la evaluación de la junta directiva sobre el equipo, un 25% que equivale a 5 respuestas a esta opción las cuales respondieron que era “muy buena” otro 25% respondieron que era “buena” lo cual se refleja con 5 personas optando esta opción y un 50% de la población encuestada respondieron que la evaluación de la junta directiva era “mala”.

Se puede concluir que hay una opinión dividida sobre la evaluación que se le da al trabajo de la junta directiva con el equipo lo cual puede ser relacionada a los malos incentivos económicos de parte de esta administración.

18- Considera que la junta directiva toma decisiones acertadas al momento de realizar para recolectar fondos para el equipo.

■ si 5 ■ no 4 ■ a veces 11



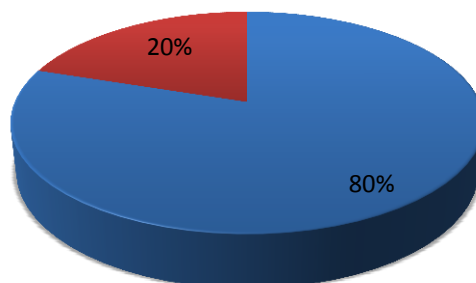
Análisis:

Al cuestionarse esta pregunta las personas reflejaron en el grafico número 18 se puede observar que al momento de preguntarle a la población encuestada sobre la toma de decisiones que realiza la junta directiva era acertada, un 25% de la población respondieron que “si” era acertada, un 20% opinaron que “no” era acertada y el 55% de los encuestados manifestaron que “a veces” tomaban buenas decisiones.

Lo cual nos deja como conclusión de que la mayoría del equipo ósea el 55% del equipo desaprueba la manera de ejecutar y destinar la recolección de fondos para el equipo y esto se refleja como 11 personas que optaron por esta respuesta.

19-Considera que incluir jugadores de otros municipios, genera mas competitividad en el equipo

■ si 16 ■ no 4



Análisis de la gráfica número 19:

En el gráfico 19 se observa que al momento de interrogarles sobre si incluir jugadores de otros municipios generarían más competitividad en el equipo, un 80% manifestó que “sí” generaría competitividad, por otro parte un 20% respondió que “no” generaría competitividad. En cuestión podemos concluir que para la mayoría de los jugadores consideran que el incorporar jugadores de otro municipio generaría una competencia sana en el equipo ya que otros jugadores pudieran aportar experiencia al equipo y sus aspiraciones en el campeonato nacional.

VI. Publicidad

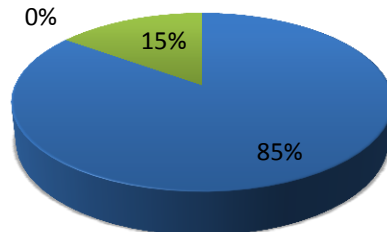


Análisis:

En el gráfico 20 se puede observar que al momento de cuestionar a la población sobre como evalúan el trabajo del departamento de publicidad, un 65% de la población encuestada manifestó que era “muy bueno”, un 30% respondió que era “bueno” y solamente un 5% considero que era “malo”. Por lo tanto, se puede concluir que la mayoría de la población encuestada considera que el trabajo del departamento de publicidad es aceptable.

21-Considera que el departamento de publicidad se esfuerza por dar a conocer el equipo

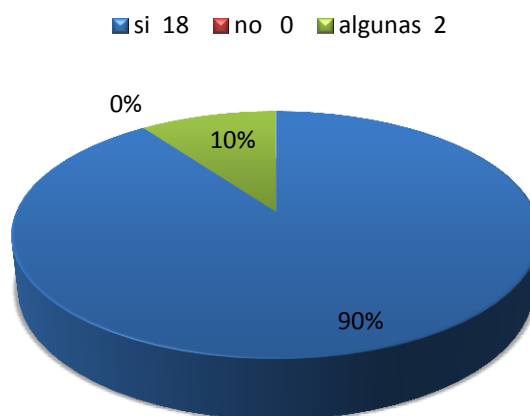
■ si 17 ■ no 0 ■ a veces 3



Análisis:

El gráfico 21 muestra que al cuestionar a la población sobre el esfuerzo que realiza el departamento de publicidad para dar a conocer el equipo, un 85% considero que “sí” realizan un buen esfuerzo, mientras que un 15% respondió que “a veces” realizaban un buen esfuerzo con el manejo de la publicidad del equipo. Por lo tanto, se considera que la mayor parte del equipo opina de manera positiva sobre el trabajo que realiza el departamento de publicidad para dar a conocer al equipo e interactuar con la afición en sus redes sociales.

22- Conoce las redes sociales del equipo



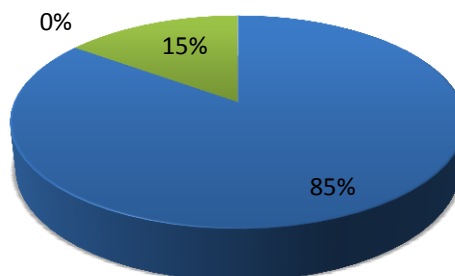
Análisis:

Como sabemos en la actualidad el posicionamiento digital es fundamental ya que las redes sociales ayudan a la información en masa de las personas por ende para poder llegar a más personas un equipo de futbol debe de tener y contar con redes sociales para dar información sobre sus productos y eventos deportivos y así ganar más adeptos en El grafico 22 nos muestra que al cuestionar sobre si conocen las redes sociales del equipo un 90% respondió que “sí” conocen las redes sociales mientras que un 10% respondió que solo conoce “algunas”

Como conclusión es importante el uso de las redes sociales en el posicionamiento de nuestra institución en el mercado moderno.

23- Sigues al equipo en sus diferentes redes sociales

■ si 17 ■ no 0 ■ algunas 3



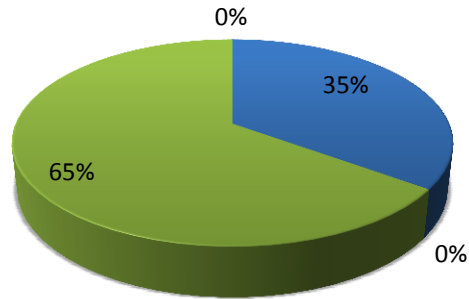
Análisis:

El gráfico 23 nos muestra que al preguntarle a la población sobre si siguen al equipo en sus diferentes redes sociales, un 85% respondió que “si” conocen sobre las redes sociales del equipo, mientras que el 15 % restante manifestó que solo conoce “algunas” redes sociales del equipo.

Como se observa en el gráfico la importancia de las redes sociales en la actualidad, pueden acercar a las personas más con sus equipos ya que es un medio donde pueden conocer más personas compartir experiencias y recomendar a más personas a unirse a estos eventos, por eso es importante tener un perfil llamativo y de fácil reconocimiento para la población del municipio.

24-Recomendarías a otras personas seguir las redes sociales del equipo

■ muy probable 7 ■ poco probable 0 ■ si 13 ■ no 0

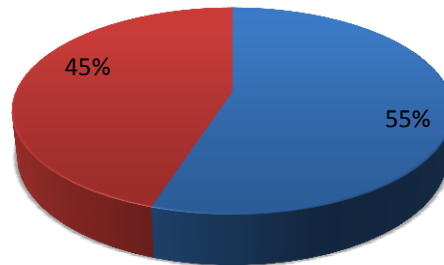


Análisis:

El gráfico 24 muestra que al cuestionar sobre si recomendarían a otras personas las redes sociales del equipo, un 35% respondió que “muy probablemente” recomendaría a otras personas las redes sociales del equipo, y por otra parte un 65% manifestó que “si” recomendarían las redes sociales del equipo.

25-Compartes las publicaciones del equipo en tus redes sociales

■ si 11 ■ no 9

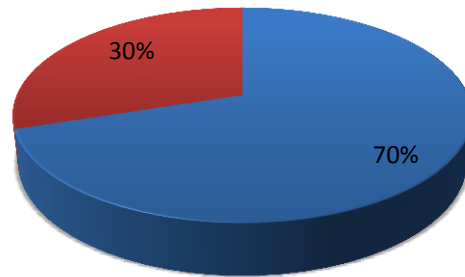


Análisis:

En el gráfico 25 se le cuestiona a la población si comparten las publicaciones del equipo en sus redes sociales, donde hubo un 55% de la población que manifestó que “sí” compartía las publicaciones en sus redes sociales, mientras que el 45% restante opinó que “no” compartía las publicaciones del equipo en sus redes sociales.

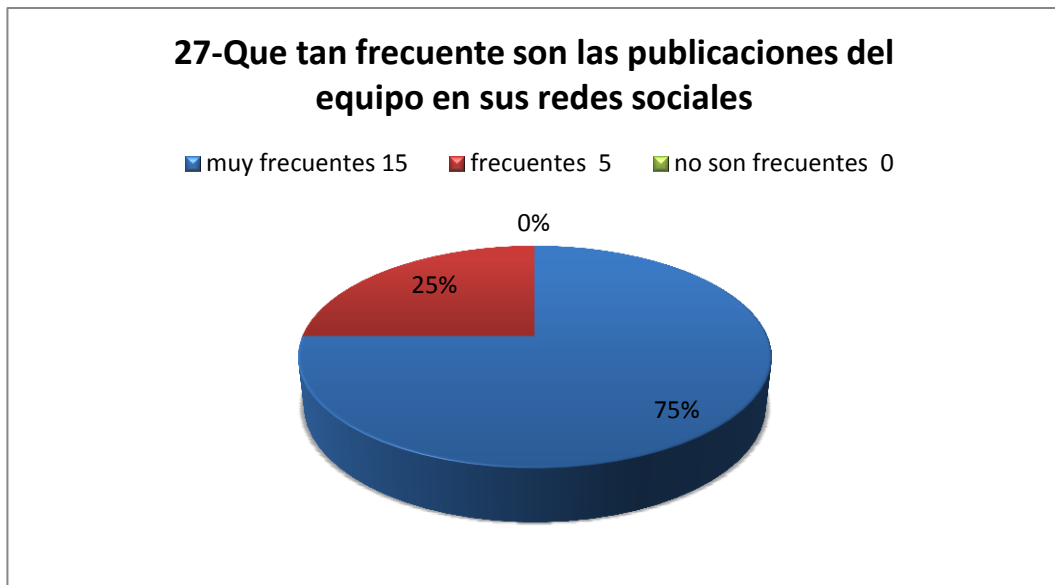
26-Crees que la afluencia de la afición depende de la buena publicidad de la pagina del equipo

■ si 14 ■ no 6



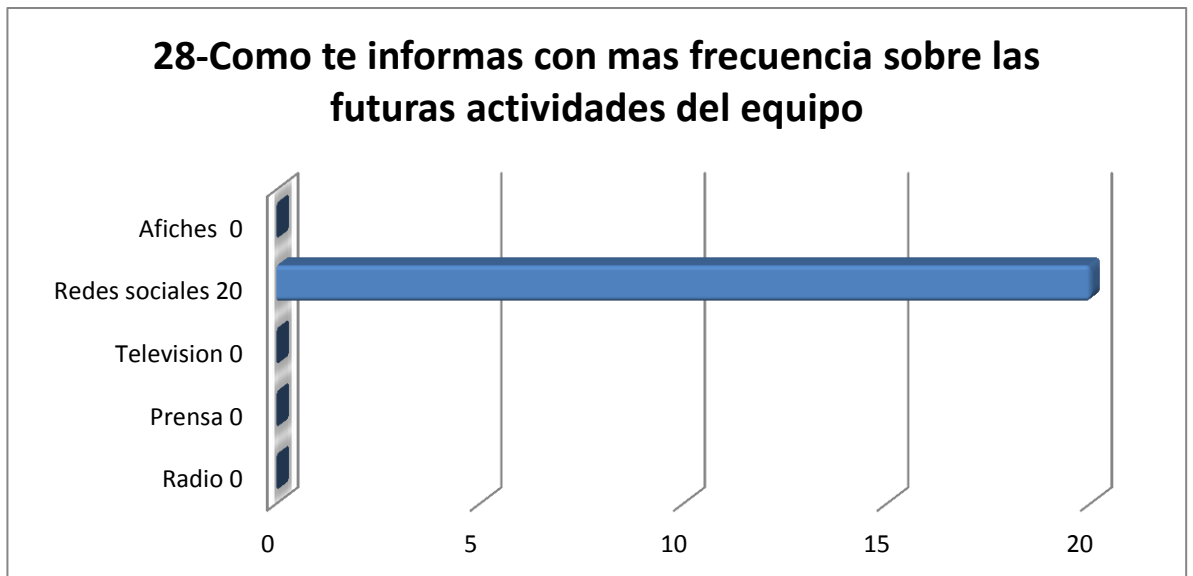
Análisis:

En el gráfico 26 podemos observar que al encuestar a la población sobre si la afluencia de aficionados era generada en buena manera por la gestión que realiza el departamento de publicidad en las redes sociales del equipo, respondiendo así un 70% de la población manifestó que “sí” influía la gestión de publicidad sobre la afluencia de aficionados, y por otro lado un 30% respondió que “no” influía la buena gestión del departamento de publicidad para generar que más aficionados asistan a los encuentros deportivos del equipo.



Análisis:

En el grafico 27 observamos que al cuestionar a los participantes sobre qué tan frecuente son las publicaciones que el equipo realiza en sus redes sociales un 75% de los participantes manifestó que “muy frecuente”, mientras que un 25% de los participantes respondieron que eran “frecuente” las publicaciones que el equipo realizaba en sus redes sociales.



Análisis:

En el grafico 28 se les cuestiono a la población sobre cómo se informar de las actividades futuras que realiza el equipo, respondiendo el 100% de la población encuestada que ellos se informan por medio de las redes sociales del equipo.

En conclusión, se puede decir que en la actualidad la comunicación a evolucionado, el uso de las redes sociales es de carácter inmediato y puede generar una serie de reacciones en la población, por eso es importante que las personas encargadas de este apartado en los equipos puedan tener las herramientas para poder llegar a conectar con la comunidad de sus redes sociales, para que las personas no pierdan el interés en sus páginas.

Conclusión

La información recolectada en la encuesta, va dirigida a personas que pertenecen al equipo Aderel de Lourdes Colon, el cual compite en el campeonato nacional de tercera división del futbol Salvadoreño, el rango de edad de estos deportistas oscila entre los 16 años hasta los 30 años, personas que son físicamente activos y que tienen responsabilidades estudiantiles, laborales y que están comprometidos moral mente con el club también, ellos como profesionales buscan sobre salir en el futbol nacional por lo tanto en la información recolectada se puede notar el compromiso con el club.

Este estudio busca la comprensión del funcionamiento general, publicitario y administrativo del club y puede generar aspectos de cambios importantes que ayuden a mejorar la calidad de la institución y su posicionamiento como marca en el mercado, también busca que sus productos y servicios sean fácilmente reconocidos en el municipio para que la afición cree un sentimiento de pertenecía al equipo.

En el presente las interacciones en las redes sociales pueden generar un gran impacto en la implementación de los futuros proyectos en los que una marca este envuelto con la información obtenida podemos apreciar que la mayoría de encuestados su medio de información con respecto al club y sus productos se realiza mediante las redes sociales, por lo cual entendemos que es el medio más usado para dar a conocernos como marca.

Recomendaciones

Publicar más contenido en las redes sociales para dar realce a los eventos deportivos y generar más ingresos.

Hacer dinámicas para fomentar el ingreso económico al club y así poder solventar necesidades dentro del club.

Buscar ayuda por medio de empresas que puedan brindar apoyo tanto económico como material deportivo al club.

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



**CURSO DE ESPECIALIZACIÓN PARA LA DIRECCIÓN Y GESTIÓN
DEPORTIVA**

SECCIÓN 3. GESTIÓN DE LA CALIDAD

TRABAJO PRESENTADO POR:

GILMAR ANTONIO TORRES CANTARERO	TC16011
ROBERTO DARWIN RIVERA ULLOA	RU16009
RENE ENRIQUE DIAZ SANCHEZ	DS16003
JOSE ELIAS PINEDA SALINAS	PS16021

DOCENTE TUTOR:

LIC. BORIS EVERT IRAHETA SANABRIA

CIUDAD UNIVERSITARIA, SEPTIEMBRE DE 2021

INTRODUCCIÓN

El siguiente cuestionario de autoevaluación del equipo de ADEREL de la tercera categoría de la liga profesional del fútbol salvadoreño, es una propuesta de modelo de gestión de la calidad y satisfacción para dicho equipo, que nos servirá para la medición de valores de agrado o de desagrado de los miembros del cuerpo técnico, personal administrativo y aficionados, con el objetivo principal de llevar una mejor orientación para la obtención de mejores resultados en el equipo.

El presente cuestionario para el equipo de fútbol ADEREL ha tomado en cuenta aspectos deportivos y administrativos, además de recolectar información de las estrategias y planes de trabajo que el club pretende seguir de cara a nuevos torneos para lograr la satisfacción de más sectores de la afición y de sus clientes.

OBJETIVOS

Objetivo General:

- Colaborar con la creación de un modelo de gestión de la excelencia en el equipo de fútbol ADEREL para la realización y obtención de mejores resultados que lo catapulten en los puestos más altos de su división y así obtener más satisfacción en el cuerpo técnico, administrativo y aficionados.

Objetivos Específicos:

- Evaluar la calidad de gestión, dirección y el funcionamiento interno del equipo ADEREL por medio de un cuestionario de autoevaluación.
- Apoyar al equipo con la recolección de información del cuestionario de autoevaluación para la mejora de planes estratégicos

PUNTUACION ASIGNADA A CADA CRITERIO DEL MODELO

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

<u>N</u> <u>°</u> <u>-</u>	<u>CRITERIOS</u> <u>AGENTES</u>	<u>PUNTUACIÓN</u>	<u>N°</u>	<u>CRITERIOS</u> <u>RESULTADOS</u>	<u>PUNTUACIÓN</u>
1	Liderazgo	100	6	Resultados en los Clientes	200
2	Política y Estrategia	80	7	Resultados en las Personas	90
3	Personas	90	8	Resultados en la Sociedad	60
4	Alianzas y Recursos	90	9	Resultados Clave	150
5	Procesos	140			
SUB-TOTAL		500	SUB-TOTAL		500
TOTAL 1,000 pts.					
				CRITERIOS	PORCENTAJE
				AGENTES	50%
				RESULTADOS	50%
				TOTAL	100%

Escala de valoración

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

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

CRITERIOS AGENTES

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

En la institución deportiva los encargados del liderazgo son los representantes de la junta directiva, que son los encargados de velar por la administración y buen funcionamiento de la entidad deportiva en los campeonatos nacionales, así como delegar los roles a las diferentes personas que conforman las distintas ramas que conforman la institución.

Indique la existencia de evidencia sobre la implementación de acciones relacionadas con las siguientes afirmaciones.

Marque con una "X" la casilla SI o NO según su opinión en cada interrogante.

0 Evidencia ausente, puntos logrados	13.32 Evidencia presente, puntos logrados
---	--

Subcriterio 1a) En la institución deportiva los encargados del liderazgo son los representantes de la junta directiva, que son los encargados de velar por la administración y buen funcionamiento de la entidad deportiva	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
1a 1. ¿La estructuración de la institución, fomenta y desarrolla el liderazgo de las diferentes ramas que la conforman todo esto en busca de un mejor funcionamiento colectivo? (jugadores, administrativos, cuerpo técnico)	3.33
1a 2. ¿La toma de decisiones importantes en la institución es consultada en todas las estructuras de la organización deportiva?	0
1a 3. ¿La conducta personal de los integrantes de la institución es corregida para que no afecte el liderazgo en la institución deportiva?	3.33
1a 4. ¿Se toma en cuenta la participación de todos los sectores (jugadores, cuerpo técnico, administrativos, patrocinadores, aficionados) en la integración de las actividades realizadas para el beneficio de la institución deportiva?	3.33
1a 5. ¿Se toma en cuenta la retroalimentación de los aspectos negativos y positivos del funcionamiento de la institución en las actividades realizadas?	0
1 a 6. ¿Se planea reuniones entre los dirigentes, cuerpo técnico para la planeación de la temporada o torneos, para analizar los resultados en competencia anteriores para plantearse y revisar los objetivos plantados para alcanzar en las nuevas temporadas?	3.33
TOTAL DE PUNTOS	13.32

Subcriterio 1b utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	13.32 Evidencia presente, puntos logrados
---	--

Subcriterio 1b) Los líderes de la institución deportiva, se involucran en el control y seguimiento de los procesos internos en la gestión operativa de la institución	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
1 b 1. Los líderes de la institución se involucran en el control y seguimiento de los procesos internos en la gestión operativa de la institución	3.33
1 b 2. Los líderes de la institución apoyan las iniciativas de los demás integrantes de la asociación	3.33
1 b 3. se generan reuniones en donde los líderes aportan retroalimentación a los demás miembros sobre las decisiones a tomar a futuro en la institución	0
1 b 4. Se desarrolla e implementan un proceso para el gobierno eficaz de la institución deportiva	0
1 b 5. Se desarrollan reuniones para retroalimentar los resultados obtenidos en los partidos para poder corregir y mejorar en futuros compromisos	3.33
1 b 6. Existe un proceso en el cual los integrantes reciben incentivos para alcanzar los resultados establecidos en la planificación de la temporada	3.33
TOTAL DE PUNTOS	13.32

Subcriterio 1c utilice el siguiente:

0	13,32
Evidencia ausente, puntos logrados	Evidencia presente, puntos logrados

Subcriterio 1c) Los líderes de la institución deportiva interactúan con los clientes, socios y patrocinadores	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
1c 1 los líderes de la institución se relacionan con los futuros patrocinadores o socios interesados en formar parte del equipo.	3.33
1c 2 se satisfacen, comprenden y dan respuesta a las necesidades de los usuarios y aficionados.	0
1 c 3. Se establecen y participan en actividades que promuevan la mejora de la institución	3.33
1c 4.se realizan actividades para fortalecer los lasos institucionales con entidades locales que ayuden a la institución deportiva por medio de patrocinios.	0
1 c 5 se le da reconocimiento a los patrocinadores, aficionados y colaboradores que ayudan a alcanzar los objetivos planteados por la institución	3.33
1 c 6 en la institución se fomenta y apoyan en actividades que fomenten la práctica de valores positivos para las futuras generaciones.	3.33
TOTAL DE PUNTOS	13.32

Subcriterio 1d utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	13.32 Evidencia presente, puntos logrados
---	--

Subcriterio 1d) Los líderes fomentan el esfuerzo y apoyo para alcanzar los objetivos planteados	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
1 d1 se fomenta el apoyo y el esfuerzo en los integrantes del equipo	3.33
1 d 2 se incentiva con apoyo económico cuando se logran los objetivos planteados	3.33
1 d 3 de parte de los líderes de la institución se le reconoce el esfuerzo y dedicación al alcanzar un objetivo planteado	3.33
1 d 4 la institución deportiva brinda las herramientas necesarias para que las personas puedan progresar en otras actividades cotidianas (estudiar, trabajar o realizar un emprendimiento)	0
1 d 5. Se fomenta en la institución un ambiente de igualdad de oportunidades	0
1 d 6 se le da el reconocimiento oportuno y adecuadamente a cada persona por el esfuerzo y dedicación realizados en la institución	3.33
TOTAL DE PUNTOS	13.32

Subcriterio 1 e utilice el siguiente:

0	3.33
Evidencia ausente, puntos logrados	Evidencia presente, puntos logrados

Subcriterio 1e)	20 pts.
Los líderes de la institución son los encargados de establecer y definir los cambios	
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
1 e 1 en la institución se comprenden y analizan los fenómenos internos o externos que generen cambios en su operación	0
1 e 2 en la institución deportiva se identifican y seleccionas los cambios necesarios para mejorar su funcionamiento	0
1 e 3 se destinan y garantiza los recursos necesarios para desarrollar los nuevos cambios	0
1 e 4 se le comunican al personal de la institución deportiva la implementación de los cambios y la razón por la cual se realizan	3.33
1 e 5 se le comunican a los patrocinadores, socios y aficionados la implementación de los cambios en la institución y la razón por la cual se realizan	0
1 e 6 se miden y revisan la eficacia de los cambios así como se comparten los resultados obtenidos	0
TOTAL DE PUNTOS	3.33

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

La implementación de estrategias y políticas para alcanzar metas, objetivos planteados por la organización en cada temporada competitiva con el fin de obtener los mejores resultados.

Indique la existencia de evidencia sobre la implementación de estas medidas y acciones relacionadas en las siguientes afirmaciones.

Subcriterio 2 a utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	6.66 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 2) La implementación de políticas y estrategias en una institución deportiva profesional	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
2a 1. ¿En la organización deportiva se cuenta con la implementación de políticas y estrategias internas para mejorar su funcionamiento?	0
2a 2. ¿En la institución deportiva se establece un sistema de implementación de procesos para lograr los resultados planteados en cada temporada?	3.33
2a 3. ¿Las políticas y estrategias del club para alcanzar sus objetivos son modificadas y actualizadas según el requerimiento de las necesidades de los aficionados, patrocinadores y jugadores?	0
2a 4. ¿Existen políticas internas en el club que beneficien el bienestar de los jugadores y cuerpo técnico ante una situación que ponga en peligro el bienestar de los antes mencionados?	0
2a 5. ¿Existen políticas y estrategias en la planeación del campeonato para medir, analizar y planificar las posibles maneras de atraer nuevos aficionados y patrocinadores para que se sumen a la organización deportiva?	3.33
2a 6. ¿Se emplean procesos para medir y analizar el cumplimiento de objetivos en la temporada?	0
TOTAL DE PUNTOS	6.66

Subcriterio 2b utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	9.99 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 2b) Las políticas internas de la institución ayudan al posicionamiento de la marca en el mercado	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
2b 1 se analizan el rendimiento de los competidores en el campeonato	3.33
2b 2 se aplican normas de convivencia en la institución para mejorar las relaciones entre el personal	3.33
2b 3 las normas y políticas de la institución son respetadas por todos los miembros	3.33
2b 4 las políticas y estrategias implementadas en la institución deportiva son conocida por todos los miembros	0
2b 5 se analizan las estrategias y políticas de las demás instituciones similares para obtener nueva información de beneficio que se pueden implementar en nuestra asociación	0
2b 6 se aplican herramientas en la institución para medir la afluencia de los aficionados que existen a ver los partidos de local y de visita	0
TOTAL DE PUNTOS	9.99

Subcriterio 2 c utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	5.00 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 2c) Las políticas de la institución se revisan y actualizan constantemente	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
2c 1 las políticas y estrategias implementadas suelen actualizarse según las nuevas necesidades de la institución.	0
2c 2 cuando se implementan nuevas políticas se analizan los riesgos que pueden traer	0
2c 3 existen políticas externas que ayuden al bienestar de los integrantes de la institución	0
2c 4 existen políticas internas en la institución que promuevan el apoyo a los integrantes de la institución deportiva	5.00
TOTAL DE PUNTOS	5.00

Subcriterio 2 d utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	20 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 2d) La política y estrategia de la institución se comunican a los diferentes personajes de interés (aficionados, socios, patrocinadores y personal en general de la institución)	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
2d 1 los aficionados reciben por parte de la institución la política de uso de los diferentes servicios que esta presta como entidad deportiva (uso de las instalaciones, políticas sobre la compra de mercadería y entradas a eventos realizados por la institución)	5.00
2d 2 se pone como prioridad el uso de las políticas y las estrategias en la institución	5.00
2d 3 se implementan estrategias para poder llegar a futuros aficionados y consumidores	5.00
2d 4 se implementan estrategias en las redes sociales del equipo para captar y llegar a más usuarios y aficionados	5.00
TOTAL DE PUNTOS	20

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

El desarrollo de la organización fomenta el potencial de las personas que la componen, tanto a escala individual, como de equipos o de la organización en su conjunto; y cómo planifica estas actividades en apoyo de su estrategia y del funcionamiento eficaz de sus procesos.

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

0 Evidencia ausente, puntos logrados	5.14 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 3a) Gestión y desarrollo de los recursos humanos.	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
3a.1) Se fomentan las políticas, estrategias y planes de recursos humanos.	0
3a.2) Se implica a las personas de la junta directiva y sus representantes, en el desarrollo de las políticas, estrategias y planes de recursos humanos.	0
3a.3) Se alinean los planes de recursos humanos con la política y estrategia, la estructura del club deportivo ADEREL	0
3a.4) Se gestiona la selección, desarrollo de carreras y planes de sucesión.	2.571
3a.5) Se fomenta y garantiza la equidad en todo lo relacionado con el empleo, incluidas políticas, estrategias y planes de igualdad de oportunidades.	2.571
3a.6) Se utilizan las encuestas de personal y cualquier otro tipo de información procedente a miembros del club para mejorar las políticas, estrategias y planes de recursos humanos.	0
3a.7) Se utilizan metodologías organizativas innovadoras para mejorar la forma de trabajar.	0
TOTAL DE PUNTOS	5.14

En el subcriterio 3b utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	6.75 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 3b) Desarrollo y mantenimiento del conocimiento y la capacidad de las personas inmersa en el club.	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
3b.1) Se identifica, clasifica y adecua el conocimiento y las competencias de las personas a las necesidades del club.	0
3b.2) Se desarrolla y utiliza planes de formación y desarrollo que contribuya a garantizar que las personas del club estén en buenas condiciones y se ajustan a las capacidades actuales.	0
3b.3) Se desarrolla, apoya con tutores y se forma a todas las personas para que se den cuenta y alcancen todo su potencial.	0
3b.4) Se diseñan y fomentan oportunidades de aprendizaje a nivel individual y de equipo.	0
3b.5) Se desarrolla la capacidad de trabajar en equipo.	2.25
3b.6) Se alinean los objetivos individuales y de equipo con los objetivos de la club.	2.25
3b.7) Se revisan y actualizan los objetivos individuales y de equipo.	0
3b.8) Se evalúa el rendimiento de las personas, ayudándoles a mejorarlo.	2.25
TOTAL DE PUNTOS	6.75

En el subcriterio 3c utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	18 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 3c) Implicación y asunción de responsabilidades por parte de las personas del club.	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
3c.1) Se fomenta y apoya la participación individual y de los equipos en las actividades de mejora.	4.5
3c.2) Se fomenta y apoya la implicación de las personas, mediante conferencias y actos celebrados dentro del club y proyectos comunitarios.	4.5
3c.3) Se proporcionan oportunidades que estimulen la implicación y respalden un comportamiento innovador y creativo.	4.5
3c.4) Se forma a los directivos para que desarrollen e implanten directrices que faculten a las personas del club para actuar con independencia.	4.5
TOTAL DE PUNTOS	18

En el subcriterio 3d utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	18 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 3d) Existencia de un diálogo entre las personas y el club.	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
3d.1) Se identifican las necesidades de comunicación.	4.5
3d.2) Se desarrollan políticas, estrategias y planes de comunicación basados en las necesidades de comunicación.	4.5
3d.3) Se desarrollan y utilizan canales de comunicación verticales (en ambos sentidos) y horizontales.	4.5
3d.4) Se identifican y aseguran oportunidades para compartir las mejores prácticas y el conocimiento.	4.5
TOTAL DE PUNTOS	18

En el subcriterio 3e utilice el siguiente:

0	6.0
Evidencia ausente, puntos logrados	Evidencia presente, puntos logrados

Subcriterio 3e) Recompensa, reconocimiento y atención a las personas del club.	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
3e.1) Se alinean los temas de remuneración, traslados, bajas del club u otros asuntos laborales con la política y estrategia dentro de los límites marcados por las políticas de la administración.	0
3e.2) Se da reconocimiento a las personas con el fin de mantener su nivel de implicación y asunción de responsabilidades.	3.00
3e.3) Se pone en práctica la concienciación e implicación en temas de higiene, seguridad, medio ambiente y responsabilidad social.	3.00
3e.4) Se establecen los diferentes niveles de beneficios sociales, planes de pensiones, asistencia sanitaria, guarderías.	0
3e.5) Se reconoce y tiene en cuenta la diversidad y los distintos entornos culturales de procedencia fomentando actividades sociales y culturales.	0
3e.6) Se proporcionan recursos y servicios que satisfagan los mínimos legales y, en algunos casos, excedan estos requisitos.	0
TOTAL DE PUNTOS	6.0

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

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

Indique la existencia de evidencia sobre la implementación de acciones relacionadas con las siguientes afirmaciones. Utilice el esquema de respuestas concreto para cada ítem, en el subcriterio 4a utilice:

0	15.42
Evidencia ausente, puntos logrados	Evidencia presente, puntos logrados

Subcriterio 4a) Gestión de las alianzas externas.	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
4a.1) Se identifican las oportunidades para establecer alianzas clave con otras organizaciones y con la comunidad de acuerdo con la política y estrategia y la misión del club.	2.571
4a.2) Se estructuran las relaciones con los socios y proveedores para crear valor y maximizarlo.	2.571
4a.3) Se establecen alianzas en la cadena logística que añadan valor para los aficionados.	2.571
4a.4) Se identifican las competencias clave de los socios para apoyar el desarrollo mutuo.	2.571
4a.5) Se asegura que la cultura de la organización con la que se establece una alianza es compatible con la propia, y que se comparte el conocimiento de ambas.	2.571
4a.6) Se genera y apoya una filosofía innovadora y creativa mediante el uso de alianzas.	0
4a.7) Se suscitan sinergias trabajando juntos para mejorar procesos y añadir valor a la cadena aficionados/club.	2.571
TOTAL DE PUNTOS	15.42

En el subcriterio 4b utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	7.71 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 4b) Gestión de los recursos económicos y financieros.	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
4b.1) Se desarrollan e implantan estrategias y procesos económicos y financieros para utilizar los recursos económicos y financieros en apoyo de la política y estrategia.	0
4b.2) Se diseña la planificación económica y financiera y sus informes para desplegar en cascada las expectativas financieras de los grupos de interés a lo largo de la temporada.	0
4b.3) Se establecen los sistemas adecuados de informes.	0
4b.4) Se evalúan las inversiones y desinversiones en activos tangibles e intangibles.	0
4b.5) Se emplean mecanismos y parámetros económicos y financieros para garantizar una estructura de recursos eficaz y eficiente.	2.571
4b.6) Se desarrollan e introducen metodologías que permitan gestionar los riesgos económicos y financieros en los niveles adecuados del club.	2.571
4b.7) Se establecen e implantan, en los niveles adecuados, los procesos claves para el desarrollo del club.	2.571
TOTAL DE PUNTOS	7.71

En el subcriterio 4c utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	14.4 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 4c) Administración de recursos, equipos y materiales.	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
4c.1) Se desarrolla una estrategia de gestión de equipos y materiales que apoye la política y estrategia del club.	0
4c.2) Se gestiona el mantenimiento y uso de los activos para mejorar el rendimiento total de su ciclo de vida.	1.8
4c.3) Se gestiona la seguridad de los activos.	1.8
4c.4) Se mide y gestiona cualquier impacto negativo de los activos del club en la comunidad y empleados.	0
4c.5) Se utilizan los recursos del club de forma que no dañen el medio ambiente durante el ciclo completo de vida de un producto.	1.8
4c.6) Se optimizan los inventarios de material.	1.8
4c.7) Se optimiza el consumo de electricidad y agua.	1.8
4c.8) Se disminuyen y reciclan los residuos.	1.8
4c.9) Se minimiza cualquier impacto global adverso de los productos, de la elaboración de los mismos y de los servicios.	1.8
4c.10) Se optimiza el uso del transporte.	1.8
TOTAL DE PUNTOS	14.4

En el subcriterio 4d utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	7.71 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 4d) Gestión de la tecnología.	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
4d.1) Se desarrolla una estrategia de gestión de la tecnología que apoye la política y estrategia del club.	0
4d.2) Se identifican y evalúan constantemente las tecnologías con las que cuenta el club.	0
4d.3) Se gestiona el financiamiento de tecnologías incluida la identificación y sustitución de tecnología obsoleta.	0
4d.4) Se da el mantenimiento a la tecnología existente.	0
4d.5) Se cuenta con una tecnología innovadora y respetuosa con el medio ambiente.	2.571
4d.6) Se utilizan las tecnologías de la información y comunicación para apoyar y mejorar la eficacia de las actividades del club.	2.571
4d.7) Se saca el mejor uso a la tecnología para apoyar la mejora.	2.571
TOTAL DE PUNTOS	7.71

En el subcriterio 4e utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	14 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 4e) Gestión de la información y del conocimiento.	18 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
4e.1) Se desarrolla una estrategia de gestión de la información y el conocimiento que apoye la política y estrategia del club.	0
4e.2) Se identifican los requisitos de información y conocimiento del club.	2
4e.3) Se recoge, estructura y gestiona la información y el conocimiento en apoyo de la política y estrategia.	0
4e.4) Se proporciona a usuarios internos y externos un acceso adecuado a la información y conocimiento relevantes.	2
4e.5) Se utiliza la tecnología de la información para apoyar la comunicación e información interna y la gestión del conocimiento.	2
4e.6) Se garantiza y mejora la validez, integridad y seguridad de la información.	2
4e.7) Se cultiva, desarrolla y protege la propiedad intelectual que sólo posee el club, para maximizar su valor para el aficionado.	2
4e.8) Se trata de adquirir, incrementar y utilizar el conocimiento de forma eficaz.	2
4e.9) Se genera en el club un clima de innovación y creatividad mediante el uso de los recursos adecuados de información y conocimiento.	2
TOTAL DE PUNTOS	14

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

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

Indique la existencia de evidencia sobre la implementación de acciones relacionadas con las siguientes afirmaciones. Utilice el esquema de respuestas concreto para cada ítem, en el subcriterio 5a utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	11.20 Evidencia presente, puntos logrados
---	--

Subcriterio 5a) Diseño y gestión sistemática de los procesos.	28 puntos
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
5 a.1) Poseen un diseño clave para hacer realidad los objetivos y estrategia planteada	0
5 a.2) Se tienen identificados los grupos de interés de cada uno de los diferentes procesos tanto internos como externos con el fin de gestionar los procesos de manera más eficaz de principio a fin	0
5 a.3) Tienen establecidos los procesos del sistema de gestión	0
5 a.4) Poseen indicadores de procesos que establezcan objetivos de rendimiento	5.60
5 a.5) Se realiza alguna revisión en el plan de trabajo a la hora de hacer realidad el cumplimiento de los objetivos y el plan de trabajo de la institución	5.60
TOTAL DE PUNTOS	11.20

En el subcriterio 5b utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	16.8 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 5b) Introducción de las mejoras necesarias en los procesos mediante la innovación, a fin de satisfacer plenamente a clientes y otros grupos de interés, generando cada vez mayor valor.	28 puntos
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
5 b.1) ¿Se tienen identificadas y priorizadas las mejoras continuas, que puedan surgir en el futuro para la mejora del equipo?	5.60
5 b.2) ¿Realizan algún tipo de análisis que pueda ser útil para recolectar información sobre resultados que sean de utilidad, para la mejora de los métodos y objetivos trazados en el plan de trabajo?	5.60
5 b.3) ¿tiene establecidas pruebas piloto para implementarlas en algún futuro?	0
5 b.4) ¿garantizan que el personal reciba la formación y capacitación adecuada para trabajar los objetivos y planes trazados?	0
5 b.5) ¿poseen algún medio de comunicación para dar información a los miembros sobre los cambios que se realizan en los procesos?	5.60
TOTAL DE PUNTOS	16.8

En el subcriterio 5c utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	11,20 Evidencia presente, puntos logrados
---	--

Subcriterio 5c) Diseño y desarrollo de los productos y servicios basándose en las necesidades y expectativas de los clientes.	28 puntos
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
5 c.1) ¿realizan investigaciones de mercado, encuestas u otras formas de adquirir información para determinar las necesidades y expectativas de los clientes en cuanto a productos y servicios existentes?	0
5 c.2) ¿poseen algún tipo de plan estratégico para la anticipación e identificación de la mejora de resultados de algunos productos y servicios a futuro que mejore las necesidades y expectativas de los clientes y algún otro grupo al que le genere algún tipo de interés?	0
5 c.3) ¿desarrollan productos y servicios nuevos que puedan atraer la atención de los diferentes tipos de aficionados?	5.60
5 c.4) ¿poseen ideas innovadoras y estrategias competitivas para lograr acceder a otros tipos de mercados?	0
5 c.5) ¿utilizan las opiniones de los clientes para la creación de nuevas ideas estratégicas que puedan mejorar los productos y servicios que se ofrecen?	5.60
TOTAL DE PUNTOS	11.20

En el subcriterio 5d utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	18.67 Evidencia presente, puntos logrados
---	--

Subcriterio 5d) Producción, distribución y servicio de atención, de los productos y servicios.	28 puntos
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
5 d.1) ¿poseen la suficiente capacidad de distribución de productos y servicios para la demanda que el mercado requiera?	9.33
5 d.2) ¿de qué manera se distribuyen los productos y servicios que se ofrecen a los clientes?	0
5 d.3) ¿poseen vías de comunicación estratégicas para la promoción de los productos y servicios que se prestan a los clientes?	9.33
TOTAL DE PUNTOS	18.67

En el subcriterio 5e utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	22.4 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 5e) Gestión y mejora de las relaciones con los clientes.	28 puntos
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
5 e.1) ¿poseen algún tipo de mecanismo para que los clientes puedan contactarse para algún tipo de queja o sugerencia que puedan realizar sobre los productos o servicios prestados?	5.6
5 e.2) ¿realizan algún tipo de seguimiento a las ventas de productos o servicios prestados a los clientes con el fin de determinar el grado de satisfacción que los clientes tengan con los productos o servicios prestados?	5.6
5 e.3) ¿poseen algún tipo de alianza con clientes que puedan añadir un valor a la cadena logística de los productos?	5.6
5 e.4) ¿realizan encuestas periódicas o algún otro tipo de información que se pueda recabar para estructurar datos de los clientes, para determinar e incrementar los niveles de satisfacción que puedan tener los clientes?	5.6
5 e.5) ¿asesoran a los clientes sobre el uso responsable y adecuado de dichos productos y servicios prestados?	0
TOTAL DE PUNTOS	22.4

CRITERIOS RESULTADOS

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

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

Indique la existencia de evidencia sobre la implementación de acciones relacionadas con las siguientes afirmaciones. Utilice el esquema de respuestas concreto para cada ítem, en el subcriterio 6a utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	0 Evidencia presente, puntos logrados
---	--

Subcriterio 6a) Medidas de percepción.	100 puntos
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
6 a.1) ¿De qué manera logran percibir la aceptación o el desagrado que los clientes poseen sobre los productos o servicios que se prestan?	0
TOTAL DE PUNTOS	0

En el subcriterio 6b utilice el siguiente:

0	0
Evidencia ausente, puntos logrados	Evidencia presente, puntos logrados

Subcriterio 6b) Indicadores de rendimiento.	100 puntos
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
6 b.1) se manejan la información proporcionada por los clientes para la mejora de los productos y servicios prestados, para ampliar de alguna manera el mercado?	0
TOTAL DE PUNTOS	0

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

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

Indique la existencia de evidencia sobre la implementación de acciones relacionadas con las siguientes afirmaciones. Utilice el esquema de respuestas concreto para cada ítem, en el subcriterio 7a utilice el siguiente:

0	0
Evidencia ausente, puntos logrados	Evidencia presente, puntos logrados

Subcriterio 7a) Medidas de percepción.	45 puntos
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
7 a.1) ¿De qué manera miden la percepción de las personas que forman parte del grupo de trabajo para la mejora de las actividades a realizar?	0
TOTAL DE PUNTOS	0

En el subcriterio 7b utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	0 Evidencia presente, puntos logrados
---	--

Subcriterio 7b) Indicadores de rendimiento.	45 puntos
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
7 b.1) se utilizan las medidas internas del grupo de trabajo para la supervisión, entendimiento y mejora en el rendimiento de las personas que lo integran?	0
TOTAL DE PUNTOS	0

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

Que logros la institución deportiva estas alcanzan en la sociedad en la que se estableció, estos objetivos son visibles y reconocidos por la comunidad y otras entidades relacionadas con la institución deportiva.

Subcriterio 8 a utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	30 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 8a) Medidas de percepción de la sociedad con el proyecto deportivo del equipo que representa el municipio	30 pts.
Evidencia de su implementación	PUNTOS LOGRADOS
8a 1 ¿Se obtiene la percepción estimada de la sociedad al realizar actividades que beneficien al equipo y que son promocionadas por patrocinadores, medios de comunicación y redes sociales?	30
TOTAL DE PUNTOS	30

Subcriterio 8 b utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	30 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 8b) Indicadores de rendimiento de la institución deportiva	30 pts.
Evidencia de su implementación	PUNTOS LOGRADOS
8b 2. ¿Se utilizan medidas planificadas para poder prevenir la percepción negativa de la sociedad ante los eventos realizados por el equipo con el fin de seguir trabajando para mejorar y corregir estas acciones?	30
TOTAL DE PUNTOS	30

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

Los logros planificados alcanzados por la institución deportiva según su desempeño y rendimiento.

Subcriterio 9 a utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	75 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 9a) Análisis de resultados planificados por la institución deportiva	75 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
9 a 1. ¿Se aplican mecanismos para medir los resultados claves obtenidos en la temporada y planificación del proyecto deportivo? (Tanto en lo económico, deportivo y administrativo).	75
TOTAL DE PUNTOS	75

Subcriterio 9 b utilice el siguiente:

0 Evidencia ausente, puntos logrados	75 Evidencia presente, puntos logrados
---	---

Subcriterio 9b) Indicadores claves del rendimiento de la institución deportiva	75 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
9b 2. ¿Se analizan y revisan los resultados claves que ayuden a mejorar y aportar experiencia a la institución para la obtención de futuros logros en la planificación del proyecto deportivo? (tanto en lo deportivo, económico y administrativo).	75
TOTAL DE PUNTOS	75

RESULTADO DE LA AUTOEVALUACIÓN

El cuestionario de autoevaluación fue realizado por jugadores del club ADEREL LOURDES, los cuales recibieron una inducción sobre el modelo, los propósitos que se persiguen y la metodología de su implementación. A continuación, se presentan los resultados.

Puntaje global en el Cuestionario de Autoevaluación

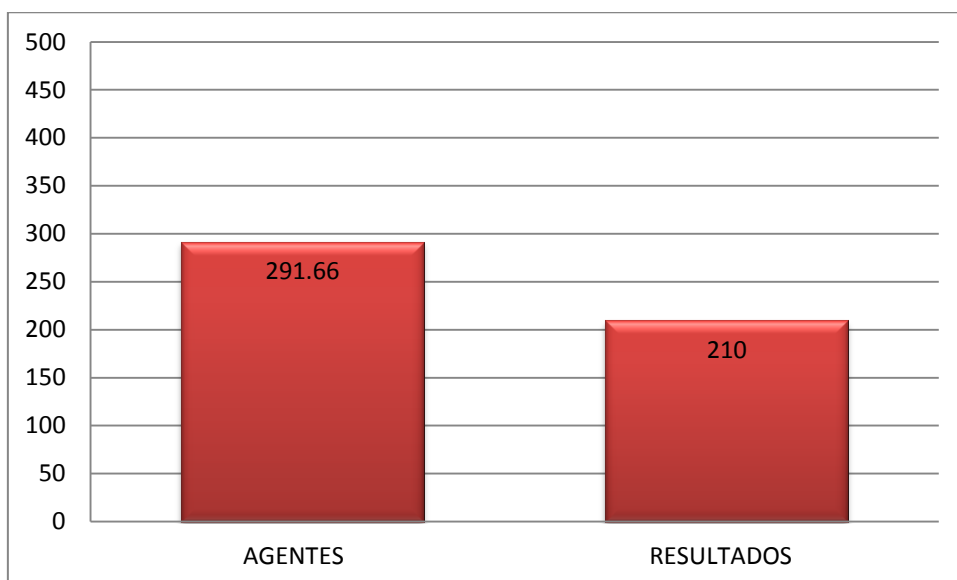


Diagrama 1. Puntaje global de criterios agentes y resultados.

Los criterios agentes alcanzaron 291.66 de 500 puntos posibles, lo que representa un 58.34% de logro. En contraste, los criterios resultados alcanzaron 210 puntos, lo que representa un 42% aproximadamente. Sumando ambos sectores, se obtiene un puntaje global de 501.66 puntos de 1,000 posibles dando un 50.17% de calificación.

1.10 Criterio de liderazgo

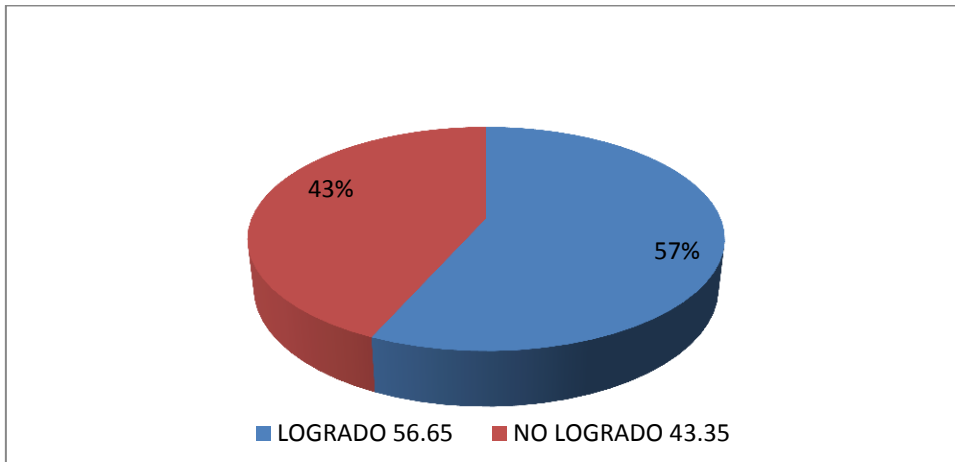


Diagrama 2. Puntaje global del criterio de liderazgo.

El criterio de liderazgo otorga 100 de 1,000 puntos. El ADEREL obtuvo 56,65 de 100 puntos en base a la sumatoria de los subcriterio, lo que representa un 57% de logro en este criterio.

Subcriterio de liderazgo

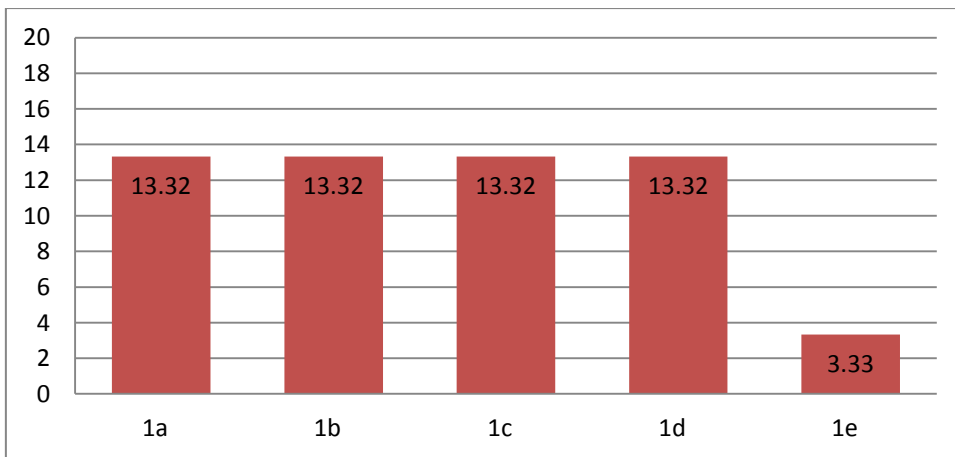


Diagrama 3. Puntaje global de cada subcriterio de liderazgo.

Los 100 puntos que otorga el criterio de liderazgo están distribuidos en 5 subcriterio que puntúan de 0 a 20 respectivamente. En el subcriterio 1a se lograron 13,32 pts., en el 1b 13,32 pts., en el 1c 13,32 pts., en el 1d 13,32 pts., y en el 1e 3,33 pts.

1.11 Criterio de política y estrategia

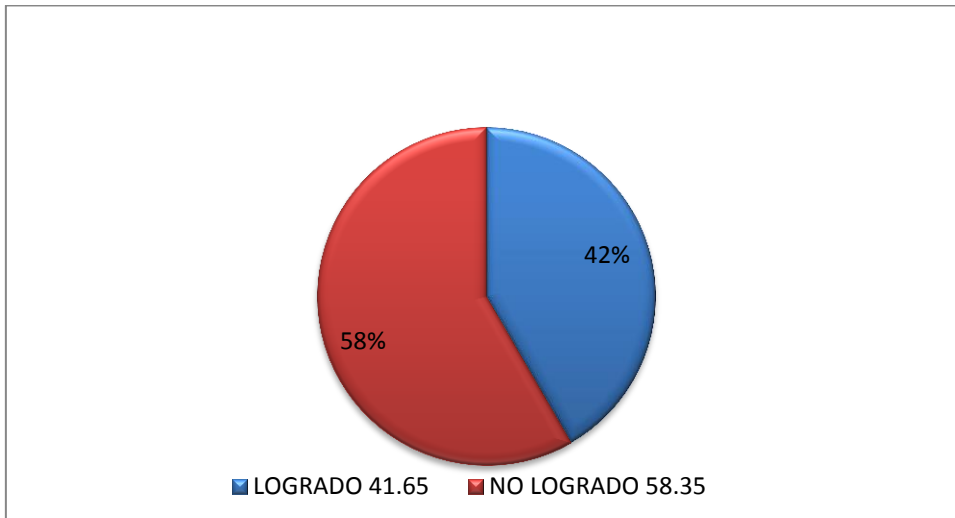


Diagrama 4. Puntaje global del criterio de política y estrategia.

El criterio de política y estrategia otorga 80 de 1,000 puntos. El ADEREL obtuvo 41,65 de 80 puntos en base a la sumatoria de los subcriterio, lo que representa un 42% de logro en este criterio.

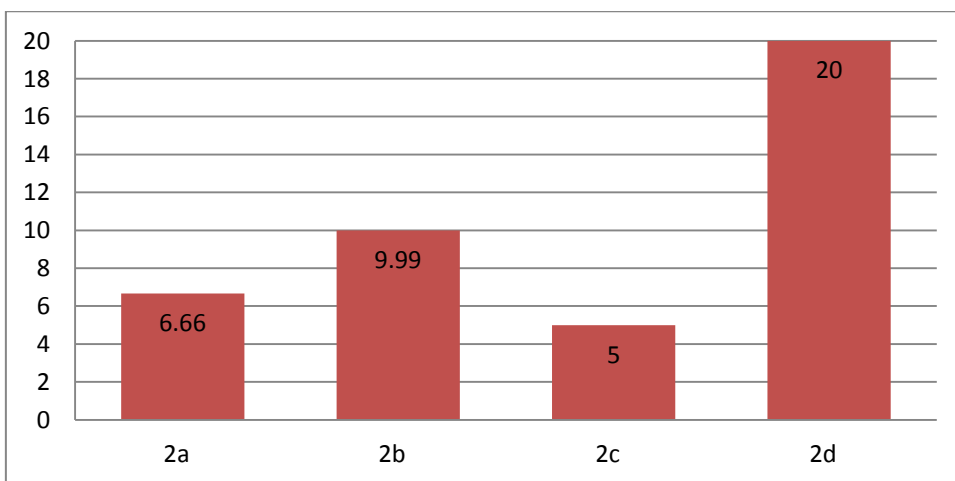


Diagrama 5. Puntaje global de cada subcriterio de política y estrategia.

Los 80 puntos que otorga el criterio de política y estrategia están distribuidos en 4 subcriterio que puntúan de 0 a 20 respectivamente. En el subcriterio 2a se lograron 6,66 pts., en el 2b 9,99 pts., en el 2c 5 pts., y en el 2d 20 pts

1.12 Criterio de personas

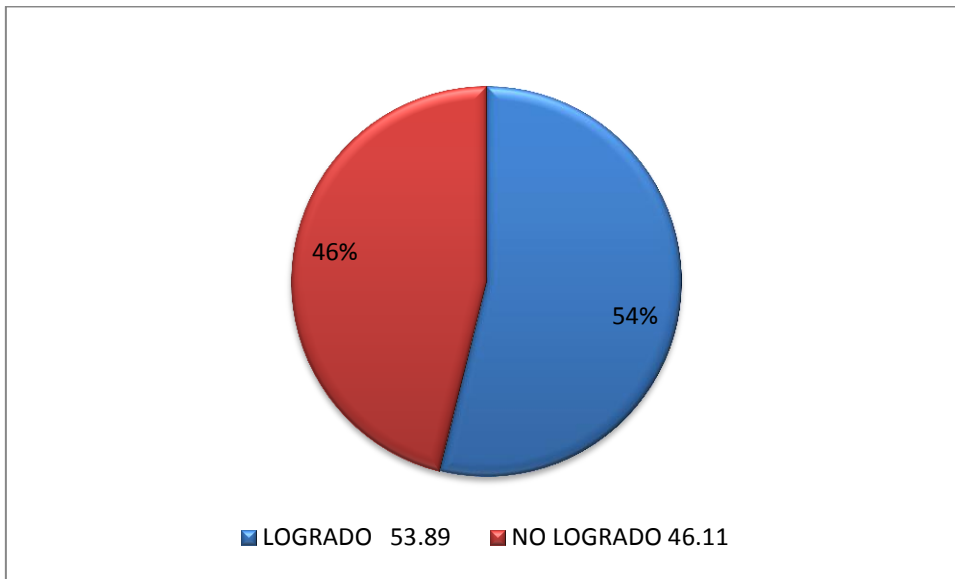


Diagrama 6. Puntaje global del criterio de personas.

El criterio de personas otorga 90 de 1,000 puntos. El ADEREL obtuvo 53,89 de 90 puntos en base a la sumatoria de los subcriterio, lo que representa un 54% de logro en este criterio.

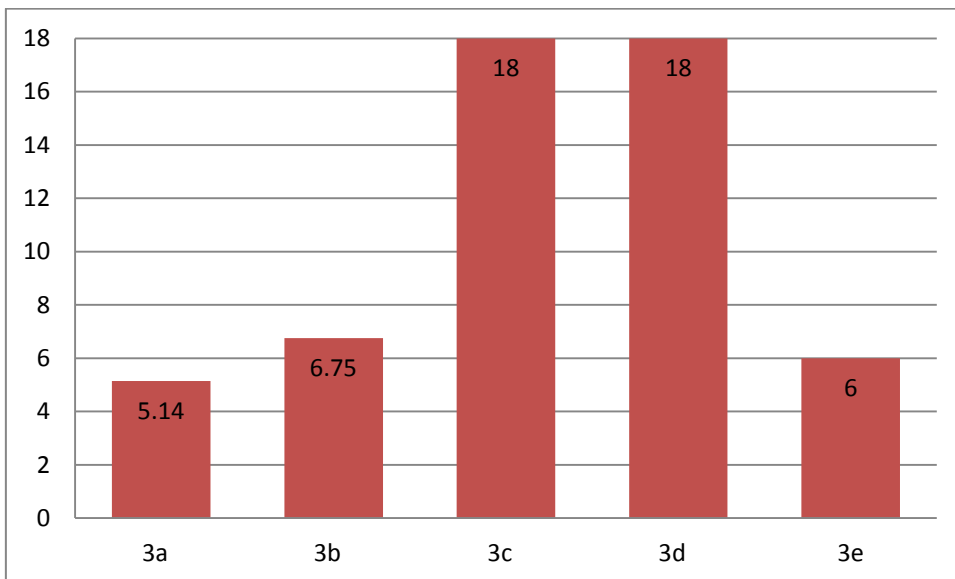


Diagrama 7. Puntaje global de cada subcriterio de personas.

Los 90 puntos que otorga el criterio de personas están distribuidos en 5 subcriterio que puntúan de 0 a 18 respectivamente. En el subcriterio 3a se lograron 5,14 pts., en el 3b 6,75 pts., en el 3c 18 pts., en el 3d 18 pts., y en el 3e 6 pts.

1.13 Criterio de alianzas y recursos

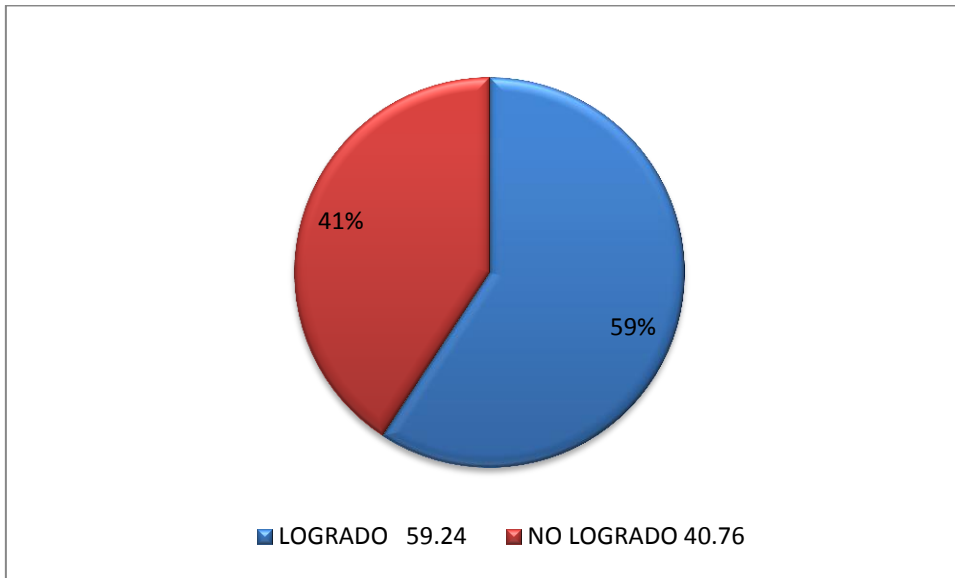


Diagrama 8. Puntaje global del criterio de alianzas y recursos.

El criterio de alianzas y recursos otorga 90 de 1,000 puntos. El ADEREL obtuvo 59,24 de 90 puntos en base a la sumatoria de los subcriterio, lo que representa un 59% de logro en este criterio.

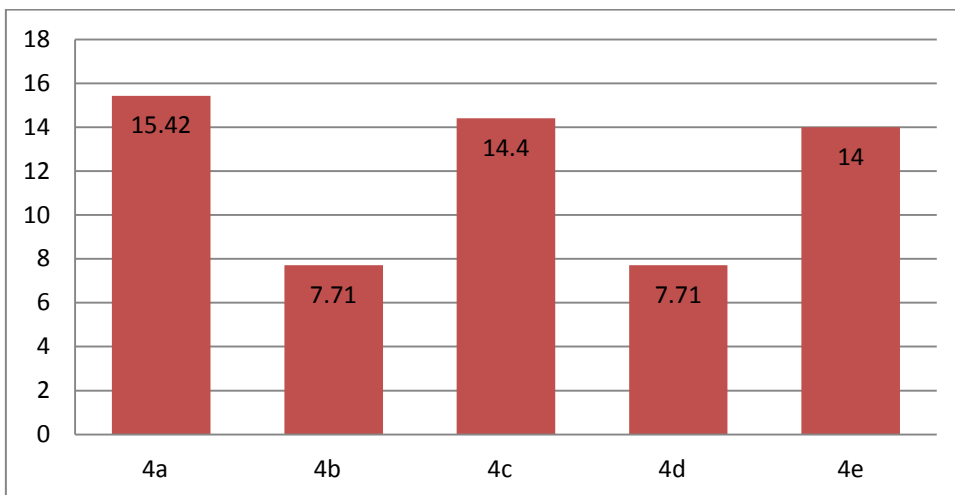


Diagrama 9. Puntaje global de cada subcriterio de alianzas y recursos.

Los 90 puntos que otorga el criterio de alianzas y recursos están distribuidos en 5 subcriterio que puntúan de 0 a 18 respectivamente. En el subcriterio 4a se lograron 15,42 pts., en el 4b 7,71 pts., en el 4c 14,4 pts., en el 4d 7,71 pts., y en el 4e 14 pts.

1.14 Criterio de procesos

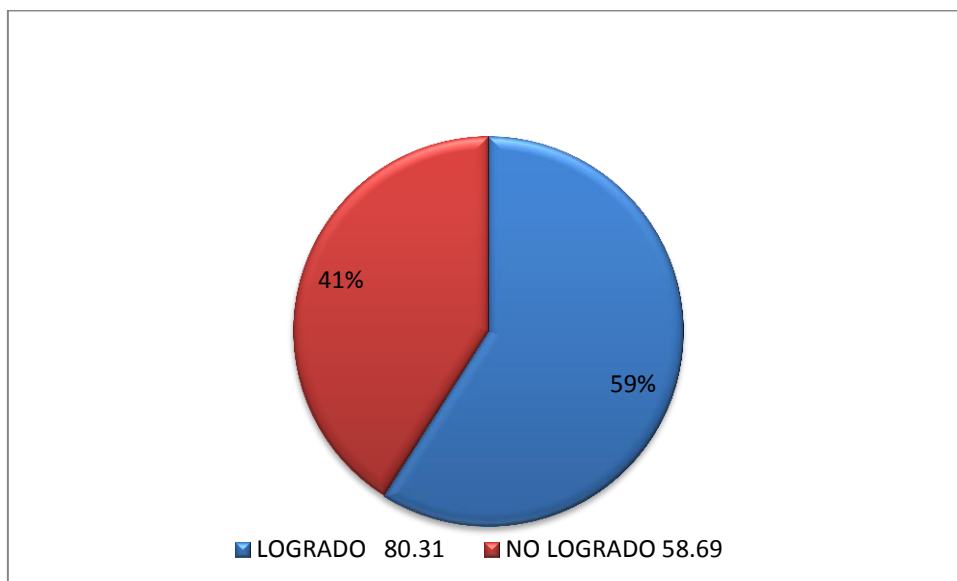


Diagrama 10. Puntaje global del criterio de procesos.

El criterio de procesos otorga 140 de 1,000 puntos. El ADEREL obtuvo 80.31 de 140 puntos en base a la sumatoria de los subcriterio, lo que representa un 59% de logro en este criterio.

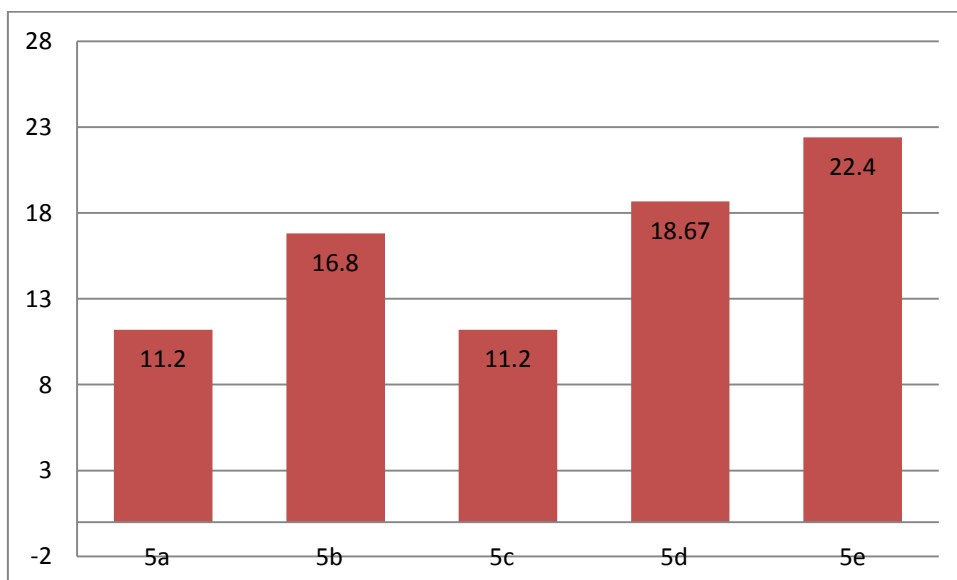


Diagrama 11. Puntaje global de cada subcriterio de procesos.

Los 140 puntos que otorga el criterio de procesos están distribuidos en 5 subcriterio que puntúan de 0 a 28 respectivamente. En el subcriterio 5a se lograron 11,2 pts., en el 5b 16,8 pts., en el 5c 11,2 pts., en el 5d 18,67 pts., y en el 5e 22,4 pts

1.15 Criterio de resultados en los clientes

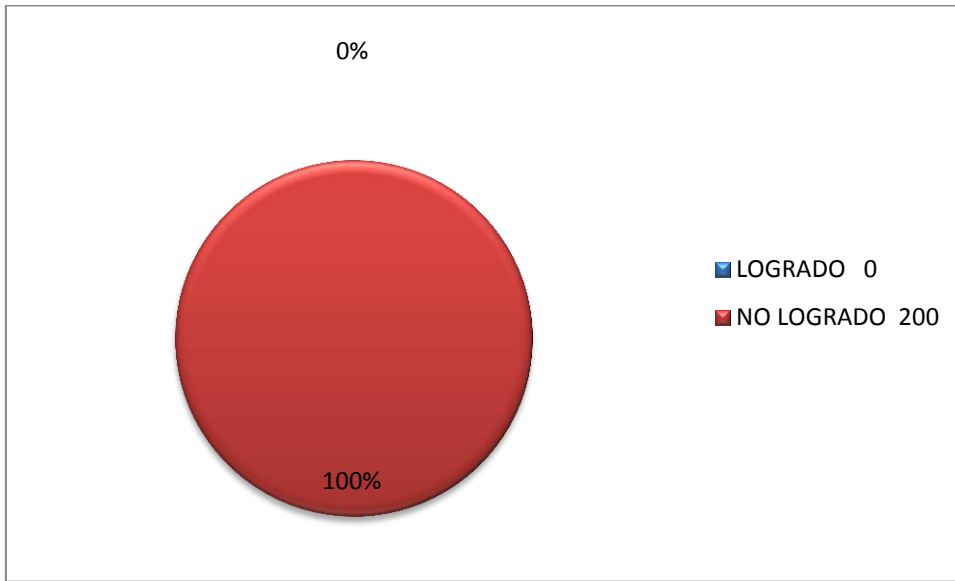


Diagrama 12. Puntaje global del criterio de resultados en los clientes.

El criterio de resultados en los clientes otorga 200 de 1,000 puntos. El ADEREL obtuvo 0 de 200 puntos en base a la sumatoria de los subcriterio, lo que representa un 0% de logro en este criterio.

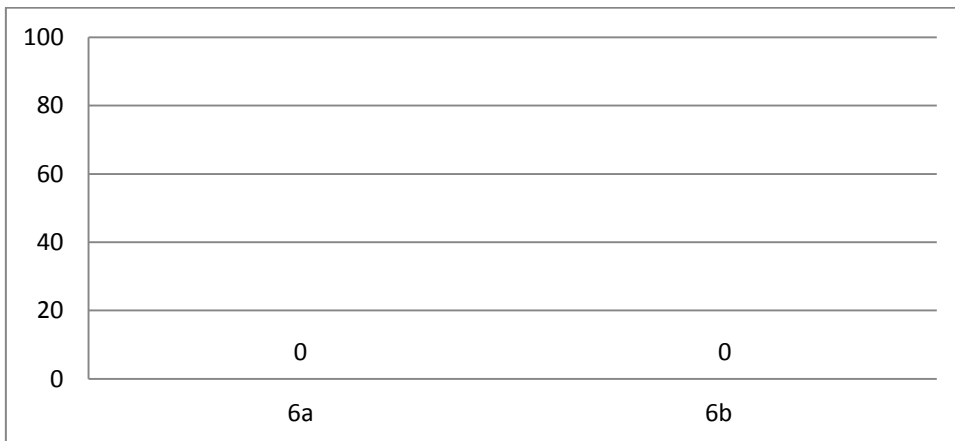


Diagrama 13. Puntaje global de cada subcriterio de resultados en los clientes.

Los 200 puntos que otorga el criterio de resultados en los clientes están distribuidos en 2 subcriterio que puntúan de 0 a 100 respectivamente. En el subcriterio 6a se lograron 0 pts., y en el 6b 0 pts.

1.16 Criterio de resultados en las personas

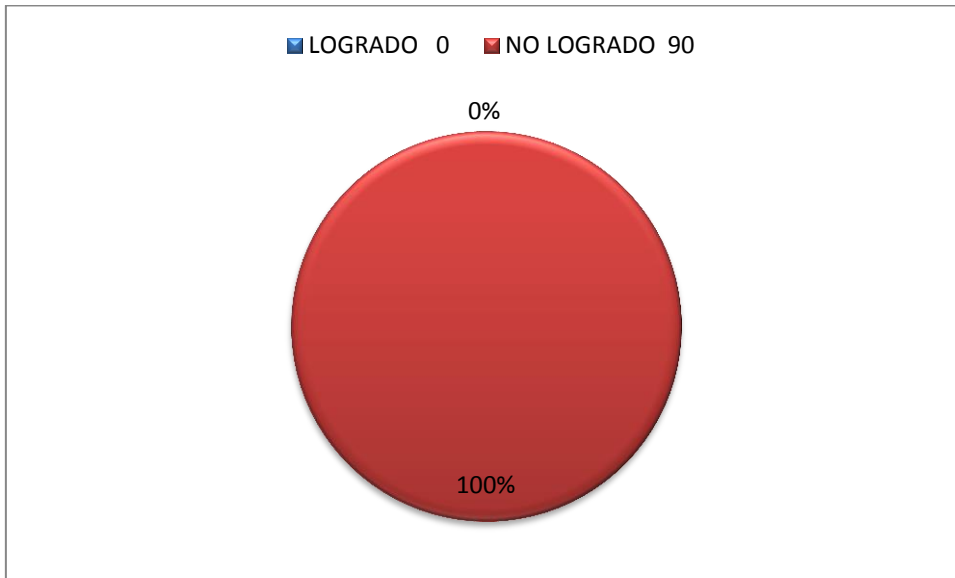


Diagrama 14. Puntaje global del criterio de resultados en las personas.

El criterio de resultados en las personas otorga 90 de 1,000 puntos. El ADEREL obtuvo 0 de 90 puntos en base a la sumatoria de los subcriterio, lo que representa un 0% de logro en este criterio.

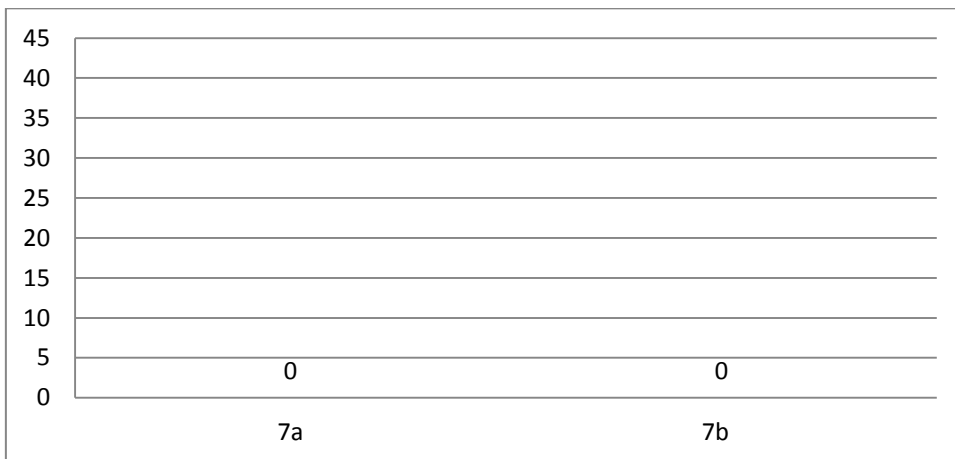


Diagrama 15. Puntaje global de cada subcriterio de resultados en las personas.

Los 90 puntos que otorga el criterio de resultados en las personas están distribuidos en 2 subcriterio que puntúan de 0 a 45 respectivamente. En el subcriterio 7a se lograron 0 pts., y en el 7b 0 pts.

1.17 Criterio de resultados en la sociedad

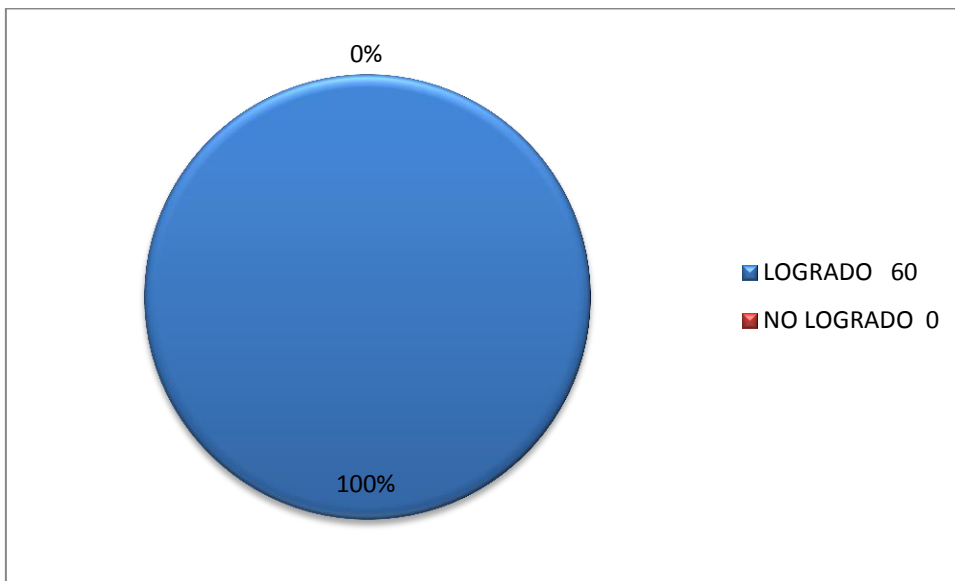


Diagrama 16. Puntaje global del criterio de resultados en la sociedad.

El criterio de resultados en la sociedad otorga 60 de 1,000 puntos. El ADEREL obtuvo 60 de 60 puntos en base a la sumatoria de los subcriterio, lo que representa un 100% de logro en este criterio.

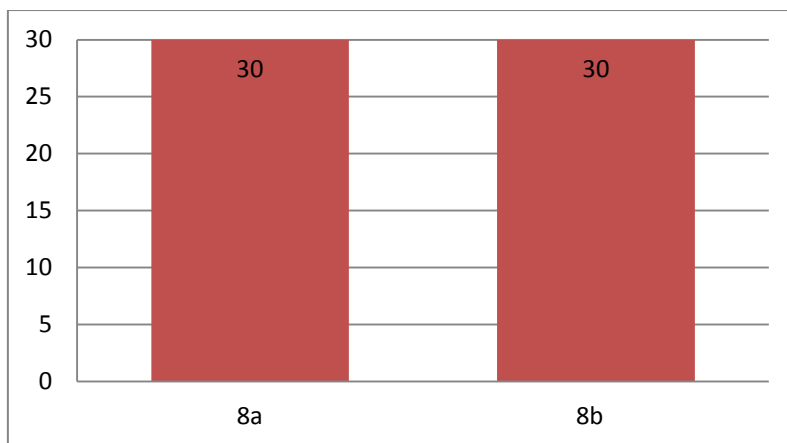


Diagrama 17. Puntaje global de cada subcriterio de resultados en la sociedad.

Los 60 puntos que otorga el criterio de resultados en la sociedad están distribuidos en 2 subcriterio que puntúan de 0 a 30 respectivamente. En el subcriterio 8a se lograron 30 pts., y en el 8b 30 pts.

1.18 Criterio de resultados clave

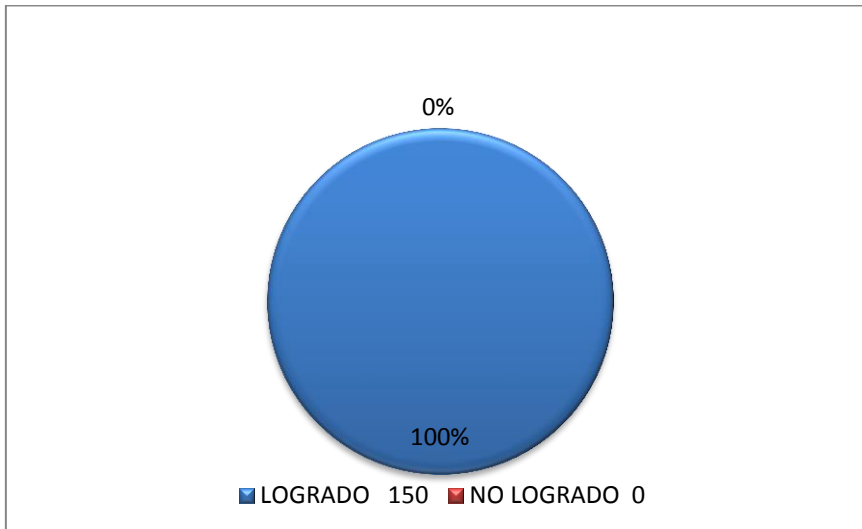


Diagrama 18. Puntaje global del criterio de resultados clave.

El criterio de resultados clave otorga 150 de 1,000 puntos. El ADEREL obtuvo 0 de 150 puntos en base a la sumatoria de los subcriterio, lo que representa un 100% de logro en este criterio.

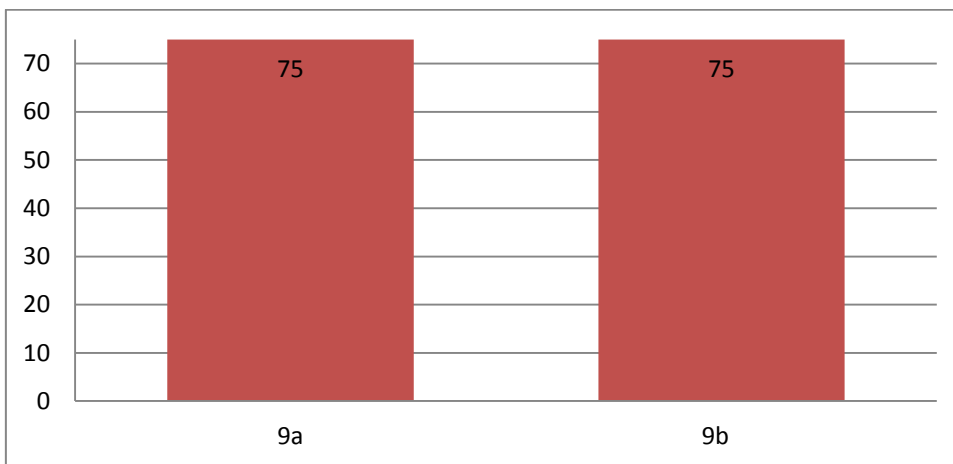


Diagrama 19. Puntaje global de cada subcriterio de resultados clave.

Los 150 puntos que otorga el criterio de resultados clave están distribuidos en 2 subcriterio que puntúan de 0 a 75 respectivamente. En el subcriterio 9a se lograron 75 pts., y en el 9b 75 pts.

CONCLUSIONES

1. En el puntaje global obtenido en el cuestionario de auto evaluación, implementado en la institución deportiva de futbol profesional ADEREL Lourdes bajo el modelo EFQM de excelencia es de 501.66 puntos obtenidos de 1,000 posibles este resultado representa el 50.17% de logros y se encuentra clasificado en el rango de “Excelencia Intermedia” según la escala de valoración propuesta en el presente cuestionario.
2. Los criterios Agentes lograron un porcentaje de 291.66 puntos de 500 posibles representando un 58,33% de logros, el porcentaje logrado por los criterios agentes califica dentro del rango “Excelencia Intermedia” en base a la escala de valoración propuesta en el presente cuestionario.
3. Los criterios Resultados lograron un porcentaje de 210 puntos de 500 posibles representando un 42,00% de logros, el porcentaje logrado por los criterios agentes califica dentro del rango “Excelencia Intermedia” en base a la escala de valoración propuesta en el presente cuestionario.

RECOMENDACIONES

1. Implementar un modelo de control de calidad en los productos y servicios acorde a la naturaleza, características y capacidades de la institución deportiva ADEREL Lourdes, para mejorar y poder conseguir los logros planificados en la temporada, esto con el fin de mejorar y posicionar su imagen comercial ante la comunidad, patrocinadores, y otras entidades que compitan en su mercado.
2. Analizar y priorizar los criterios y subcriterio con una menor puntuación y logro alcanzados en la implementación del Cuestionario de Autoevaluación como: El criterio de resultados clave, criterios de resultado en la sociedad, y en todos en los que los resultados afecten el trabajo de la institución deportiva
3. Analizar y mejorar los aspectos positivos en los que la institución resulta mejor evaluada en el Cuestionario de Autoevaluación con el fin de lograr y mejorar su desempeño como institución deportiva lo que generaría un gran impacto en sus futuras evaluaciones saliendo mejor clasificada en la tabla de valoración propuesta en el presente cuestionario.
4. Mejorar los aspectos y fortalecer los criterios y subcriterio obtenidos en esta autoevaluación, es la manera más positiva para mejorar el funcionamiento institucional de la entidad deportiva ADEREL.
5. Destinar más recurso económico y humano a la realización de estudios de mercado con el fin de mejorar el desempeño y captar más fondos de parte de los futuros clientes.

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



**CURSO DE ESPECIALIZACIÓN PARA LA DIRECCIÓN Y GESTIÓN
DEPORTIVA**

SECCIÓN 4. GESTIÓN DE PATROCINIOS

TRABAJO PRESENTADO POR:

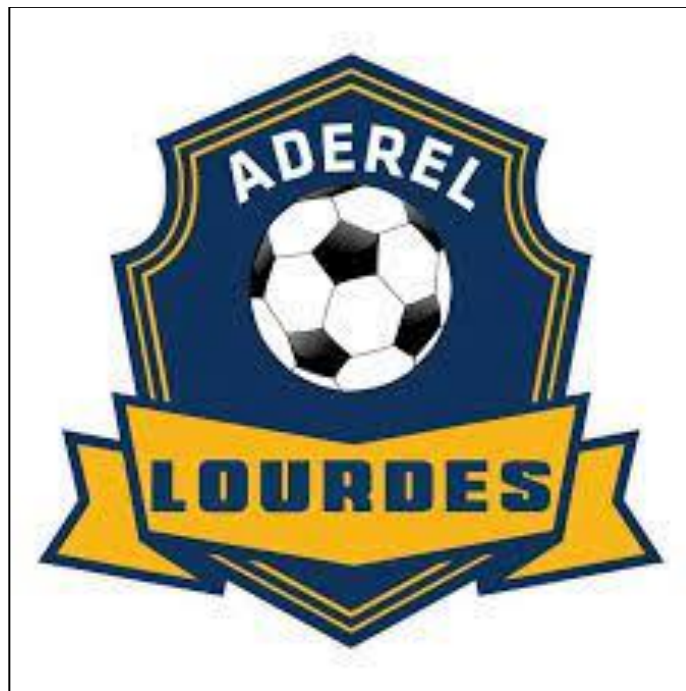
GILMAR ANTONIO TORRES CANTARERO	TC16011
ROBERTO DARWIN RIVERA ULLOA	RU16009
RENE ENRIQUE DIAZ SANCHEZ	DS16003
JOSE ELIAS PINEDA SALINAS	PS16021

DOCENTE TUTOR:

LIC. BORIS EVERT IRAHETA SANABRIA

CIUDAD UNIVERSITARIA, 16 de julio de 2022

**PLAN DE
PATROCINIO
ADEREL
LOURDES 2022**



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
CURSO DE ESPECIALIZACION EN: DIRECCION
Y GESTION DEPORTIVA**

NUESTRA IDEA:

Realizar acercamientos con diferentes empresas profesionales, proveedoras de servicios que puedan generar beneficios y ayudar al equipo Aderel Lourdes, de la tercera división profesional del fútbol salvadoreño, con el fin de fomentar alianzas estratégicas de mercado, que beneficien el desarrollo de las partes involucradas, con el apoyo recibido se pretende contribuir al desarrollo integral de los deportistas del club y la formación de nuevos talentos nacionales.

El principal objetivo es buscar beneficios que ayuden a la optimización de los recursos del club en la competición, al maximizar los aportes de la empresa privada que esté a disposición de patrocinar nuestros eventos pequeños y a gran escala; con el fin de lograr que sus marcas logren posicionarse con reconocimiento a nivel nacional e internacional por sus productos y aportes a la sociedad salvadoreña residente en el municipio de Lourdes colon.



El aporte del club deportivo Aderel Lourdes; a sus patrocinadores en general es brindarles espacios de gran visibilidad (logos en camisetas oficiales y de entrenos del equipo, logos en banderines, banquillos, banners en lugares estratégicos, menciones en encuentros deportivos, promoción en redes sociales del equipo) todos nuestros encuentros deportivos. 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 deben ser firmados y autorizados por las autoridades respectivas, para no perder los beneficios ya detallados en el acuerdo.

DIRIGIDO A:

El club deportivo Aderel Lourdes, con la finalidad de apoyar y mejorar las condiciones de los deportistas locales y realizar iniciativas para la búsqueda de nuevos talentos y potenciar el fútbol a nivel municipal en conjunto con la ayuda de sus patrocinadores que buscan expandirse a nivel nacional e internacional por medio de la participación en los diferentes eventos realizados por nuestro club.

Es importante reconocer el beneficio y los aportes que tiene la empresa privada en el deporte nacional, empresas comerciales, de alimentación e hidratación, textiles y transporte que puedan ser posibles patrocinadores de equipo Aderel Lourdes, que se apeguen a las técnicas del marketing actual. Se gestionará patrocinios con:

✓ *Electrolit*

✓ *Jaguar sport*

✓ *Ruta 77-79*

✓ *Farmacias económicas*

✓ *Mi radio deportiva el salvador*

✓ *Agua cristal*

ESTE PLAN PERMITE:

La implementación de este plan permite la búsqueda de recursos financieros o cualquier tipo de recursos que ayuden a la entidad deportiva al desarrollo de las actividades deportivas en el campeonato, de las cuales también logre verse beneficiado al patrocinador, teniendo una presencia física y visualmente atractiva para los posibles consumidores, en donde se utiliza como medio el evento en el cual será implementado el patrocinio, visibilizando la importancia del producto o recurso con el cual se está ejecutando en dicho evento y el valioso aporte con el cual se ha apoyado para lograr desarrollar la actividad previamente planificada por la institución deportiva.

Mencionar los beneficios, características, utilidades y factibilidad de los patrocinios, son puntos claves que deben demostrarse a la hora de desarrollar cualquier evento en el cual se cuente con la presencia de un producto o servicio del patrocinador (calidad en los productos o servicios, calidad de los materiales, prestigio de la marca, variedad de productos o servicios, satisfacción y degustación de productos si son alimenticios, y beneficios a la salud.) Estos son factores que pueden ayudar a mantener y reforzar los vínculos creados con las empresas patrocinadoras y a su vez abrir muchas más posibilidades en la incorporación de nuevos agentes patrocinadores en el futuro.



¿QUÉ POSIBILITA?

Al crear esta guía se pretende proporcionar a los directivos del equipo Aderel Lourdes ciertos beneficios al contar con patrocinadores que generaran beneficios al equipo, ayudando a disminuir los gastos, y a su vez colaborando con el incremento de ingresos para el mejor desarrollo general del club, generando una simbiosis entre patrocinadores y club, donde ambas partes lograran obtener beneficios mutuos, contando con el apoyo de patrocinadores se esperar disminuir fugas económicas que afecten al club.



- *Motivar la creación de planes de trabajo*
- *Mejorar los recursos disponibles*
- *Extender análisis de posibles patrocinadores*
- *Búsqueda constante de recursos financieros*

QUEREMOS GARANTIZAR:

El excelente desarrollo como cumplimiento de alcances de objetivos planteados, teniendo un control constante donde podamos evaluar y controlar puntos débiles y mejorar áreas con el fin de crear nuevas estrategias que lleven el objetivo principal de hacer crecer el club en sus diferentes áreas y a su vez impulsar las estrategias para solidificar este club y así poder obtener un crecimiento a corto y largo plazo.



PAQUETE DE PATROCINIOS

PAQUETE GOLD

- ✓ *LOGOTIPO AL FRENTE Y DORSO DE LA INDUMENTARIA DEPORTIVA (CAMISA Y CALZONETA)*

- ✓ *LOGOTIPO AL FRENTE Y DORSO DE LA INDUMENTARIA DE CALENTAMIENTO*

- ✓ *LOGOTIPO EN LOS BANQUILLOS DE LOCAL Y VISITANTE*

- ✓ *LOGOTIPO EN BANDERINES DE CORNER*

- ✓ *MENCION AL INICIO DE CADA PARTIDO, ALINEACIONES, GOLES, SAQUES DE BANDA, FALTAS, CORNERS Y FINAL DE CADA PARTIDO.*

- ✓ *PROMOCION DE LA MARCA EN CADA PUBLICACION DEL EQUIPO EN SUS REDES SOCIALES*

- ✓ *BANNERS PROMOCIONALES (SOL GENERAL, DETRÁS DE CADA PORTERIA)*

- ✓ *PUNTOS DE CONTACTO*

PRECIO DEL PAQUETE: \$2,000

PAQUETE PLATINUM

**✓ LOGOTIPO AL FRENTE DE LA INDUMENTARIA DEPORTIVA
(CAMISA Y CALZONETA)**

**✓ LOGOTIPO AL FRENTE DE LA INDUMENTARIA DE
CALENTAMIENTO**

✓ LOGOTIPO EN LOS BANQUILLOS DE LOCAL Y VISITANTE

**✓ MENCION AL INICIO DE CADA PARTIDO, ALINEACIONES, GOLES, Y
FINAL DE CADA PARTIDO.**

**✓ PROMOCION DE LA MARCA EN CADA PUBLICACION DEL EQUIPO
EN SUS REDES SOCIALES**

✓ BANNERS PROMOCIONALES (SOL GENERA)

✓ PUNTOS DE CONTACTO

PRECIO DEL PAQUETE: \$1,500

PAQUETE BASICO

*✓ LOGOTIPO AL FRENTE DE LA INDUMENTARIA DEPORTIVA
(CAMISA)*

*✓ LOGOTIPO AL FRENTE DE LA INDUMENTARIA DE
CALENTAMIENTO*

*✓ MENCION AL INICIO DE CADA PARTIDO, Y FINAL DE CADA
PARTIDO.*

*✓ PROMOCION DE LA MARCA EN CADA PUBLICACION DEL EQUIPO
EN SUS REDES SOCIALES*

✓ BANNERS PROMOCIONALES (ATRÁS DE CADA PORTERIA)

✓ PUNTOS DE CONTACTO

PRECIO DEL PAQUETE: \$1,000

POSIBLES PATROCINADORES



- *Electrolit es una solución rehidratante oral, para la prevención y el tratamiento del desequilibrio hidroelectrolítico ocasionado por el exceso de calor, ejercicio físico intenso.*
- *Es un producto de origen mexicano fabricado por grupo pisa, una compañía farmacéutica muy reconocida a nivel internacional.*

BENEFICIOS

- *Bebida que hidrata de forma instantánea y cuenta con variedad de sabores.*
- *Contar con suministro (Electrolit) en las jornadas deportivas. (entrenos, encuentros deportivos)*



- *Jaguar sport es una tienda deportiva que fue fundada en 1984.*
- *Cuenta con más de 20 sucursales en todo el país.*

BENEFICIOS

- *Proporcionar implementos deportivos al plantel del equipo.*
- *Contar con descuento para los jugadores en implementos deportivos.*
- *Donar material deportivo para las sesiones de entrenamientos.*



- *Ruta 77-79 es una empresa de transporte colectivo muy reconocida en la zona.*
- *Inicio sus labores en el año de 1975 desde esa fecha hasta la actualidad brinda servicio de transporte colectivo de pasajeros, realizando su recorrido de Lourdes a san salvador y viceversa.*

BENEFICIOS

- *Proporcionar el transporte para los encuentros deportivos de visita.*
- *Realizar el largo viaje con comodidad y seguridad.*



- *Farmacias económicas nace en el 2005 con la finalidad de cuidar la salud y el bolsillo de los salvadoreños mediante la oferta de medicamentos genéricos, servicios de salud, pago de servicios y entrega de remesas.*
- *En la actualidad se cuenta con más de 80 sucursales en todo el país, atendiendo importantes áreas de la salud, lo que la convierten en pionera en el segmento de farmacias de el salvador por la diversificación de servicios en un solo lugar.*

BENEFICIOS

- *Kit de primeros auxilios, en caso de accidentes por prácticas deportivas o afecciones menores*
- *Artículos de limpieza, desinsectación y sanitización para el equipo*



- *Mi radio deportiva el salvador es una página de Facebook que transmite partidos de segunda y tercera división del futbol salvadoreño*
- *Nace en el año 2019 con el objetivo de brindar más apoyo a los equipos de la segunda y tercera división de el salvador, dado que en el país solo se transmite la primera división en canales de televisión*
- *Se denomina la radio oficial de la segunda y tercera división*

BENEFICIOS

- *Transmisión de partidos del equipo en diferentes medios de comunicación (radio, transmisiones en Facebook, streaming en YouTube)*
- *Promoción del equipo en sus diferentes redes sociales (Facebook, twitter, Instagram, tiktok)*



- *Cristal cuenta con una larga trayectoria de confianza que nos han otorgado nuestros consumidores y nos ha permitido estar en el mercado por más de 60 años.*
- *La marca líder de agua embotellada en El Salvador exalta la confianza de sus consumidores hacia su producto y reafirma los atributos de confianza, pureza y calidad, respaldados por más de 60 años en el cumplimiento de estrictos procesos de calidad, que han permitido a CRISTAL brindar el agua más pura y cristalina a la familia salvadoreña.*

BENEFICIOS

- *Brindar hidratación en entrenos y encuentros deportivos*

FORMAS PROMOCIONALES



- *Marca o logotipo colocado de forma visible en el uniforme del equipo y petos de entrenamiento*



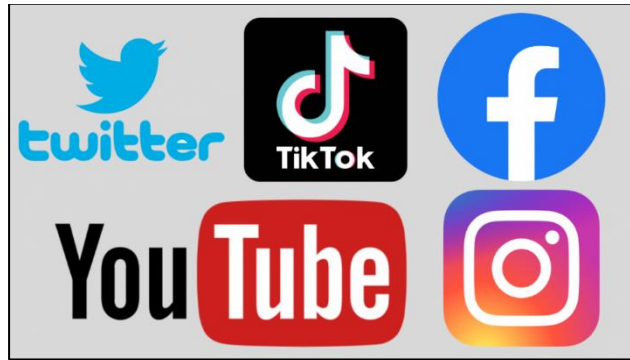
- *Marca o logotipo en los banquillos de local y visitante con medidas de 1x1 mt*



- *Marca o logotipo en banderines de corner medias de 15x15 cm*



- *Promoción y mención de las marcas asociadas al equipo, antes, durante y al finalizar cada encuentro deportivo*



- *Promoción y mención de las marcas en cada publicación del equipo en sus redes sociales*



- **Banner promocional en la localidad de sol general, y al costado de las porterías medidas de 20x20 mt en localidad de sol general**

OBSERVACIONES

- *Cada forma de promocionar se puede adaptar dependiendo del tipo de patrocinador y los acuerdos que se puedan llegar con el mismo.*
- *El contacto con los posibles patrocinadores se deberá realizar por medio de cartas, solicitudes, correos electrónicos, reuniones virtuales o presenciales.*
- *Identificar el ¿por qué? Y ¿para qué? Necesitamos el apoyo del patrocinador.*

- *Innovar con nuevas estrategias de contacto y obtener diversos patrocinadores.*

- *Realizar evaluaciones constantes sobre el desempeño y desarrollo de los patrocinadores.*

- *Mantener lazos de amistad con los patrocinadores.*

BIBLIOGRAFIA

Aderel - Lourdes | Colón - Facebook <https://m.facebook.com/ADERELLOURDES/>

<https://revistas.uca.edu.sv/index.php/reuca/article/download/4783/4772/16182>

https://addeportiva-poli.blogspot.com/p/historia_26.html?m=1

6 inmejorables estrategias de marketing deportivo <https://www.obsbusiness.school/blog/6-inmejorables-estrategias-de-marketing-deportivo>

5 Ejemplos de marketing deportivo - Mercado Negro
<https://www.mercadonegro.pe/marketing/5-ejemplos-de-marketing-deportivo/>